

Tradicionalne paremiološke enote o alkoholnih pijačah med arhivom in interpretacijo



Traditional Paremiological Units on Alcohol
Beverages Between Archive and Interpretation

Saša Babič

1.01. Izvirni znanstveni članek
DOI 10.4312/svetovi.1.1.55-68

IZVLEČEK

Pregovori kot tradicionalne paremiološke enote so semantično bogati izrazi, ki ponujajo dragocen vpogled v kulturno kompleksnost. O kulturi lahko veliko izvemo z vpogledom v njene kratke folklorne oblike, ki predstavljajo odsev časa in družbe. Odsev družbe je viden tako na ravni zgradbe kot ubeseditve metaforičnih in metonimičnih oblik. Prispevek bo prikazal potencial pregovorov o alkoholnih pijačah v namen raziskave o odnosu do alkoholnih pijač in njihovih uživalcih v dani kulturi na podlagi arhivskega gradiva Inštituta za slovensko narodopisje ZRC SAZU.

KLJUČNE BESEDE: alkoholne pijače, svetovni nazor, folkloristika, paremiologija, arhiv, etnolingvistika, semiotika

ABSTRACT

Proverbs are traditional paremiological units as well as semantically rich units that offer valuable insights into cultural complexity. We can learn much about a culture by looking at its short folklore forms, which are a reflection of time and society. The reflection of society is visible both at the level of form and in the very wording of metaphorical and metonymic forms. The article will show the potential of proverbs for researching the social worldview of a given culture in relation to alcoholic beverages and their consumers, using archival material from the Institute of Slovenian Ethnology.

KEYWORDS: alcoholic beverages, worldview, folkloristics, paremiology, archive, ethno-linguistics, semiotics

Jezik je ohranjevalec in nosilec kulture, s katerim človeštvo ustvarja in vključuje refleksije o samem sebi (Pitkin 1972; Gibbs idr. 1996; Bartmiński 2005; Tolstaja 2015). Enako kot jezik odseva naš svet, ga tudi oblikuje: način, kako izrazimo misli, vpliva na odziv naše okolice. Oblikuje se lahko v različne oblike, ki so posredovane iz ene generacije v drugo.

Članek je osredinjen na specifično jezikovno obliko, tj. paremije oz. pregovore kot folklorni žanr, v katerem se folklorni artefakti in entitete oblikujejo v generične tipske obrazce, ti pa se lahko prenašajo skozi prostor (Georges in Jones 1995) in čas. Paremiološke enote oz. pregovori so ustaljeni obrazci, nastali v določeni družbi, času in prostoru, ter jih uporabljamo v vsakodnevem jeziku. Kljub več poskusom pregovori še niso bili dokončno definirani, največkrat pa so opredeljeni kot kratki in relativno stalni izrazi z namenskim pragmatičnim ciljem, v katerih se odražajo in izmenjujejo različni nazori ljudi (Jolles 1930; Taylor 1931; Hasan-Rokem 1982; Honeck 1997; Norrick 1985; Permjakov 1979). Označeni so tudi kot »modrost ljudstva« (Mieder 1993), »stara modrost« in »poezija vsakdanjega jezika« (Matičev 1956). Splošne značilnosti pregovorov so, da so kratki stereotipi na stavčni ravni, s prenesenim in/ali posplošujočim pomenom, so splošno znani in se prenašajo iz ene generacije v drugo (Grzybek 2012). Pregovori so kulturna besedila z velikim semantičnim potencialom (Grotjahn in Grzybek 2000), vendar pa se ne razlikujejo le po besedilu, temveč tudi glede na teksturo in kontekst (Dundes 1965). Semiotična kompleksnost pregovorov in prepletenost njihove sintaktične (kratkost), pragmatične (različne komunikacijske funkcije) in semantične (stereotipno, splošno znanje) razsežnosti ponujata raziskovanje pregovorov kot kulturnega znaka, ki ohranja zgodovino kulture s prenosom iz roda v rod, hkrati pa sprejema nove funkcije, ki širijo in porajajo nove kontekste (npr. oglasi, šale itd.). Zaradi prozodičnih značilnosti (uporaba rime, stalnega ritma, soglasniškega ali samoglasniškega ujemanja ipd.) si jih je lažje zapomniti, dandanes pa zato ponujajo možnosti za nadaljnjo uporabo, npr. pri oglaševanju, prenosu mnenj na socialnih omrežjih ali forumih, grafitih ali modifikacijah v različnih medijih.

Ob raziskovanju zgodovine določene kulture je treba upoštevati pomanjkljivost interpretacij; to je še posebej problematično pri enotah, ki so v arhivih shranjene kot kulturni in jezikovni relikti ter so okrnjene konteksta. Paremiološke enote so v arhivu zabeležene kot zaključena poved (brez konteksta), to pa lahko interpretiramo na več načinov glede na poznavanje kulture in njenega jezikovnega metaforičnega delovanja. Te enote kažejo večjo pomensko variantnost, hkrati pa je mogoče sklepati o njihovem pomenu le na podlagi dostopnega znanja, kar bo vidno tudi pri obravnavanih enotah v nadaljevanju.

Pregovori tradicionalno spadajo na ožje področje paremiologije, vendar so še vedno tudi raziskovalni predmet (širše) folkloristike, sociologije, pedagogike, jezikoslovja itd. Semiotika oz. veda o znakih, kot je poudaril Grzybek (2014), ponuja metodologijo za raziskovanje globljih dimenzij prepletenih kulturnih ozadij pregovorov. Semiotika s poudarkom na pragmatični (razmerje med označenim in označencem), sintaktični (formalni odnosi med znaki) in semantični dimenziji (odnosi znakov s predmeti, za katere je mogoče uporabiti znake) (Morris

1938) omogoča opazovanje pregovorov z globljim vpogledom v kulturne pomene, pojme in svetovne nazore: paremiološke enote analizira kot kombinacijo več znakov prvega reda, ki postanejo zakodiran znak drugega reda, tj. metaforičnega ali metonimičnega pomena. Semiotika je v paremioloških raziskavah redkejša in se uporablja bolj pri analizi manjšega števila enot.

Do svetovnega nazora v pregovorih pa je mogoče dostopati tudi z etnolingvističnimi raziskovalnimi metodami, vključno z diahronim in sinhronim pristopom. Etnolingvistika kot samostojno področje daje jeziku posebno mesto v družbi. V jeziku se oblikujejo kulturni pomeni; jezik v besedah, frazeologiji, celo v slovnici posreduje stereotipizirane podobe sveta, te pa so osrednje zanimanje etnolingvistike. Jezik je kot material kulture, medtem ko je hkrati tudi kulturni metajezik: skupaj s folkloro velja za enega ključnih kulturnih kodov in izraznih oblik. Jezik je zato eden najpomembnejših virov za raziskovanje »ljudske kulture« (Tolstaja 2006). Po ljubljinski etnolingvistični šoli se vsi kulturni pomeni zberejo v neke vrste »jezikovne stereotipe« (Bartmiński 2005), ki kažejo naš poskus nadzora nad svetom. Analize relativno stalnih besednih zvez in besed v določenih kontekstih nam prikazujejo jezikovni zemljevid sveta z najpomembnejšimi družbenimi podobami, predstavami in stereotipi.

Etnolingvistika in semiotika sta zato najprimernejši metodi za raziskave družbenega pojava, ki je tematiziran v paremioloških enotah. Uporabo omenjenih metod za analizo kulturnih predstav, ki se odražajo v paremioloških enotah, bomo prikazali na gradivu pregovorov, ki tematizirajo alkoholne pijače, njihovo produkcijo in uživanje.

ALKOHOLNE PIJAČE IN NJIHOVA TEMATIZACIJA V PREGOVORIH

Alkoholne pijače so od nekdaj del vsakdanjega življenja kot tudi obredja, bakanalij, biblijskih čudežev: vino je tradicionalno pomemben del šamanističnih obredov (Lintrop 1996: 28), pa tudi del krščanskega obredja, raznih praznovanj in spremlja življenjske prelomnice (Baš 2004: 673) itd. Poleg tega pa so danes alkoholne pijače prisotne tudi v vsakdanjih aktivnostih, v katerih sodelujemo, kar je med drugim vidno na jezikovni in vizualni ravni (npr. oglasi, slikovno gradivo v medijih, fotografije v zasebnih zbirkah ipd.). Glede na geografsko lego lahko predvidimo večjo tematizacijo določenih alkoholnih pijač, pa tudi problematiko, povezano z njimi. Slovenija je znana po pridelavi vina: zaradi ugodne lege in primerne podnebja sta bila trta in vinogradništvo skozi zgodovino pomemben del permakulturnega sveta. Iz grozdja so pridelovali vino, medtem ko so žgane pijače bolj ali manj narejene iz drugega sadja (mešano sadje, hruška, sliva itd.), krompirja, zelišč (Baš 2004: 721). Na Slovenskem je bilo prisotno tudi pivo, pa čeprav v manjših razsežnostih kot vino – pred 2. svetovno vojno se je popilo dvakrat več vina kot piva (Baš 2004: 418); pivo je bilo skozi zgodovino pridelovano iz različnih žit (ječmen, proso, pšenica), pri boljših so dodajali hmelj. Domneva se, da je bilo varjenje piva poznano od naselitve alpskih Slovanov; gojenje hmelja in kuhanje piva se je v srednjem in novem veku razširilo med vse plasti prebivalstva, razmah pivovarstva v 19. stoletju pa je zatrl ljudsko pivovarstvo (Baš 2004: 417). Vse tri navedene alkoholne pijače – vino, žganje in pivo – so bile so prepletene z vsakdanjikom in obredji (praznovanja) (čeprav je bilo vino najbolj cenjeno), zato je pričakovano, da so alkoholne

pijače, njihova pridelava in uživanje tematizirani tudi v paremioloških enotah in prepleteni v metaforično mrežo izražanja. Pri tem je treba izpostaviti tudi tematiziranje nevarnosti uživanja alkoholnih pijač in problematičnih posledic uživanja alkohola.

Raziskave uporabe pregovorov z omembo alkoholnih pijač, njihovega uživanja ali pridelave niso nove; kljub vsemu pa je v slovenščini ta tema razmeroma redko obravnavana in jo zasledimo predvsem v navajanju tematskih enot ob obravnavanju drugih tem, še posebej v frazeologiji s širšega vidika (gl. Smole 2020), ali ob obravnavi prav določenega vidika, npr. v frazeologiji izražena vrednost vina v slovenski kulturi (gl. Będkowska-Kopczyk 2007).

METODOLOGIJA

Raziskava je potekala na zbirki pregovorov Inštituta za slovensko narodopisje ZRC SAZU (Babič idr. 2022). Zbirka vsebuje 36.462 enot, od teh je večina z oznako diplomatičnega zapisa (36.066 enot).¹ Celotna zbirka je digitalizirana in dostopna na repozitoriju Clarin.si.² Po gradivu je mogoče iskati z dvema spletnima konkordančnikoma, in sicer NoSketch Engine in KonText.

Iskanje paremioloških enot za raziskavo je potekalo v programu NoSketch Engine z uporabo ključnih besed in njihovih korenov (tj. iskanje po lemah), in sicer: vino (617 enot), pivo (2 enoti), žganje (13 enot), pijan (61 enot), pijanec (144 enot), piti (199 enot) in alkohol (3 enote). V konkordančniku NoSketch Engine lahko zasledimo podatek, da je beseda »vino« celo šesta po vrsti najpogostejših samostalnikov v gradivu, kar že kaže na pogostost tematiziranja obravnavane tematike. Izbrane pregovore sem določila glede na eno varianto posameznega pregovora (nekateri imajo več variant) ter jih razdelila v tri večje semantične skupine glede na besedilno okolje, metaforičnost in kulturno ozadje in jih interpretirala, kolikor je bilo to mogoče.

ANALIZA PAREMIOLOŠKEGA GRADIVA

Paremiološke enote s tematizacijo uživanja in pridelovanja alkoholnih pijač sem razdelila na štiri kategorije glede na besedilno okolje in pomen: 1) (časovno-)prostorski vidiki; 2) razmerja in uživanje alkohola: družbeni odnos do alkohola; 3) vpliv alkoholnih pijač na psihofizično stanje človeka; 4) alkoholne pijače in ekonomsko stanje. Namen kategorij je predvsem pokazati, katere vidike je družba izpostavila v paremioloških enotah.

1. (Časovno-)prostorski vidiki

Pregovori pogosto odsevajo prostore in z njimi povezane koncepte. Prvi prostorski koncept, ki se veže na pregovore, je nedvomno koncept zaokroženega območja ali celo nacionalnosti

1

Diplomatični zapis upošteva črkovni sistem in pravopisna pravila izvirnega besedila, ne popravlja ničesar, tj. ohranja tudi napake.

2

<https://www.clarin.si/repository/xmlui/handle/11356/1455#>.

v novejšem času. Ko govorimo o sledovih slovenskega območja v pregovorih, se vsekakor ne moremo izogniti vprašanju njihove internacionalnosti, kar potrjujejo tako isti izvori pregovorov v različnih jezikih (npr. Biblija, misli iz antičnih besedil ipd.) kot tudi prenašanje istih paremioloških enot med različnimi jeziki. Tako lahko narodnost gledamo po večini zgolj skozi prizmo tega, kaj določena zaokrožena družba sprejme kot pregovor in česa ne.

Drug, manjši nabor pregovorov, na katerega se bomo v tem prispevku bolj osredinili, pa je vezan na konkreten geografski prostor; ta se kaže predvsem v t. i. kmetijskih in vremenskih paremioloških enotah, ki jih le pogojno (kot »modrost prednikov«) uvrščamo med pregovore. Ti pregovori so odraz konkretnega geografskega prostora, meteoroloških pojavov in kulture, ki se na tem prostoru oblikuje.

Vremenske paremiološke enote močno odsevajo pomen geografske lege: vino je tako na Slovenskem vseprisotno (medtem ko npr. skandinavske dežele trt zaradi geografskih zakonitosti ne gojijo in ne pridelujejo vina, zato tudi nimajo takšnih paremioloških enot). Na Slovenskem imata gojenja trte in pridelava vina bogato preteklost (Baš 2004: 673–676), opazovanje vremena in prilagajanje letnega cikla pa se kažeta prav v vremenskih pregovorih. Pomen gojenja trte in vinogradništva je v teh paremioloških enotah izpostavljen, kar kaže na pomembnost vina v letnem ciklu, obredju in vsakdanjiku. Sama namembnost vinogradništva in gojenja trte se kaže v pregovoru »Brez vina se vinograd ne obdeluje«, kjer lahko zasledujemo dvojni pomen – po eni strani namembnost vinogradov in gojenja grozdja, ki je po večini skoncentrirana na pridelavo vina, po drugi strani je mogoče prebrati tudi, da se ob delu v vinogradu pije vino. Hkrati vremenske paremiološke enote očitno kažejo na visoko vrednost vina, pa tudi piva v družbi: zelena je bila velika letina grozdja in hmelja (ter žit v namene pridelave alkohola).

Vremenske paremiološke enote podajajo informacijo z določitvijo *časa* predvsem s poimenovanjem dni po svetnikih, opazovanje vremena pa je bilo v tem določenem času na določenem prostoru, v našem primeru na vinorodnem prostoru, tj. na Slovenskem (informacija, ki jo podajajo te vremenske paremije, ustreza določenemu (mikro)klimatskemu prostoru), in ta ne bi nujno ustrezala npr. italijanskemu ali madžarskemu vinorodnemu oz. hmeljskemu območju, npr. »Če na sveti večer sneži, prihodnje leto hmelj dobro dogodi.« Tako okvir pregovora sestavlja tudi čas-prostor, saj vremenski pregovori jasno kažejo pomembnost *prostora* v samem procesu pridelave vina: to sta vinograd in klet, od predmetov, kjer je vino shranjeno, torej »prostor za vino«, pa sod.

Če zemlja pred Miklavževo ne zmrzuje, kmet na polju in v vinogradu zlate kuje.

Pongrac, Servac, Bonifac je lejpi, te se nam slatkim vincem napunijo kleti.

Če Vinka sonce peče, v sode vino teče.

Če Pankraca sonce peče, sladko vince v klet priteče.

Paremiološke enote kažejo tudi na povezavo prostora, kjer so se ukvarjali z vinogradništvom, z revščino; očitna interpretacija pregovora je revščina kot posledica večje mere alkoholizma v teh krajih (gl. tudi Baš 2004: 673), druga je pač vezana tudi na (ne)kakovost zemlje za gojenje drugih pridelkov:

Vinski kraj – reven kraj.
Kdor kupi sod, bi rad še vino.

Konkretni prostorski vidik odsevajo tudi paremiološke enote, ki tematizirajo prostor, za katerega je značilno uživanje alkoholnih pijač, tj. gostilne. Gostilna je v teh pregovorih metafora za (prekomerno) uživanje alkoholnih pijač ter posledično uboštvo – tako zaradi zapravljanja denarja v gostilni kot tudi stereotipne predstave o nesposobnosti alkoholikov za delo, njihovem slabem zdravju in slabem vplivu na ljudi. Gostilno tako lahko semiotično interpretiramo kot znak na sekundarni ravni za pijačevanje. Paremiološke enote s tematiziranjem gostilne svarijo pred tem prostorom, ki naj bi bil po verovanjih povezan celo s hudičem oz. z negativnim:

Kamor Bog cerkev pozida, tje tudi »Bog ga nas vari« svojo gostilno postavi.
Kerčme, kavarne in žganjarije odgojujejo capine in potepine.
Več gostilnic – več uboštva.
Nobena gostilna nima tako ozkih vrat, da ne bi šla skoz nje vsa kmetija.
Nekaterim skrajša dneve kuhinja, drugim pa prevelika ljubezen do gostilne.

V vremenskih pregovorih sta prostor in čas tako povezana, da ju je težko v celoti razločiti, saj omenjanje določenega časa dobi pomen le v določenem prostoru. Po drugi strani družbeni prostori, kot so gostilne, obdelovalne površine ipd., pridobijo v pregovorih metaforični pomen. V metaforični preobleki se kot znak spremenijo, predvsem pa pridobijo veliko konotacij, ki postavijo vrednostno dimenzijo posameznemu znaku: vinograd kot obdelovalna površina in gospodarska dejavnost pozitivno, medtem ko gostilna kot prostor prevelike potrošnje dobrine negativno.

2. Razmerja in uživanje alkohola: družbeni odnos do alkohola

Pregovori odsevajo tudi družbene vidike uživanja alkohola v ožji in širši družbi: vidiki pijačevanja glede na spol (ženska – moški) in starost (otrok – odrasli) so načelni, medtem ko je pitje alkoholnih pijač v širši družbi tudi v paremioloških enotah izraženo ambivalentno. Pregovori kažejo nasprotujoče si vidike, tako spodbujanje pitja kot tudi njegovo prepoved.

Alkoholne pijače so bile v slovenski družbi načeloma nedopustne za ženske in prepovedane za otroke, čeprav je znano, da so dajali otrokom sesati v vino namočene krpe in pozneje v vino pomočene dude. Pogosto je bilo to posledica prepričanja, da pomaga proti bolečim dlesnim, ko otroku rastejo zobje. V ta namen so otrokom namazali dlesni z žganjem (terensko delo Bela krajina 2020; Baš 2004: 6). Kljub vsemu je družba obsojala takšna dejanja: »Vino je za otročnico, ne pa za otroka«.

Nasprotujoči vidik pa je najti v enotah, ki posredno potrjujejo ponujanje alkoholnih pijač otrokom ali ga celo spodbujajo:

Če pije vino otrok, ne bo maral zanj v starosti.
Kislo vino je za pijance, sladko za babe in otroke.

Zadnji pregovor očitno kaže, da so vino uživale tudi osebe, za katere je družba načeloma prepovedovala pitje alkoholnih pijač. Očitno je tudi močno izraženo zgražanje nad pitjem žensk, saj naj bi to vplivalo na njihovo promiskuitetnost:

Ženska/Baba pijana, rit prodana.
Pijana ženska je kot odprta trgovina.

Alkoholičarke pa naj bi poleg tega slabo skrbele za družino in dom, kar je potencialno pomenilo propad družine, slednje verjetno tudi zato, ker so, kot ugotavlja Irena Destovnik (2011: 45–54), ženske opravljale tako t. i. ženska kot moška opravila, medtem ko se moški ženskih opravil niso lotevali, torej so ostala nenarejena (več o tem Destovnik 2011); poleg tega so te ženske odstopale od norm vedenja, prevzemale vzorce, ki so bili stereotipno pripisani moškimi (glej tudi Mencej 2015):

Micka pijana, juha neslana.
Kjer je žena pijanka, na ognjišču toča bije. / ... gre povodenj skozi hišo.

Večja nedopustnost odvisnosti od alkohola pri ženskah kot pri moških je razvidna pri paremiološki enoti »Najgrša stvar na svetu je pijan moški, še veliko grša je pa pijana ženska«.

Po drugi strani pa je v pregovorih ženska med drugim lahko predstavljena kot oseba, ki spodbuja hitrost uživanja alkoholne pijače in lažje prodaja tudi manj kakovostno pijačo (oz. gledano širše, tudi manj kakovostno trgovsko robo):

Kjer se bab'ca vrti, tam se hitr' glaž šnopsa dobi.
Lepa gostilničarka proda tudi kislo vino.

Alkoholizem je močno vplival na družinsko dinamiko tudi, če je bil alkoholik moški. Pregovori izpričujejo predvsem težavno družinsko življenje z možem alkoholikom in svarijo ženske pred moškimi, ki pije brez mere:

Tista, ki pijanca poroči, pasje življenje živi.
Bolje bosa trnje mleti, kakor pijanca (za moža) vzeti.
Boljši je lejdig stan kot mož pijan.

Pregovori so neposredno svarilo ženskam, tako z metaforo kot s primerom, naj se izognejo takemu družinskemu življenju. Gradivo, na drugi strani, ne izpričuje svetovanja moškimi, naj se ne poročijo z ženskami, ki preveč pijejo. Predvidevamo lahko, da sta za to dva razloga: prvi je, da je (tudi zaradi družbenega pričakovanja) dejansko pilo manj žensk, sploh mladih, kot moških, drugi pa, da je bilo družbeno pričakovanje take situacije tako rekoč nično – od žensk se je pričakovalo, da ustrezajo zahtevam družbe glede tega, kaj pomeni biti odgovorna oseba (gl. Destovnik 2011).

Poleg družinske dinamike, na katero ima alkohol lahko uničujoč vpliv, pa je mogoče zasledovati tudi slab položaj alkoholika v družbi. Zavračanje alkoholika v družbi izpričuje naslednji pregovor, kar med drugim nakazuje osebni zaimek v orodniški obliki, tj. »s kom« (pregovor pa bi se lahko narečno nanašal tudi na zaradi alkoholizma zapravljeno zemljo,

živino in orodje, torej na odsotnost sredstev, kar je do določene mere posredno nakazovalo družbeno izključenost):

Kdor se z vinom brati, nima s kom orati.
Pijanca se ogni s senenim vozom.

Družbeno zavračanje alkoholikov pa je najti tudi v vidiku pregovorov, ki poudarjajo, da so pijanci hudobni:

Hudobec ni pijanč, le pijanč je hudobec.

Uživanje alkoholnih pijač in okajeno stanje sta bila izenačena z manjšo razsodnostjo, ki naj bi se izražala v večji odkritosti ter hkrati pogosteje izzvala spore in njihove pogosto težke posledice:

Kar misliš trezen, rečeš pijan.
Vino noge poveže, jezik razveže.
V pijanosti pokažeš, kaj si.
Vino dela mir, še večkrat pa prepir.
Vino na mizo, skrivnosti od mize.
Kdor pijan ubija, bo trezen obešen.

Uživanje alkoholnih pijač pa je lahko v družbi veljalo tudi kot nekaj pozitivnega – to je razvidno iz paremioloških enot, ki spodbujajo pitje alkoholnih pijač. Po eni strani je tematizirana družabnost, ki naj bi jo skupno pitje spodbujalo, po drugi strani pa je potencirano spodbujanje pitja alkoholnih pijač z argumentiranjem zabavnosti, kratkočasnosti, celo do take mere, da je enačeno s srečo (v družbi s prehrano in promiskuitetnim življenjem), na kar namiguje zadnji med primeri v tem odstavku:

Vino ni rado samo.
Kdor ne mara za vino, je gotovo pustež.
Kjer je vino in petje, ni straha, da ne bi bilo kratkočasno.
Še Kristus je bil vesel, ko je vince pil.
Vinska kapljica, svinjska rebrca, ženska stegenca: to je sreča.

Prvo paremiološko enoto (*Vino ni rado samo*) lahko interpretiramo tudi kot priporočilo za uživanje hrane ob pitju vina, saj ima slednje tako manjši učinek, kar se lahko nanaša tudi na bolj zmerno uživanje alkoholne pijače. Enota nakazuje možno variantnost pomena, hkrati pa tudi pri taki interpretaciji lahko predvidimo pomen družabnosti, saj so dogodki, kjer je (bila) ponujena hrana in pijača, zelo pogosto družabni. Vsekakor te enote kažejo na različno kontekstualno rabo in hkrati gibkost paremiološkega pomena.

3. Vpliv alkoholnih pijač na psihofizično stanje človeka

Alkoholne pijače so razumljene z dveh povsem različnih vidikov tudi pri obravnavanju psihofizičnega zdravja: po eni strani veljajo za uničevalca psihofizičnega zdravja, po drugi strani so razumljene kot zdravilo. Ta ambivalentnost kaže na družbeno »prepustnost« v odnosu

do alkoholnih pijač in je hkrati, kot tudi mnogo drugih paremioloških enot, odvisna od konteksta rabe: ali želi govorec uživanje pijače upravičiti, po navadi kot del družabnega življenja, ali grajati.

Razumevanje alkoholnih pijač, predvsem žganja, kot škodljivih za zdravje je mogoče prepoznati v naslednjih pregovorih:

Vino, brez mere pito, je strup.
Več jih umre od pijanosti kakor od žeje.
Strast pijančevanja je rja, ki razje zdravje.
Vino nima kosti, ali je že marsikomu kosti polomilo.
Žganje pomori jih več, nego kuga, glad in meč.

Paremiološke enote pa izpričujejo tudi problem odvisnosti in nezmožnosti opustiti prekomerno uživanje alkoholnih pijač:

Ko starec opusti vino, ga išči na drugem svetu.
Pri prvem kozarcu človek pije vino, pri drugem vino pije vino, pri tretjem vino pije človeka.

Alkoholne pijače s svojim opojnim učinkom vplivajo na psihofiziološke sposobnosti posameznika, pri čemer paremiološke enote izpostavljajo slabšanje le-teh:

Vino pravi: ali me nesi ali pa te bom vrglo.
Vpiti nad pijancem ali nad mlinskim kolesom je vse enako.

Paremiološke enote izpostavljajo tudi hitro slabšanje intelektualnih sposobnosti, kar je ubesedeno z norostjo ali bebavostjo, vsekakor pa alkoholno okajenost enačijo z izgubo pameti:

Vino iz pametnih napravi bedake.
Vino še modreca znori.
Dobro jutro žganje, zbogom pamet.
Vino je ustvaril bog za pametne ljudi, ne pa za norce.
Vino noter (v glavo), pamet ven.
Bog nam daje razum, hmelj nam ga spet vzame.

Kljub negativnim vidikom pa je alkohol v več enotah predstavljen tudi kot pozitivni element, ki lahko povrne zdravje, okrepi človeka. V teh primerih je alkoholna pijača razumljena kot zdravilo (nekatera žganja so celo specifično poimenovana, npr. orehovec, ki naj bi bil zdravilo za želodec, tavžentroža ipd.):

Tavžentroža zdravnika uboža.
Drž' se pipe in ne boj se gripe.
Še stare babice pravijo, da se z vinom zdravijo.
Zaradi pitja vode se zaredijo žabe, vino pa je dobro proti glistam.

Alkoholne pijače so veljale tudi kot stimulans, ki izboljša voljo, ter sredstvo, ki ponuja tolažbo in udobje, kar za čas pitja lahko pomeni lažje življenje.

Vino utopi skrbi.
Voda za obraz je kakor vino za dušo.

Paremiološke enote kažejo razumevanje alkoholnih pijač tudi kot strup, predvsem za umsko raven. Za fizično raven lahko predstavljajo tako strup kot tudi zdravilo (kar je nedvomno povezano tudi s količino zaužite pijače), medtem ko se zdi, da so za duševno raven alkoholne pijače razumljene kot blagodejno sredstvo, ki lahko lajša življenjske tegobe. Ta dvojnost je podobna kot v sodobni paremiološki enoti »Vsako zdravilo, prekomerno pito, je strup«.

4. Alkoholne pijače in ekonomsko stanje

Ekonomsko stanje kot pomemben dejavnik preživetja je vezano tako na gmotno stanje človeka kot tudi njegov slog življenja. Paremiološke enote opozarjajo na nevarnost dolgoročnega pijančevanja, ki rezultira v revščini:

Mlad pijanec – star berač.
Pijanca streha rebra kaže.

Priporočena je zmernost uživanja alkoholnih pijač, pri čemer sta izpostavljena zdravje in gmotno stanje:

Vino moraš po malem piti, če hočeš dolgo življenje užiti.
Če hočeš imeti na stara leta mirne dni, varuj se treh reči: žganja, kvartanja in zapeljivih ljudi.

Po drugi strani pregovori poudarjajo večjo vrednost alkoholnih pijač, sploh vina, ki je povezano še z obredjem. Ker je pridelava alkoholne pijače terjala trud, jo je bilo treba ceniti, pregovori jo povzdignejo tudi v »božjo pijačo«:

Kdor vino poliva, se iz Boga norca dela, ki ga je dal.
Kdor vino poliva in kruh na tla meče, bo še obojega stradal.

Povezavo z obredjem lahko zasledujemo v posameznih enotah, ki poimenujejo obredni element, ta pa lahko nastopa tudi kot evfemizem (*Še Kristus je bil vesel, ko je vince pil*), vendar je teh enot zelo malo.

Kot pri prejšnjih razdelkih je tudi pri ekonomskem vidiku izražena dvojnost, kjer pa se da razločiti med uživanjem alkoholne pijače, ki lahko pomeni ekonomski (in zdravstveni) propad, ter samo pridelavo (in predvideno prodajo), ki pa ni predmet kritike. Glede na njihovo vsebino opazamo, da večina obravnavanih paremioloških enot svari pred uživanjem alkoholnih pijač ali ga spodbuja, nobena pa ga neposredno ne prepoveduje. Nekatere enote sporočilo podajajo metonimično (npr. *Kdor vino poliva in kruh na tla meče, bo še obojega stradal*) ali eliptično (*Vinski kraj – reven kraj*), čeprav se precej neposredno nanašajo na obravnavano temo. Na drugi strani precejšnji del enot sporne teme obravnava metaforično, celo evfemistično (*Pijana ženska je kot odprta trgovina*), saj gre za težke življenjske teme, kot so psihični in fizični propad človeka, revščina, nasilje. Te teme so v pregovorih večinoma ubesedene v vzročni zvezi alkoholizmom, prevzetnostjo, lenobo, torej z negativno konotiranimi vzorci delovanja/obnašanja. Za poudarjanje slabega položaja je uporabljena primerjava z

zamišljeno fizično bolečino: fizična bolečina je boljša od trpljenja ob alkoholiku (*Bolje bosa trnje mleti, kakor pijanca (za moža) vzeti*).

SKLEP

V pregovorih o alkoholu najdemo odseve vsakdanjika, podatke o materialni in nematerialni kulturi, kot tudi stereotipen družbeni odnos do določenega pojava. Čeprav gre pri paremioloških enotah pogosto za široko razširjene enote, kot je latinski pregovor *In vino veritas* – v obravnavani zbirki preveden kot »V vinu je resnica« –, pa je treba upoštevati tudi dejstvo, da vsaka družba sprejme v svoje folklorno gradivo le tiste enote, ki imajo v tej družbi smisel, ki izražajo njene izkušnje, poglede in koncepte, družbi ali pokrajini lastno življenjsko filozofijo (ki pa je seveda lahko tudi nastala znotraj te družbe). Te družba lahko spremeni tudi v relativno stalne oblike, kot so pregovori.

Alkoholne pijače so pomemben del vsakdanjika in družbenega življenja, saj so vpletene v vse ravni družbenega življenja na Slovenskem: od njihove pridelave do sprotnega ali obrednega uživanja. V paremioloških enotah lahko zasledujemo prostorski vidik, ki pokaže prisotnost alkoholne pijače v prostoru. Tam, kjer je prisotno predvsem žganje, npr. v Estoniji in na Finskem, je večina paremioloških enot vezana na uživanje in pridelavo žganja;³ posledično je tudi sama prepoved uživanja alkoholnih pijač za ranljive skupine v paremioloških enotah bolj eksplicitna, spodbujanja pitja otrok pa ni zaslediti.

V slovenskih pregovorih prevladuje vino, najmanjkrat pa je tematizirano pivo. Omenjanje vina oz. njegove pridelave se zdi logično, saj je Slovenija predvsem vinorodna dežela (Baš 2004: 673), zato je to lahko tudi širša metafora za alkoholno pijačo. Posledično je vino dobrina, ki je imela veliko vrednost. Ljudje so zato natančno spremljali vreme, da so lahko predvideli letino, in številne vremenske paremije potrjujejo velik pomen vina v družbi. Po drugi strani žgane pijače niso imele tolikšne vrednosti, v pregovorih pa pogosto zasledujemo svarjenje pred propadom človeka ob prevelikem uživanju alkoholnih pijač. Deloma lahko neodobranje razberemo tudi iz enot, ki pijač ne poimenujejo, temveč se nanje obračajo z elipso in posredno.

Razbiranje kulturnih vidikov iz arhivskih virov, sploh okrnjenih, je pogosto problematično in lahko poraja sporne ali celo napačne interpretacije. Pregovori, kot je »Vino ni rado samo«, so zelo odvisni od konteksta in se lahko vežejo tako na družabno življenje kot tudi na kulinarčni svet (gl. zgoraj), eliptične paremiološke enote, npr. »Drž' se pipe in ne boj se gripe«, pa brez razlage informatorja postanejo povsem nerazumljive. Navedeni pregovor se namreč nanaša na žgane pijače, kar je razložil informator iz Bele krajine (2019): gospod je poudaril, da se pregovor nanaša le na žgane pijače, saj te »razkužijo telo«; pipa se metonimično nanaša na lonec za kuhanje žganja. Vse navedeno je bilo mogoče razbrati le s terenskim delom; takšne enote namreč lahko kaj hitro napačno interpretiramo in vključimo

3

Npr. v estonščini so celo pregovor »*In vino veritas*« oz. »V vinu je resnica« prilagodili v »*In viin veritas*« oz. »*Viinas peitub tõde*«, kar pomeni »V žganju je resnica« oz. »Resnica se skriva v žganju«.

preširok nabor pojavnosti. Navedeno kaže, da so paremiološke enote odličen vir za raziskave o družbenih vidikih, vendar le pod pogojem, da poznamo ali razumemo njihovo rabo in pomen pregovora kot znaka v celoti.

Ob natančnem pregledu gradiva se pokaže izrazita dvojnost v pregovorih, ki tematizirajo alkoholne pijače: alkoholne pijače, ki se pijejo v preveliki meri, uničujejo zdravje, so strup, toda po drugi strani zdravijo (npr. *V vinu je zdravje in bolezen*); alkoholne pijače razvedrijo in so pomemben del družabnega življenja (npr. *V vinu je veselje doma*), vendar hkrati lahko povzročijo izključenost in socialni propad; alkoholne pijače so namenjene odraslim, toda hkrati nedostojne za ženske, otroci jih ne smejo piti, ampak hkrati so dovoljene. Pijača lahko obeta bogastvo (vremenski pregovori) ali pač ekonomski propad; in čeprav je gostilna »hudičevo delo«, »bog vedno bdi« nad pijanci. V gradivu je zaslediti tudi večje neodobravanje žganih pijač, medtem ko je vino tista alkoholna pijača, ki je sicer lahko nevarna, pa vendar izredno cenjena.

Paremiološke enote vsekakor izkazujejo ambivalenten odnos slovenske družbe do alkoholnih pijač: istočasno so produktiven (družabnost, del rituala, praznovanja ipd.) in destruktiven element (alkoholizem, ekonomski propad, strup). Družba kritizira pretirano uživanje alkoholnih pijač, ženskam in otrokom jih tako rekoč prepoveduje, hkrati pa pitje spodbuja, sploh v družbi. Takšni pregovori ne pokažejo kulturnega delovanja neposredno, temveč nam nudijo namige o ustaljenih kulturnih vidikih, ki vztrajajo vse do danes.

ZAHVALA: Članek je nastal v okviru temeljnega raziskovalnega projekta 'Tradicionalne paremiološke enote v dialogu s sodobno rabo' (ARRS J6-2579) in raziskovalnega programa 'Etnološke, antropološke in folkloristične raziskave vsakdanjika' (ARRS P6-0088).

CITIRANE REFERENCE

- Babič, Saša, Tomaž Erjavec, Barbara Ivančič Kutin, Nataša Jakop, Monika Kroječ Telban, Miha Peče, Marija Stanonik in Katarina Vendramin 2022 'Arhiv pregovorov Inštituta za slovensko narodopisje ZRC SAZU.' Spletni vir: <<https://www.clarin.si/repository/xmloi/handle/11356/1455#>>, 7. 10. 2022.
- Bartmiński, Jerzy 2005 *Jazykovej obraz mira: očerki po etnolingvistike*. Moskva: Indrik.
- Baš, Angelos, ur. 2004 *Slovenski etnografski leksikon*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Będkowska-Kopczyk, Agnieszka 2007 'Wino i jego natura w oczach Słoweńców: (rozważania semantyczne o parcie o przysłowia słoweńskie).' *Świat techniki i humanistyki*: 111–114.
- Destovnik, Irena 2011 *Moč šibkih: Ženske v času kmečkega gospodarjenja*. Celovec: Založba Drava.
- Dundes, Alan 1965 *The Study of Folklore*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Georges, Robert A. in Michael O. Jones 1995 *Folkloristics: An Introduction*. Bloomington: Indiana University Press.
- Gibbs, Raymond W., Michael D. Johnsson in Herbert L. Colston 1996 'How to Study Proverb Understanding.' *Metaphor and Symbolic Activity* 11: 233–239.
- Grotjahn, Rüdiger in Peter Grzybek 2000 'Methodological Remarks on Statistical Analyses in Empirical Paremiology.' *Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship*: 121–132.
- Grzybek, Peter 2012 'Proverb Variants and Variations: A New Old Problem?' V: *Proceedings of the Fifth Interdisciplinary Colloquium on Proverbs*. Outi Lauhakangas in Rui J. B. Soares, ur. Tavira: IAP. Str. 136–152.
- 2014 'Semiotic and Semantic Aspects of the Proverb.' V: *Introduction to Paremiology: A Comprehensive Guide to Proverb Studies*. Hrisztalina Hrisztova-Gotthardt in Melita Aleksa Varga, ur. Varšava in Berlin: de Gruyter. Str. 68–111.
- Hasan-Rokem, Galit 1982 'The Pragmatics of Proverbs: How the Proverb Gets Its Meaning.' V: *Exceptional Language and Linguistics*. Loraine K. Obler, ur. New York: Academic Press. Str. 169–173.
- Honeck, Richard P. 1997 *A Proverb in Mind: The Cognitive Science of Proverbial Wit and Wisdom*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Hymes, Dell 1962 'The Ethnography of Speaking.' V: *Anthropology and Human Behavior*. Thomas Gladwin in William C. Sturtevant, ur. Washington: Anthropological Society of Washington. Str. 13–53.
- Jolles, André 1930 *Einfache Formen: Legende, Sage, Mythe, Rätsel, Spruch, Kasus, Memorabile, Märchen, Witz*. Halle (Saale): Niemeyer.
- Lintrop, Aado 1996 'The Incantations of Tubyaku Kosterkin.' *Folklore: Electronic Journal of Folklore* 2: 9–28. DOI:10.7592/FEJF1996.02.tubinc.
- Matičeto, Milko 1956 *Pregovori in uganke: Ljudska proza*. Ljubljana: Slovenska matica.
- Mencej, Mirjam 2015 'Unwitching: The Social and Magical Practice in Traditional European Communities.' *Western Folklore* 74(2): 115–159.
- Mieder, Wolfgang 1993 *Proverbs are Never Out of Season: Popular Wisdom in Modern Age*. New York in Oxford: Oxford University Press.
- Morris, Charles W. 1938 *Foundations of the Theory of Signs*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Norrick, Neal R. 1985 *How Proverbs Mean: Semantic Studies in English Proverbs*. Berlin: Mouton.
- Permjakov, Grigorij L. 1979 [1970] *Ot pogovorki do skazki (Zametki po obščej teoriji kliše)*. Moskva: Nauka.
- Pitkin, Hanna F. 1972 *The Concept of Representation*. Berkeley, Los Angeles in London: University of California Press.
- Seitel, Peter 1969 'Proverbs: A Social Use of Metaphor.' *Genre* 2: 148–161.
- Smole, Vera 2020 'Staro in novo v slovenski narečni frazeologiji: Kako se kadi, laže, leze in pije po slovensko.' V: *Novoe v ruskoj i slavjanskoj frazeologii*. Alla Arhangel'ska, ur. Olomuc: Universita Palackego v Olomuci. Str. 94–101.
- Taylor, Archer 1931 *The Proverb*. Cambridge: Harvard University Press.
- Tolstaja, Svetlana M. 2006 *Slavjanskij i balkanskij folklor: Semantika i pragmatika teksta*. Moskva: Indrik.
- 2015 *Obraz mira v tekste i ritualu*. Moskva: Univerza Dimitrija Požarskega.

Proverbs about alcohol reflect everyday life, information about material and immaterial culture, as well as stereotypical societal attitudes toward a particular phenomenon. Even though many paremiological units are often widely used – such as the Latin proverb “*In vino veritas*”, translated in the Slovenian collection of proverbs as “In wine there is truth” – it is necessary to take into account the fact that each society includes in its folkloric material only those units that have a function in that society, expressing its experiences, views and concepts, a society’s or landscape’s own philosophy of life (which, of course, may have originated within that society). The society may also translate these into relatively permanent forms such as proverbs.

Alcoholic beverages can be an important part of everyday and social life, and they play a role in Slovenia at all levels of social life: from their production to their occasional or ritual consumption. Paremiological units enable us to trace the spatial aspect, which shows the presence of an alcoholic beverage in a specific place.

Wine dominates in Slovenian proverbs, with beer being the least frequently mentioned alcoholic beverage. Slovenia is primarily a wine-growing country, so the mention of wine or its production seems logical; it can also be used as a broader metaphor for an alcoholic beverage in general. Consequently, wine was a commodity of high value. People therefore watched the weather closely to predict the harvest and many weather paremias confirm the great importance of wine in society. Spirits, on the other hand, had no such value, and proverbs often warn of a person’s downfall from excessive consumption of alcoholic beverages. Some of the disapproval can also be seen in the units that do not name the beverages, referring to them with an ellipsis and indirectly.

A close examination of the material reveals a clear duality in the proverbs that address alcoholic beverages: drunk in excess they destroy health and are poison, but on the other hand they also heal (e.g., *In wine are health and disease*); alcoholic beverages cheer you up and are an important part of social life (e.g., *In wine is joy at home*), but at the same time lead to exclusion and social breakdown; alcoholic beverages are intended for adults but at the same time indecent for women, children are not allowed to drink them but at the same time they are permitted. A drink can promise wealth (weather proverbs) or economic collapse, and although the tavern is “the work of the devil,” God “always watches” over drunkards. The material also shows a higher level of disapproval when it comes to spirits, while wine is the alcoholic beverage that can be dangerous but is also highly valued. The paremiological units clearly show the ambivalent attitude of Slovenian society to alcoholic beverages: they are an element that is simultaneously productive (sociability, a part of rituals, festivals, etc.) and destructive (alcoholism, economic collapse, poison). Society criticizes the excessive consumption of alcoholic beverages, practically forbids it for women and children, but at the same time promotes alcohol consumption, especially in company. Such proverbs do not directly show cultural activity but give us clues about established aspects of culture that persist to this day.