

Strategija eufemizacije i stereotipi o ženama u hrvatskoj književnosti

Mikić, Ana

Source / Izvornik: **Lingvistika javne komunikacije: sociokulturni, pragmatički i stilistički aspekti, 2009, 15 - 23**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:422562>

Rights / Prava: [Attribution 3.0 Unported/Imenovanje 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-07**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)




DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**Lingvistika javne komunikacije:
Sociokulturni, pragmatički
i stilistički aspekti**

UREDNICI

MARIO BRDAR

MARIJA OMAZIĆ

BRANIMIR BELAJ

BRANKO KUNA

Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku
Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera

Zagreb - Osijek

2009

Izdavač:
Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku
Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera

Za izdavača:
Mario Brdar

UDK oznake:
mr. sc. Vera Erl

ISBN: 978-953-314-002-5

*CIP zapis dostupan
u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice
u Zagrebu pod brojem 702160.*

Tisak:
Grafika d.o.o.
Osijek

Naklada:
300 primjeraka

SADRŽAJ

Uvodna riječ	ix-xiii
I. PRAGMATIČKI UČINCI U KOMUNIKACIJI/ PRAGMATIC EFFECTS IN COMMUNICATION	
PIOTR CAP Axiological proximization in the Iraq war rhetoric	3-14
ANA MIKIĆ Strategija eufemizacije i stereotipi o ženama u hrvatskoj književnosti	15-23
JELENA ILIĆ Uvredljivi jezik u crtićima engleskoga govornog područja	25-33
VLADO SUŠAC Metonimija i njezine funkcije u predizbornim kampanjama	35-44
ADISA IMAMOVIĆ Pojmovna metafora kao moćno oruđe u marketingu	45-55
MIRTA HABUŠ Jezična analiza reklamnih poruka na primjeru Parmigiana-Reggiana	57-67
DANIELA MATIĆ - NATAŠA STOJAN Oglasi za posao kao oblik javne komunikacije	69-84
ALISA MAHMUTOVIĆ RAKOVAC - IVANA JOZIĆ Frekvencija i funkcija mocijskih parnjaka u novinskom diskursu	85-95

VESNA DEŽELJIN Jezična i komunikacijska kompetencija i usvajanje jezika kompetencije	97-107	GORAN TANACKOVIĆ FALETAR O značenju i uporabi etičkoga dativa	207-217
II. STILISTIČKI ASPEKTI JAVNE KOMUNIKACIJE/ STYLISTIC ASPECTS OF PUBLIC COMMUNICATION		PETAR RADOSAVLJEVIĆ Govorni rumunjski jezik i žargon u javnoj komunikaciji	219-228
SANDA LUCIJA UDIER - IVANČICA BANKOVIĆ MANDIĆ Suvremena hrvatska politička publicistika – političke kolumne	111-123	IV. JEZIK NOVIH MEDIJA/THE LANGUAGE OF NEW MEDIA	
BRANKA BLAŽEVIĆ - TATJANA ŠEPIĆ - MARINA RONČEVIĆ Sakralne kršćanske metafore u jeziku tiskanih glasila	125-137	DUNJA PAVLIČEVIĆ-FRANIĆ SMS-poruke – nova lingvistika komunikacije u diskursu novih medija	231-242
SANJA BERBEROVIĆ - NIHADA DELIBEGOVIĆ DŽANIĆ Političari, dvorske dame i kajgana? Teorija konceptualne integracije i politički humor	139-153	TANJA PAVLOVIĆ Jezik SMS-poruka	243-252
RITA BRDAR-SZABÓ - MARIO BRDAR - LANA JAKOBOVIĆ Distance, proximity and metonymies in English, Croatian and Hungarian daily newspapers	155-164	SANEL HADŽIAHMETOVIĆ-JURIDA English on the Internet: The language of e-mail, chatrooms and forums	253-264
DOMINIK VAJN Phraseological units as indicators of authorship in forensic linguistics	165-179	IVANA MARINIĆ - IVANA ŽIVIĆ Metafore za ljubav u engleskim i hrvatskim blogovima	265-279
III. IZMEĐU JAVNE I PRIVATNE KOMUNIKACIJE/ BETWEEN PUBLIC AND PRIVATE COMMUNICATION		ANITA PAVIĆ PINTARIĆ Upotreba poslovice u hrvatskim blogovima	281-290
DUNJA JUTRONIĆ Udio lokalnoga govora u svakodnevnoj komunikaciji	183-192	BLAŽENKA FILIPAN-ŽIGNIĆ Utjecaj medija koji prenosi reklamnu poruku na njezin jezik	291-299
MARIJANA ALUJEVIĆ - TANJA BREŠAN Pozdravi kao dio javne komunikacije u splitskom govoru	193-206	V. PERCEPCIJA JAVNE KOMUNIKACIJE/THE PERCEPTION OF PUBLIC COMMUNICATION	
		IVANA OLUJIĆ Percepcija kakofonije u javnoj komunikaciji rumunjskim jezikom	303-311

DAMIR HORGA - INES ŠAFARIĆ –
SMILJANA ŠTAJNER-KATUŠIĆ
Govorna komunikacija alaringealnih osoba

313-322

NIKOLA RAŠIĆ
Pouke nizozemskih pravopisnih reformi

323-338

UVODNA RIJEČ

Radovi koji obrađuju neki od fenomena javne komunikacije u zbornicima Hrvatskoga društva za primijenjenu lingvistiku postali su njihovim zaštitnim znakom, no XXII. međunarodni znanstveni skup, održan od 22. do 24. svibnja u Osijeku, bio je u cijelosti tomu posvećen te je nosio naziv *Lingvistika javne komunikacije*. U hrvatsko je jezikoslovlje taj pojam uveo Dubravko Škiljan, a on je pod njim podrazumijevao proučavanje konteksta i proučavanje (javnoga) jezika koji se u njemu upotrebljava te stoji u opreci s privatnim ili intimnim.

Govor o javnom općenju jest najizravniji način govora i tumačenja društva jer djelatnost je općenja izvor društvenoga djelovanja kojemu je krajnji i jedini cilj uspostava zajednice, odnosno društvenosti ili, prema Habermasu, zdravoga životnog okoliša. Pristigli članci (27) u knjizi razlažu prijenos i razmjenu značenja u javnoj komunikaciji s obzirom na namjere, mogućnosti pošiljatelja, narav i vrstu medija te situacijski i jezični kontekst. U najvećem broju istražuju i predočuju narav razmjene poruka u komunikacijskim kanalima koji su pod nekim oblikom formalnog društvenog nadzora te se odvijaju i u društveno strože normiranim situacijama, stoga i sadržavaju predvidljive, očekivane ili konvencionalne elemente. Osim toga, jedan je dio rasprava usmjeren na istraživanje jezika novih medija u kojima su mehanizmi nadzora zatomljeni, u tragovima ili ih nema, čime izbljeđuje bit komunikacije kao društvenog, pravilima usmjerenog djelovanja. Mjesto u knjizi našle su i teme u kojima se elaborira o jeziku kao oruđu, primarno usmjerenom na ostvarivanje unaprijed zadanih ciljeva, postizanje uspjeha te pridobivanje publike za svoju korist. Medijski je diskurs kao mjesto susreta različitih političkih i društvenih ideja i ideologija, nezaobilazan u govoru o javnoj komunikaciji, radovi s tim u vezi dokaz su kako istina u medijima nikada nije neutralna jer se pokroviteljstvo i utjecaj određenih političkih skupina ne može isključiti. U procijepu između interesa javnosti i potrage za novim tržišnim načinima pridobivanja korisnika može se nazrijeti i problem društvene (ne)odgovornosti, poštivanja općih pravila ponašanja i moralnih načela u „služenju javnosti“ tako da mediji ponekad služe kao vježbališta za manipulaciju umjesto da budu obrana od nje.

Zbornik je tematski razdijeljen na pet dijelova. Njegova prva tematska cjelina sastoji se od osam radova, a nosi naslov *PRAGMATIČKI UČINCI U KOMUNIKACIJI / PRAGMATIC EFFECTS IN COMMUNICATION*. U radu *Axiological proximization in the Iraq war rhetoric* Piotr Cap proučava jednu od najmoćnijih strategija za postizanje efekta legitimizacije u političkom diskursu, čiji je cilj predstaviti slušateljima negativne i prijetne implikacije aktualnih događaja. Nakon što slušatelj percipira osobne posljedice takvih prijetnji, vrlo je vjerojatno da će akcije koje govornik predlaže u cilju neutralizacije prijetnje doživjeti kao legitimne. Ana Mikić u članku *Strategija eufemizacije i stereotipi o ženama u hrvatskoj književnosti* govori o fenomenu koji je u suvremenom društvenom ozračju korektnosti, tolerancije i uljudnosti postao neizostavan dio prostora javne komunikacije. U književnim se tekstovima naime semantičkim praznjenjem napuštaju okviri uobičajene upotrebe eufemizama kada je riječ o ženskim li-

- Chilton, Paul (2004). *Analysing Political Discourse. Theory and Practice*. London: Routledge.
- Chilton, Paul (2005). Discourse Space Theory: Geometry, brain and shifting viewpoints. *Annual Review of Cognitive Linguistics* 3: 78-116.
- Hartman, Robert (2002). *The Knowledge of Good: Critique of Axiological Reason*, edited by A. Ellis and R. Edwards. Amsterdam: Rodopi.
- Lemos, Ramon M. (1995). *The Nature of Value: Axiological Investigations*. Gainesville, FL: The University of Florida Press.
- Levinson, Stephen (2000). *Presumptive Meanings: The Theory of Generalized Conversational Implicature*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Pomeroy, Leon (2005). *The New Science of Axiological Psychology*. Amsterdam: Rodopi.
- Silberstein, Sandra (2004). *War of Words*. London: Routledge.

AKSIOLOŠKA PROKSIMIZACIJA U RETORICI RATA U IRAKU

Jedna je od najučinkovitijih strategija za postizanje efekta legitimizacije u političkom diskursu proksimizacija. Njezina je bit predstavljanje mogućih utjecaja događaja na diskursnoj pozornici na slušatelja, a uglavnom se radi o negativnim utjecajima ili prijetnji. Nakon što slušatelj percipira osobne posljedice takvih prijetnji, vrlo je vjerojatno da će akcije koje govornik predlaže s ciljem neutralizacije prijetnje doživjeti kao legitime. Proksimizaciju se može proučavati s tri aspekta: prostornog, vremenskog i aksiološkog. Ovaj se rad usredotočava na aksiološki aspekt, tj. na slušateljev doživljaj rastućeg antagonizma između sustava vrijednosti koji dijele slušatelji i govornik i vrijednosti koje karakteriziraju suprotnu stranu na diskursnoj pozornici. Dio mehanizma proksimizacije je i slušateljeva percepcija postojanog ideološkog sukoba koji se naposljetku ostvaruje u fizičkom srazu govornika/slušatelja i protivnika. Taj je mehanizam naročito uočljiv u američkom ratu protiv terorizma (a napose u ratu u Iraku). Dva su suprotstavljena tabora: „zapadne demokracije“ i „diktature i režimi“ (na Srednjem istoku).

Ključne riječi: proksimizacija; legitimizacija; aksiologija; intervencionistički diskurs; rat u Iraku.

UDK 811.163.42'373.49
Izvorni znanstveni rad

Strategija eufemizacije i stereotipi o ženama u hrvatskoj književnosti

ANA MIKIĆ

Filozofski fakultet Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku

Duboka ukorijenjenost eufemizama u komunikacijskoj praksi učinila ih je predmetom ne samo retoričkih i književnoteorijskih već u posljednje vrijeme sve češće i pragmatičkih i sociolingvističkih rasprava. U radu se govori o strategiji eufemizacije koja je u suvremenom društvenom ozračju korektnosti, tolerancije i uljudnosti postala neizostavnim dijelom prostora javne komunikacije. Uslijed traženja načina da se tekst učini dopadljivijim i zanimljivijim, u književnom se diskursu izlazi iz tih uobičajenih okvira upotrebe eufemizama. Naime, primijećeno je da se oni rabe semantički ispražnjeni i to uglavnom kada je riječ o ženskim likovima, otkrivajući tako cijeli spektar muških stereotipa o ženama i o njihovu položaju i statusu u društvu te otvarajući problem istovjetnosti njihova odraza u književnoj formi.

Ključne riječi: strategija eufemizacije; društveni stereotipi; značenjsko polje *žene*.

1. UVOD

Religija, praznovjerje, čovjekova intima, politika kao i mnoga druga za čovjeka životno važna ili opasna područja oduvijek su podlijegala cenzuri. Velika nesreća, bolest ili smrt, prema vjerovanjima primitivnih plemena, bile su kazne za povredu svetosti i nedodirljivosti stvari, mjesta ili osoba posvećenih bogovima, odnosno za povredu tabua. Bojeći se kazne, ali i stvari koju pojedina riječ označuje, ljudi su izbjegavali njezino izravno imenovanje. Do danas to se nije promijenilo pa se često poseže za ublaženim izrazima, odnosno eufemizmima koji su dugo proučavani samo u okvirima teorije književnosti kao mikrostrukture stila,¹ dok su se u svakodnevnom općenju proširili na velik raspon idioma, često i funkcionalno oprečnih, od žargona tajnih socijalnih i profesionalnih skupina do kolokvijalnoga i općeg jezika (Kuna 2003). Svima je zajedničko nastojanje da se upotrebom ublaženog izraza ne povrijede osjećaji i uvjerenja sugovornika (Dąbrowska 1992), da se izbjegne gubitak obraza: bilo vlastitog, bilo tuđeg uvredom obraza slušatelja ili koje treće strane (Allan i Burridge 1991), odnosno da se zamijene nepoželjne i situaciji neprimjerene i neodgovarajuće riječi koje izravno upu-

¹ O tome vidi Škreb i Stamać (1998: 233-283).

čuju na referenta te imaju konvencionalno neugodne asocijacije (Kuna 2007). Strategija eufemizacije tako je prešla put od straha i nastojanja da se „umire misteriozne sile koje upravljaju svemirom“ (Neaman i Silver 1983) do snažne čovjekove želje da ne uvrijedi sugovornika postajući imperativom, kako privatne, tako i javne komunikacije u ozračju korektnosti, tolerancije i uljudnosti modernih društava.

S druge strane, moderna je književnost inzistirajući na narušavanju čitateljeva lagodna konzumentskog odnosa,² u eufemizmima prepoznala neograničenu mogućnost inovacije, pa se oni počinju rabiti kako bi se tekst učinio zanimljivijim i dopadljivijim. Istraživanjem književnih djela hrvatskih autora Zorana Ferića, Rujane Jeger, Mire Gavrana, Ranka Marinkovića, Slobodana Novaka, Gorana Tribusona i Dubravke Ugrešić ekscerpiran je korpus eufemizama čijom će se analizom pokušati utvrditi značenjska polja na kojima su oni najučestaliji kao i njihova funkcija u istraženim književnim djelima.

2. DRUŠTVENI STEREOTIPI I NJIHOV ODRAZ U KNJIŽEVNOJ FORMI

Poetika imanentizma, autonomije i originalnosti u modernoj teoriji književnosti unaprijed je odredila negativan stav književnoga djela prema stereotipima. Ti „okamenjeni jezični klišeji neprovjerenoga predznanja“ (Kulcsár Szabó 2006: 18) što ga ljudi posjeduju, često ne znajući točno odakle, smatrani su znakom krutosti, nedostatka individualnosti te estetske inferiornosti. Misaono-ekonomična funkcija stereotipa (Szajbely 2006) prema kojoj se nova iskustva neprestano pridodaju već postojećim slikama u glavi, istosti i sličnosti se skraćuju, a razlike potiču i strukturiraju spoznajni proces tako je potisnuta u drugi plan. Ipak, tek je pogled na ženske likove u povijesti hrvatske književnosti dovoljan da se postavi pitanje je li književnost uopće moguća bez stereotipa. Naime, tipizirani su se ženski likovi smjenjivali u književnosti onako kako se mijenjala stereotipna slika žene u društvu: od svete udovice Judite, psihički i fizički slomljene Melite, fatalne Laure, prijektivorne i zle Line te neodlučne i ravnodušne Sabine koje su još uvijek opterećene Evinim naslijeđem biblijske zavodnice, do hrvatske Penelope, putene, nedužne i strpljive Gige Barićeve koja čeka bolesno ljubomornog Odiseja. U tom svjetlu stereotipi se nameću kao kapital koji povezuje književnost sa širokim područjem djelovanja iz kojih nastaje kultura (Kékesi 2006), odnosno njihova je temeljna zadaća omogućiti autoru da pobudi određene asocijacije kod čitatelja samim njihovim spominjanjem.

² Kako bi označio prekid takvog odnosa Viktor Šklovskij u djelu *Uskrnuće riječi* (1914.) uvodi pojam *očudavanja* kojim podrazumijeva postupak narušavanja automatizma percepcije, a kasnije i uspostavljenih književnih kanona u procesu književne evolucije (Biti 1997).

3. STRATEGIJA EUFEMIZACIJE U SUVREMENOJ HRVATSKOJ KNJIŽEVNOSTI

Analiza ekscerpiranih eufemizama nametnula je njihovu podjelu u dvije veće skupine. Čovjekov strah od smrti odrazio se u književnosti bogatim eufemističnim jezikom kojim se pokušava ublažiti neugodne konotacije koje se uz nju vežu, dok drugu veliku skupinu čine eufemizmi vezani uz čovjekove fizičke i moralne osobine među kojima dominiraju oni vezani uz značenjsko polje *žene*. Tek je pogled na korpus dovoljan za uočavanje da se neka područja eufemiziraju znatno češće nego druga što, imajući u vidu društveni kontekst njihove upotrebe, implicira nove funkcije koje eufemizmi dobivaju u suvremenim djelima hrvatske književnosti.

3.1. VJEČNI TABU: EUFEMIZMI VEZANI UZ SMRT I UMIRANJE

Neke su pojave za čovjeka previše bolne i intimne da bi se o njima govorilo bez „jezične zaštite“. Jedna od njih nesumnjivo je smrt, bezvremenski tabu u kojemu koegzistiraju psihološke, religiozne i socijalne zabrane (Crespo Fernández 2006). Čovjekovo tradicionalno odbijanje da se suoči sa smrću koje je posljedica osjećaja straha zbog neizbježnosti njezina dolaska i sudbine nakon nje te njegovu težnju da izbjegne njezino izravno imenovanje rezultirali su u jeziku brojnim eufemizmima. Smrt se tako, u duhu kršćanskoga vjerovanja, nastoji prikazati kao poželjan događaj upotrebom brojnih konceptualnih metafora³. U djelima suvremene hrvatske književnosti eufemizmi vezani uz smrt su najbrojniji:

Miro Gavran: *zakoraknuti u prazno, otići u nepostojanje, otići, biti pozvan k Bogu, otići na onaj svijet, pustiti dušu*

Slobodan Novak: *otići u čistilište, predstaviti se Bogu, otići u groblje, zakoračiti na rajske staze, biti uzet na nebo*

Goran Tribuson: *polako se osipati, gasiti i zaustavljati, preseliti se na onu stranu, usnuti, skončati, otići u posljednje sklonište, otići u zemlju ili u nebo, prijeći u onostranost, biti na odlasku, vratiti se ilovači.*

Neki od navedenih eufemizama, *otići, usnuti, skončati, biti na odlasku*, mogu se označiti kao kontekstualni jer njihovo eufemistično značenje proistječe iz komunikacijskoga smisla, odnosno ovisi o pragmatičkim okolnostima. Brojni pronađeni primjeri pokazuju da je eufemizacija kao govorna strategija itekako uzela maha te se komunikacijski neprikladni izrazi vrlo često zamjenjuju sinonimnim eufemističnim izrazima.

³ Konceptualne metafore predmet su proučavanja kognitivne lingvistike. U knjizi *Metaphors We Live By* autori George Lakoff i Mark Johnson (1980: 3) navode kako je ljudski konceptualni sustav prirodno metaforičan što metaforu čini neizbježnim dijelom svakodnevnice komunikacije. Među češćim konceptualnim metaforama za smrt našle su se: SMRT JE PUTOVANJE, SMRT JE ODMOR, SMRT JE NAGRADA.

3.2. EUFEMIZMI VEZANI UZ ZNAČENJSKO POLJE „ŽENE“

Društveni poreci doveli su do tipizacije rodnih uloga. Muškarcima se tako pripisuje grešnija priroda, koja se očituje kroz izživljavanje neobuzdanih impulsa, dok se, s druge strane, žensku prirodu smatra znatno čišćom. Tradicionalan stav o ženskoj poročnosti i zavodničkoj prirodi koji je svoje izvore imao u liku biblijske Eve, zamijenjen je u 18. stoljeću novim stereotipom žene koji će vladati obiteljskom scenom tijekom cijelog razdoblja uspona građanstva pa sve do 20. stoljeća. Tada se razvija i kult djeteta, a zbog njegove važnosti slika žene gotovo se u potpunosti izjednačava sa slikom majke, dok njezina posebna misija postaje ljudskost. Ako muškarac utjelovljuje znanost, tržište ili politiku, žena svojim majčinskim suosjećanjem ponovno topi hladnoću koju on nosi iz tih područja. Strogi otac i nježna majka postaju međusobno komplementarne figure građanske obitelji.

Iako je u drugoj polovici 20. stoljeća govor o ženi i njezinu udjelu u društvu postao gotovo znakom društvene zrelosti, na žene se prestalo gledati kao na salonski ukras, a predrasuda o ženskoj pasivnosti počela se smatrati mužjačkim atavizmom (Novak 2004b), pronađeni eufemizmi ipak odaju vizuru psihički i fizički slomljene žene upitnih moralnih kvaliteta, a njihovom analizom otkrivaju se sve stereotipne slike žene koje su se u zapadnim društvima razvijale stoljećima. Eufemizmi vezani uz tematsko polje *žene* pronađeni u djelima hrvatskih književnika podijeljeni su u tri tematske skupine⁴ koje se oslanjaju na uvriježene društvene stereotipe: eufemizmi vezani uz izgled žene, eufemizmi vezani uz intimni život žene i njezine moralne nedostatke te eufemizmi vezani uz bolesti i fiziološke procese u tijelu.

Početak 20. stoljeća tip „nove žene“ tjera sentimentalnu junakinju s pozornice, a rekonstrukcija tragova potisnute ženstvenosti očituje se kroz promjenu mode koja postaje simbol veće slobode kretanja. Upravo se posredstvom modne industrije razvija predrasuda da žene treba gledati, a ne slušati koja je rezultirala stereotipnim slikama žene u različitim vremenskim razdobljima. Bilo da je riječ o pedesetim godinama kada su žene na reklamama prikazivane s pogledom prema dolje izbjegavajući pogled promatrača ili s iznenađenim, pomalo naivnim izrazom lica, ili pak o modernim reklamama na kojima, s nešto više samopouzdanja gledaju promatrača, ali nerijetko nad njima bdiju muškarci, uspostavljaju se nerealni kriteriji, odnosno individualne se značajke proglašavaju stvarnim obilježjem cijeloga roda što vodi prema diskriminaciji te iako se stereotipi mijenjaju ili nestaju, njihovo mjesto zauzimaju drugi.

Žena tako mora paziti da ne *prikupi suviše kilograme*, da ne bude *punačka i obla*, *oblih svojstava*, *tanka profila*, *tanana*, *bolesno prozračna*, *nabijene figure ili krupna*. Također, u modernom društvu nije poželjna žena *starijeg godišta*, kao ni ona s *licem izrazito loše kvalitete*, *neugledne vanjšine* ili sa *skupom nepravilnosti na licu na kojemu ne bijaše ni traga ljepoti*. Posredstvom jezika privatne komunikacije označeni su izrazi postali neizostavni dijelovi jezika književnosti balansirajući između govornikova nastojanja da bude uljudan, što svjesno ili nesvjesno može prerasti u stvaranje lažnog, odnosno ružičastog pogleda na svijet ili čak pokušaj manipulacije, i karnevalske, od-

⁴ Podjela eufemizama vezanih uz tematsko polje *žene* u ovom radu oslanja se na podjelu eufemizama u rječniku Anne Dąbrowske (2005).

nosno lakše strane diskriminacije – viceva ili šaljivih fraza (Oraić Tolić 2006) koji dominiraju i među eufemizmima pronađenim u djelima suvremene hrvatske književnosti.

Pojava uže obitelji stvorila je stereotip nove žene koja je sada na svim područjima – u razgovoru, jelu, odijevanju – morala pokazivati svoju čednost. To sentimentalno prikazivanje žene na poslijetku je stvorilo sliku „andela u kući“, dok je inzistiranje na ženinom majčinskoj ulozi sve više pridonosilo negiranju njezine seksualnosti. Dok se sredinom 19. stoljeća Božić počinje slaviti kao blagdan obiteljske topline, u Francuskoj istovremeno raste opsesija likom prostitutke što dovodi do polarizacije slike žene koja se, kako u društvu tako i u književnosti, održala do danas. Velik broj eufemizama vezanih uz intimni život žene te njezine moralne nedostatke dokaz je nesklada koji je nastao između dobro poznatog stereotipa o muškarcu koji, jak i bez osjećaja, štiti čednu, emotivnu i slabu ženu te tom klišeju suprotstavljenog koncepta neovisne žene, odgovorne za samu sebe, koja može i želi sama odlučivati o svojoj seksualnosti. Pronađeni eufemizmi odnose se, u ovoj skupini, na ženin intimni život te na njezine moralne osobine:

leći sa ženom, integrirati se sa ženom, stupiti u simbiozu sa ženom, gostovati među ženinim nogama – 'voditi ljubav'; erotska razonoda s većim brojem muškaraca – 'promiskuitet'; dobro razvožena limuzina – 'laka žena'.

Među pronađenim eufemizmima vezanim uz značenjsko polje *žene* najbrojniji su oni koji ocrtavaju stereotipnu sliku prostitutke: glupa, u uskoj haljini, željna muške pažnje, niskog samopoštovanja, izgubljena morala:

haljina koja neznatno prikriva, egzotična plesačica, erotična zabavljačica, „comfort women“, emancipirana mačka, seksualna radnica, prijateljica noći, barska dama, dama za noćne poslove, djevojka koja pruža posebne usluge, lascivni noćni program, artistica.

Zanimljivo je da nije zabilježen ni jedan eufemizam koji bi bio vezan uz neko drugo zanimanje, iako se ta skupina vrlo često izdvaja kao jedna od najbrojnijih jer se upravo eufemizmima nastoji vratiti dostojanstvo društveno inferiornijim zanimanjima. Izdvojeni eufemizmi impliciraju da je ukorijenjenost zaostalih patrijarhalnih zahtjeva i dalje prejaka, pa se ženu i na kraju 20. stoljeća nerijetko promatralo samo kroz prizmu njezine seksualnosti.

Intelektualizacija književnosti kojoj su težili avangardni smjerovi početkom 20. stoljeća do te je mjere hermetizirala književna djela da su ona počela gubiti čitateljsku publiku. Novija se djela ponovno otvaraju čitateljima što podrazumijeva i upotrebu njima bliskog jezika. Na taj se način književni stil razvija u smjeru sve jače konkretности izražavanja, a pisci sve više teže za tim da svaku stvar nazovu njezinim pravim imenom (Škreb 1998). Ipak, povezanost bolesti i smrti čije se izravno imenovanje, kako je već naglašeno, izbjegava te „strah od raspadanja i dezintegracije tijela“ (Pasini 2003: 87) odrazili su se i na imenovanje bolesti pri čemu se također često poseže za eufemističnim izrazima, odnosno za onim oblicima koji će biti manje „bezobzirni i na-

padački“. Tako se tumor naziva *opake kancerogene stanice*, a psihičke bolesti označavaju se kao *silazak s uma*, *potamnjeni um* ili, u nešto humorističnijem tonu, *biti ne baš sasvim čist, nije osobito pametna* i *njoj kotači više nisu posve u redu*. Osim što mogu biti zamijenjene eufemističnim izrazom, nepoželjne riječi mogu ostati i neizrečene kao u sljedećem primjeru:

- (1) - Nisam ti rekla – rekao je prvi glas - da su joj *sve izvadili*: Sad *dolje* više nema ništa.
 - Baš ništa? – pitao je drugi glas.
 - Ništa. A poslije *joj se proširilo* na dojku pa su joj morali i dojku...(...).“ (Ugrešić 2004: 60)

U primjeru (1) prva dva istaknuta izraza odnose se na ženske reproduktivne organe, odnosno na područje ženskoga tijela na kojima se oni nalaze, dok u posljednjoj rečenici junakinje govore o tumoru koji ne imenuju. Naoko bezlična konstrukcija *proširilo joj se* postaje u navedenom kontekstu zanimljiv način eufemizacije. Naime, izbjegavanjem izravnog imenovanja opake bolesti taj izraz poprimio je leksičko značenje neizrečene imenice. Kraj rečenice označen je trotočjem kojim je izbjegnuto imenovanje krajnjega ishoda zloćudne bolesti.

Među eufemizmima vezanima uz fiziološke procese u tijelu žene dominiraju oni koji se odnose na trudnoću i mjesečnicu:

rast ženskog trbuha, neželjena posljedica, drugo stanje – 'trudnoća'; *krvarenje, izljev krvi iz tijela, nečistoća* – 'mjesečnica'.

Velik broj pronađenih eufemizama dokazuje da, iako otvoren elementima razgovornoga jezika, književni stil i dalje nerijetko umjesto izraza koji se u određenom društvu smatraju neprimjerenima i nepristojnima poseže za njihovim eufemističnim zamjenama. Čovjekova determiniranost društvenim, političkim i vjerskim ograničenjima odražava se na taj način i u jeziku stvarajući privid tolerancije, uljudnosti i ravnopravnosti. Svaka daljnja analiza otkrit će upravo suprotno: pod krinkom *političke korektnosti*⁵ i rodne ravnopravnosti skrivaju se predrasude i stereotipi koji baš zato što nikada nisu potvrđeni životnim iskustvom otvaraju vrata diskriminaciji.

4. ZAKLJUČAK

Bliska povezanost jezika s drugim čovjekovim spoznajnim procesima odredila je njegovu narav; naime, jezik nikada nije neutralan, nego, upravljajući normama društvenog ponašanja, realizira čovjekov, odnosno piščev pogled na svijet (Žanić 1987). Čovjekovo nastojanje da bude uljudan te da sačuva vlastiti ili tuđi obraz, kao i, s druge strane,

⁵ Izraz se prvi put pojavio u napisima novinara New York Timesa Richarda Bernsteina 1990. godine kao *political correctness*, a podrazumijeva izbjegavanje izraza kojima se marginaliziraju ili vrijeđaju inferiorne ili diskriminirane društvene skupine (Anđel 2001).

nedostatak odlučnosti da se stvari nazovu pravim imenom, stvaranje ružičastog pogleda na svijet te manipulacija pronašli su svoje utočište u eufemizmima koji su se nerijetko uvukli u sve pore čovjekove egzistencije. Područja na kojima su oni vrlo česti sve je više, a ona stara i ne jenjavaju tako brzo čemu zasigurno pridonosi i prilagodljivost eufemizama različitim komunikacijskim situacijama. Svog „jezičnog saveznika“ u eufemizmima su pronašli i društveni stereotipi, u suvremenoj književnosti ponovno otkriveni kao kulturni kapital neophodan za razumijevanje književnoga djela. Ipak, ti okamenjeni klišeji opterećeni višestoljetnim naslijeđem svih svojih ranijih sadržaja, nataloženih u generacijama povijesnih, društvenih i kulturnih zbivanja (Štambuk 2005), doduše ublaženi eufemizmima, u određenim kontekstima ponovno postaju sredstva diskriminacije koja odražavaju želju za dominacijom u patrijarhalnom društvu. Već sama frekventnost eufemizama vezanih uz značenjsko polje *žene* implicira predrasude, dok je njihova analiza pokazala da su oni nerijetko odraz muških stereotipa o ženama i o njihovu položaju i statusu u društvu. Raznolikost načina tvorbe eufemizama te njihova mogućnost karnevalizacije, stereotipima u književnom djelu daje potpuno novu dimenziju, dok eufemizmi sami, zbog svoje dosjetljivosti, lapidarnosti i okretljivosti postaju neizostavni dijelovi profinjenog i istančanog stila.

LITERATURA

- Allan, Keith, Kate Burridge (1991). *Euphemism & Dysphemism: Language as Shield and Weapon*. Oxford: Oxford University Press.
- Anđel, Dinka (2001). Je li uljudnije biti djelatnik ili smetlar? *Dometi* 1.4: 19-22.
- Biti, Vladimir (1997). *Pojmovnik suvremene književne teorije*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Crespo Fernández, Eliecer (2006). The language of death: Euphemism and conceptual Metaphorization in Victorian obituaries. *SKY Journal of Linguistics* 19: 101-130.
- Dąbrowska, Anna (1992). Eufemizmy mowy potocznej. *Jezyk a kultura* 5: 119-178.
- Dąbrowska, Anna (2005). *Słownik eufemizmów polskich*. (2. izd.). Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN SA.
- Detoni-Dujmić, Dunja (1998). *Ljepša polovica književnosti*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Kékesi, Zoltán (2006). Stereotipi avangardnih „oblikovnih tehnika.“ Oraić-Tolić, Dubravka, Ernő Kulcsár Szabó, ur. *Kulturni stereotipi: Koncepti identiteta u srednjoeuropskim književnostima*. Zagreb: FF press, 81-89.
- Kulcsár Szabó, Ernő (2006). Tragovi neraspoloživog? O spoznajnom doprinosu stereotipa. Oraić-Tolić, Dubravka, Ernő Kulcsár Szabó, ur. *Kulturni stereotipi: Koncepti identiteta u srednjoeuropskim književnostima*. Zagreb: FF press, 13-27.
- Kuna, Branko (2003). Nove pojave u jeziku javne komunikacije. *Godišnjak za kulturu, umjetnost i društvena pitanja* 20: 33-42.
- Kuna, Branko (2007). Identifikacija eufemizama i njihova tvorba u hrvatskom jeziku. *Fluminensia* 19.1: 95-113.
- Lakoff, George, Mark Johnson (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago - London: The University of Chicago Press.
- Neaman, Judith S., Carole G. Silver (1983). *A Dictionary of Euphemisms*. London: Unwin Paperbacks.

- Novak, Slobodan Prosperov (2004a). *Povijest hrvatske književnosti: Između Pešte, Beča i Beograda*. Split: Marjan tisak.
- Novak, Slobodan Prosperov (2004b). *Povijest hrvatske književnosti: Sjećanje na dobro i zlo*. Split: Marjan tisak.
- Oraić-Tolić, Dubravka, Ernő Kulcsár Szabó, ur. (2006). *Kulturni stereotipi: Koncepti identiteta u srednjoeuropskim književnostima*. Zagreb: FF press.
- Oraić-Tolić, Dubravka (2006). Hrvatski kulturni stereotipi: Diseminacije nacije. Oraić-Tolić, Dubravka, Ernő Kulcsár Szabó, ur. *Kulturni stereotipi: Koncepti identiteta u srednjoeuropskim književnostima*. Zagreb: FF press, 29-45.
- Pasini, Dinka (2003). *Funkcije eufemizama u hrvatskom leksiku*. Magistarski rad u rukopisu. Zagreb: Filozofski fakultet.
- Pasini, Dinka (2005). Eufemizmi u Aničevu rječniku. *Fluminensia* 17.2: 59-66.
- Schwanitz, Dietrich (2008). *Opća kultura: sve što treba znati*. Zagreb: Mozaik knjiga.
- Szajbély Mihály (2006). Stereotipi kao strukturni elementi u riječkome romanu *Igrač koji dohiva* (1882.) Maurusa Jókajja. Dubravka Oraić-Tolić, Ernő Kulcsár Szabó, ur. *Kulturni stereotipi: Koncepti identiteta u srednjoeuropskim književnostima*. Zagreb: FF press, 181-192.
- Škreb, Zdenko, Ante Stamać (1998). *Uvod u književnost: teorija, metodologija* (5. izd.). Zagreb: Globus.
- Štambuk, Anuška (2005). Žena – proces konceptualizacije i kultura. Granić, Jagoda, ur. *Semantika prirodnog jezika i metajezik semantike*. Zagreb - Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 745-753.
- Žanić, Ivo (1987). *Mitologija inflacije*. Zagreb: Globus.

IZVORI

- Ferić, Zoran (2000). *Anđeo u ofsajdu*. Zagreb: Naklada MD.
- Jeger, Rujana (2003). *Posve osobno*. Zagreb: Profil.
- Gavran, Miro (1999). *Margita ili Putovanje u prošli život*. Zagreb: Mozaik knjiga.
- Gavran, Miro (2001). *Mali neobični ljudi*. Zagreb: Mozaik knjiga.
- Gavran, Miro (2003). *Judita*. Zagreb: Mozaik knjiga.
- Marinković, Ranko (1988). *Kiklop*. Zagreb: Globus.
- Novak, Slobodan (1997). *Miris, zlato i tamjan*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Tribuson, Goran (1988). *Povijest pornografije*. Zagreb: Znanje.
- Tribuson, Goran (1993). *Sanatorij*. Zagreb: Znanje.
- Tribuson, Goran (1998). *Zvijezda kabarea*. Zagreb: Znanje.
- Tribuson, Goran (2001). *Klub obožavatelja*. Zagreb: Znanje.
- Ugrešić, Dubravka (2004). *Štefica Cvek u raljama života*. Zagreb: Večernji list.

STRATEGY OF EUPHEMISATION AND STEREOTYPES ABOUT WOMEN IN CROATIAN LITERATURE

Euphemisms are deeply rooted in communication, which has made them the subject not only of rhetorical and literary theory discussions, but recently, more and more increasingly, of pragmatic and sociolinguistic ones as well. The paper deals with the strategy of euphemisation, which in the contemporary social atmosphere of correctness, tolerance and politeness has become a constituent element in the space of public communication. While trying to find a way to make the text more attractive and more interesting, literary discourse steps out of the usual framework of euphemism usage. It has been noticed that they are used as semantically empty, particularly when it comes to female characters, revealing thus a whole spectrum of male stereotypes about women and their position and status in society, as well as raising the problem of the identity of their reflection in the literary form.

Key words: strategy of euphemisation; social stereotypes; semantic field of the word *woman*.