

Uljudne i neuljudne strategije u javnome diskursu

Balen, Josipa

Doctoral thesis / Disertacija

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:069401>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

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





FILOZOFSKI FAKULTET

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Josipa Balen

ULJUDNE I NEULJUDNE STRATEGIJE U JAVNOME DISKURSU

Doktorski rad

Osijek, 2023.



FILOZOFSKI FAKULTET

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Josipa Balen

POLITE AND IMPOLITE STRATEGIES IN PUBLIC DISCOURSE

Doctoral thesis

Osijek, 2023.



FILOZOFSKI FAKULTET

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Josipa Balen

ULJUDNE I NEULJUDNE STRATEGIJE U JAVNOME DISKURSU

Doktorski rad

Znanstveno područje humanističkih znanosti, znanstveno polje
filologija, znanstvena grana kroatistika

Mentor: izv. prof. dr. sc. Tanja Gradečak

Osijek, 2023.



FILOZOFSKI FAKULTET

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Josipa Balen

POLITE AND IMPOLITE STRATEGIES IN PUBLIC DISCOURSE

Doctoral thesis

Scientific field: philology

Supervisor: Tanja Gradečak, Associate Professor

Osijek, 2023.



FILOZOFSKI FAKULTET

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Poslijediplomski sveučilišni studij Jezikoslovlje

IZJAVA

Ime i prezime: Josipa Balen

Naziv doktorske disertacije: Uljudne i neuljudne strategije u javnome diskursu

Izjavljujem da doktorska disertacija u dijelovima ili cjelini nije plagijat ili krivotvorina nego da je riječ o izvornom znanstvenom radu.

potpis

U Osijeku 28. veljače 2023.

Posvećeno mojim najmilijima.

ZAHVALA

Put je do završetka moje doktorske disertacije bio trnovit, dug, težak i iscrpljujući, ali zahvaljujući dragim ljudima koji su bili uz mene na tom putu, uspjela sam ga privesti kraju i zbog toga sam im neizmjereno zahvalna.

Prije svega, želim zahvaliti mom dragom profesoru izv. prof. dr. sc. Branu Kuni koji je bio uz mene jedan dio puta, ali ga je, nažalost, morao napustiti. Unatoč tomu, njegovu sam prisutnost osjećala do samoga kraja jer su mi u mislima ostale njegove riječi ohrabrenja i veseo duh.

Nadalje, veliko hvala mojoj dragoj mentorici izv. prof. dr. sc. Tanji Gradečak koja me s potpunom predanošću vodila na ovom dugom putovanju i bez koje ne bih bila ovdje gdje sam sada. Hvala na stalnoj potpori i poticajima, na svim savjetima, idejama i prijedlozima, na ugodnim razgovorima i posvećenom vremenu.

Hvala mojim roditeljima i sestrama koji su mi bili velika moralna potpora i koji su uvijek i bez iznimke vjerovali u mene.

I na kraju, najveće hvala mom suprugu Josipu i našoj dječici, Filipi, Davidu i Bruni, kojima posvećujem svoju doktorsku disertaciju. Bez vas ne bih uspjela, vi ste bili moja snaga i motivacija u trenucima kada mi je bilo najteže. Bilo je teško, ali uspjeli smo zajedno.

SADRŽAJ

POPIS POKRATA	IV
POPIS SLIKA	V
POPIS TABLICA	VI
1. UVOD	1
1.1. Motivacija za istraživanje	1
1.2. Hipoteza i ciljevi istraživanja	4
1.3. Pregled dosadašnjih istraživanja	5
1.4. Javni diskurs i mediji (televizija, radio, novine)	14
1.5. Struktura rada	15
2. METODOLOGIJA	17
2.1. Faze istraživanja	17
2.2. Mediji (televizijske emisije, radijske emisije, novinski tekstovi)	23
2.2.1. Televizijske emisije	23
2.2.2. Radijske emisije	25
2.2.3. Novinski tekstovi	26
3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	29
3.1. Uljudne strategije u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima ..29	
3.1.1. Strategije pozitivne uljudnosti	29
3.1.1.1. Izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)	29
3.1.1.2. Pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)	33
3.1.1.3. Povećanje sugovornikova interesa	43
3.1.1.4. Upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici)	48
3.1.1.5. Slaganje sa sugovornikom	49
3.1.1.6. Izbjegavanje izražavanja neslaganja	53
3.1.1.7. Šale	57
3.1.1.8. Govornik tvrdi da zna sve o sugovorniku i da se brine o njegovim osjećajima	64
3.1.1.9. Ponude i obećanja	65
3.1.1.10. Optimizam	65
3.1.2. Strategije negativne uljudnosti	67
3.1.2.1. Konvencionalizirana indirektnost	67
3.1.2.2. Ograde	68

3.1.2.3.	Pesimizam	73
3.1.2.4.	Umanjivanje nametanja	74
3.1.2.5.	Iskazivanje poštovanja.....	79
3.1.2.6.	Isprike.....	81
3.1.2.7.	Otvoreno priznavanje duga	83
3.2.	Neuljudne strategije u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima	85
3.2.1.	Oštar prijekor	86
3.2.2.	Neprihvatanje suradnje ili zajedničke pozadine sa sugovornikom	95
3.2.3.	Nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije	100
3.2.4.	Upotreba neprimjerenih markera identifikacije	104
3.2.5.	Izbjegavanje slaganja.....	108
3.2.6.	Upotreba tabu riječi	113
3.2.6.1.	Uvredljive riječi.....	113
3.2.6.2.	Psovke	124
3.2.6.3.	Razgovor o osjetljivim temama	127
3.2.7.	Upotreba nepoznatog ili tajnog jezika.....	128
3.2.8.	Prijetnje.....	128
3.2.9.	Povezivanje sugovornika s negativnim aspektima.....	133
3.2.10.	Omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika	136
3.2.11.	Zauzimanje sugovornikova prostora	145
3.2.12.	Otvoreno isticanje duga	147
3.2.13.	Kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad	148
3.2.14.	Ometanje sugovornika	158
3.2.15.	Izazovi.....	169
3.3.	Kvantitativna analiza	178
3.3.1.	Učestalost primjera uljudnih strategija po spolu.....	183
3.3.2.	Učestalost primjera uljudnih strategija po mediju	186
3.3.3.	Strategije pozitivne uljudnosti po broju ponavljanja (učestalosti)	186
3.3.4.	Učestalost primjera strategija pozitivne uljudnosti po spolu	187
3.3.5.	Strategije negativne uljudnosti po učestalosti	189
3.3.6.	Učestalost strategija negativne uljudnosti po spolu.....	189
3.3.7.	Učestalost primjera neuljudnih strategija po spolu.....	192

3.3.8.	Učestalost primjera neuljudnih strategija po mediju	193
3.3.9.	Učestalost neuljudnih strategija	194
4.	RASPRAVA.....	198
4.1.	Muškarci i žene u neuljudnoj komunikaciji	199
4.2.	Okidači neuljudnosti.....	202
4.3.	Važnost uloge i funkcije sugovornika u izboru strategija	205
4.4.	Odgovor na neuljudnost	206
4.5.	Uspostavljanje moći	207
4.6.	Učinak strategija na emocije	210
4.7.	Utjecaj kulturoloških čimbenika u procjeni (ne)uljudnosti	212
4.8.	Važnost prozodije u procjeni uljudnosti i neuljudnosti	213
4.9.	Važnost govora tijela i gesta u razlikovanju uljudnosti od neuljudnosti	215
4.10.	Pouzdanost televizijskih emisija, radijskih emisija i novinskih tekstova	217
4.11.	Aspekt zabave u neuljudnim razgovorima	220
4.12.	Upotreba tabu riječi: uvredljivih riječi i psovki	221
4.13.	Komplimenti kao pokazatelj uljudnosti i neuljudnosti	225
4.14.	Šala	228
4.15.	Ostvareni ciljevi u medijima	229
4.16.	Važnost socijalne bliskosti.....	232
4.17.	Prelazak granice socijalne bliskosti (od negativne ka pozitivnoj uljudnosti) i prelazak granice uljudnosti.....	233
4.18.	Preuzimanje odgovornosti za verbalno ponašanje	237
5.	ZAKLJUČAK	239
	LITERATURA.....	252
	SAŽETAK	259
	SUMMARY	261
	ŽIVOTOPIS	263

POPIS POKRATA

G1 – prvi govornik

G2 – drugi govornik

G3 – treći govornik

G4 – četvrti govornik

POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz podjele strategija prema teoriji Penelope Brown i Stephena C. Levinsona (Brown i Levinson 1987: 60)

Slika 2. Broj uljudnih i neuljudnih razgovora

Slika 3. Učestalost pozitivne uljudnosti u razgovorima po mediju

Slika 4. Učestalost negativne uljudnosti u razgovorima po mediju

Slika 5. Učestalost neuljudnih razgovora po mediju

Slika 6. Odnos ukupnog broja primjera uljudnih i neuljudnih strategija

Slika 7. Učestalost primjera uljudnih strategija po spolu

Slika 8. Učestalost primjera neuljudnih strategija po spolu

POPIS TABLICA

Tablica 1. Ukupan broj obrađenih primjera strategija u svim medijima

Tablica 2. Učestalost primjera strategija pozitivne uljudnosti u medijima po spolu

Tablica 3. Učestalost primjera strategija negativne uljudnosti u medijima po spolu

Tablica 4. Učestalost primjera uljudnih strategija (pozitivnih i negativnih) u medijima po spolu

Tablica 5. Učestalost uljudnih strategija po mediju

Tablica 6. Učestalost strategija pozitivne uljudnosti (ukupno muškarci i žene)

Tablica 7. Učestalost strategija pozitivne uljudnosti po spolu

Tablica 8. Učestalost strategija negativne uljudnosti (ukupno muškarci i žene)

Tablica 9. Učestalost strategija negativne uljudnosti po spolu

Tablica 10. Učestalost primjera neuljudnih strategija u medijima po spolu

Tablica 11. Učestalost primjera neuljudnih strategija u mediju

Tablica 12. Učestalost neuljudnih strategija (ukupno muškarci i žene)

Tablica 13. Učestalost neuljudnih strategija po spolu

1. UVOD

1.1. Motivacija za istraživanje

Upoznavanje s kooperativnim principom Herberta Paula Gricea imalo je značajnu ulogu u izboru teme doktorske disertacije. Grice predstavlja načelo kooperativnosti prvi put 1967. godine u članku *Logic and conversation*, a 1989. objavljen je kao dio njegove knjige *Studies in the way of words*. Grice polazi od pretpostavke da je svaki sudionik u komunikaciji kooperativan, tj. spreman na suradnju te da do neke mjere prepoznaje zajednički komunikacijski cilj. Iz navedenoga proizlazi Griceovo opće načelo kooperativnosti: „Oblikuj svoj doprinos komunikaciji tako da odgovara zahtjevima situacije u kojoj se odvija te prihvaćenom cilju ili smjeru razgovora u koji si uključen.“. U okviru tog načela razlikuje četiri kategorije: kvantitete, kvalitete, relacije (relevantnosti) i načina (modalnosti). Kategorija kvantitete sastoji se od dviju maksima prema kojima doprinos razgovoru treba biti onoliko informativan koliko je potrebno za cilj razgovora, tj. ne treba biti informativniji nego što je potrebno. Kategorija kvalitete podrazumijeva nadmaksimu: „Pokušaj da tvoj doprinos bude istinit“ prema kojoj: ne treba govoriti ono što se smatra pogrešnim ili ono za što se nema odgovarajućih dokaza. Kategorija relevantnosti sadrži samo jednu maksimu koja glasi: „Budi relevantan“. Kategorija se načina (modalnosti) od ostalih kategorija razlikuje jer nije toliko vezana uz ono što se kaže koliko uz način na koji se kaže te sadrži nadmaksimu „Budi jasan“ i četiri maksime:

1. Izbjegavaj nejasnoće u izrazu
2. Izbjegavaj dvosmislenosti
3. Budi kratak (izbjegavaj nepotrebnu opširnost)
4. Uvažavaj redosljed.

U nekim situacijama sugovornici poštuju načelo kooperativnosti i ne krše maksime, ali njihovi indirektni iskazi ukazuju na nešto više od onoga što je doslovno rečeno tako da ostali sugovornici na temelju općega znanja moraju konstruirati konverzacijsku implikaturu, tj. trebaju dokučiti dodatna značenja iskaza (npr. *G1: Nestaje mi goriva; G2: Benzinska crpka je u blizini*: dodatno je značenje, tj. implikatura, da situacija nije problematična jer će se gorivo moći uskoro dotočiti.).

Griceovo načelo kooperativnosti navelo me na promišljanje o sljedećim pojavnostima koje su se s vremenom pokazale u opoziciji s ovim načelom i iskristalizirale su se u ono što bi se moglo nazvati istraživačkim pitanjima:

- Zašto sugovornici u javnim emisijama i novinama ne surađuju baš uvijek?
- Zašto se vrijeđaju, prekidaju, svađaju i raspravljaju?
- Zašto prema jednim sugovornicima pokazuju naklonost, a prema drugima ne?
- U kojoj su mjeri sugovornici iskreni u komunikaciji?
- Zašto ponekad odbijaju suradnju i ignoriraju sugovornika?
- Kakva je uloga neverbalnih elemenata u komunikaciji i koliko pridonose shvaćanju jezičnog ponašanja?
- Osjećaju li sugovornici odgovornost?
- Kolika je odgovornost sugovornika nakon istupa u javnosti?
- Boje li se sugovornici reakcija publike, tj. javnosti? itd.

Kada sam počela razmišljati o navedenim pojavnostima, nisam bila upoznata s teorijom uljudnosti Penelope Brown i Stephena C. Levinsona (1987) te teorijom neuljudnosti Dereka Bousfielda (2008), tj. nisam znala da postoje strategije koje na neki način pokušavaju objasniti navedena ponašanja, odnosno situacije. Upoznavanje s navedenim teorijama aktiviralo je nova problemska pitanja i odredilo je daljnji smjer istraživanja koji podrazumijeva pragmalingvistički pristup navedenom fenomenu jer u istraživanjima do toga vremena nije bilo pragmalingvističkih promišljanja o neuljudnom jezičnom ponašanju u hrvatskom javnom diskursu. Naime, zbog značajnog utjecaja Griceova načela kooperativnosti, a kasnije i Brown/Levinsonove teorije uljudnosti, istraživanja su bila usmjerena ka proučavanju pojavnosti kojima je cilj izbjegavanje sukoba, odnosno očuvanje dobrih odnosa. Tu se prije svega misli na proučavanje eufemizama i njihove pojavnosti u govoru političara. Tako Gradečak (2005) kognitivnolingvističkim pristupom proučava metonimiju u strukturi eufemizama u političkom diskursu. Navodi da se eufemistički izrazi pojavljuju na onim mjestima na kojima bi izravni izrazi mogli povrijediti primatelja poruke. Nadalje, govoreći o važnosti ilokucijske metonimije s kognitivnog pristupa Gradečak i Vidaković (2005) ističu važnost motivacije u tvorbi i izboru jezičnih jedinica koju definiraju kao „...složeni skup urođenih kognitivnih sposobnosti koje određena osoba posjeduje, ukorijenjenih uzoraka ponašanja i usvojenih osobina stečenih tijekom jezičnog i kognitivnog razvoja.“ (Gradečak i Vidaković 2005: 266). Osim toga, ističu i važnost kontekstualne, tj. sociološke podloge i okruženja koja je u kognitivnoj lingvistici poznata kao „kultura“ u antropološkom, tj. širem sociološkom značenju.

Nešto kasnije, tj. 2009. godine, Gradečak i Varga također proučavaju eufemizme u političkom diskursu te se ponovno može vidjeti utjecaj teorije uljudnosti jer navode da je obilježje usmene komunikacije zadržavanje uljudnosti, tj. izbjegavanje mogućih negativnih posljedica za govornika i za sugovornika. Nadalje, Gradečak i Moritz (2015) s kognitivnolingvističkog pristupa proučavaju ulogu konceptualne metafore i metonimije, posebice eufemističkih izraza u političkome diskursu, kao političkog alata manipulacije. Navode da se eufemizmima izbjegavaju određeni konfliktni govorni činovi, a sve u svrhu povećanja pristojnosti u političkome diskursu.

O pojavnosti eufemizama u istoj funkciji govore i Kuna i Kostanjevac (2012), ali ovaj put s pragmalingvističkog stajališta. Dakle, analiziraju politički korektne iskaze u hrvatsko-slovenskim odnosima u političkom diskursu. Političku korektnost određuju kao novi sinonimični izraz za eufemizme, a razlikuju ih samo u specijalizaciji drugoga izraza u političkom diskursu. Ističu da politički korektni izrazi trebaju slijediti temeljne postavke teorije obraza kako ne bi došlo do njegove povrede. Navode dva pragmatička učinka politički korektnih izraza, tj. manipulaciju i ublažavanje, kojima se postiže ublažavanje istine, omekšavanje, izbjegavanje sankcija i neugode zbog izraza s negativnim konotacijama.

Vančura i Tomić (2013) dotiču se neuljudnog jezičnog ponašanja kada proučavaju pojavnost uvreda i njihovih funkcija u hrvatskom parlamentu te ih uspoređuju s uvredama i njihovim funkcijama u britanskom i švedskom parlamentu. Zaključuju da kontekst i ilokucijska snaga iskaza imaju najznačajniju ulogu u određivanju nekog iskaza kao uvrede. Prema tome, primatelj poruke treba shvatiti govornikovu namjeru, tj. što je mislio svojim iskazom, i na njezinoj osnovi iskaz interpretirati kao moguću uvredu.

Iz prethodnih se navedenih istraživanja može vidjeti da je teorija uljudnosti imala značajan utjecaj na izbor smjera istraživanja ovih autora, odnosno smjera koji traga za eufemizmima u javnoj komunikaciji, točnije političkom diskursu, uglavnom s kognitivnolingvističkog, ali i retoričkog i pragmalingvističkog stajališta. Slijedom vremena u javnom se diskursu primjećuje i neuljudno jezično ponašanje, koje je u suprotnosti s upotrebom i funkcijom eufemizama, kojemu cilj nije očuvanje nego povreda obraza, a koja se postiže različitim neuljudnim strategijama. Prema tome, javlja se potreba za proučavanjem ovih pojava s pragmalingvističkog stajališta koje će u obzir uzeti jezične izraze kojima se izbjegavaju sukobi, ali i izraze čija je primarna namjera poticanje sukoba.

Osim toga, istraživanje ne treba ograničiti samo na politički diskurs, nego je potrebno obuhvatiti javni diskurs u cijelosti.

1.2. Hipoteza i ciljevi istraživanja

U istraživanju se polazi od hipoteze da su govornici uljudni ili neuljudni kako bi postigli određene komunikacijske učinke. Prema tome, uljudno i neuljudno ponašanje ne treba promatrati samo kao altruističku brigu ili nebrigu o sugovornikovu obrazu, nego kao i govornikovo sredstvo, odnosno instrument u postizanju vlastitih ciljeva i interesa. Sljedeća su istraživačka pitanja:

- a) Pojavljuju li se u javnom diskursu uljudne i neuljudne strategije?
- b) Ako se pojavljuju, koliki je omjer uljudnih i neuljudnih strategija? U kojemu je mediju najviše uljudnih, a u kojemu neuljudnih strategija?
- c) Koje se (ne)uljudne strategije najviše ponavljaju, a koje najmanje?
- d) Koji su okidači (ne)uljudnog ponašanja?
- e) Koje učinke govornici žele postići (ne)uljudnim strategijama?
- f) Kolika je uspješnost namjeravanih (ne)uljudnih učinaka?
- g) Kako ostali sugovornici reagiraju na govornikovo (ne)uljudno ponašanje?
- h) Kako (ne)uljudne strategije utječu na ostale sugovornike i na nastavak komunikacije?
- i) Pridonose li neverbalni elementi (ne)uljudnoj komunikaciji?
- j) Postoje li sugovornici koji su više (ne)uljudni u odnosu na druge i što bi bio uzrok tomu?

Glavni su ciljevi istraživanja:

- a) utvrditi i odrediti uljudne i neuljudne strategije
- b) utvrditi učestalost uljudnih i neuljudnih iskaza u promatranoj građi
- c) istražiti njihovu učinkovitost u postizanju namjeravanih komunikacijskih učinaka
- d) istražiti koje ciljeve govornici nastoje postići određenim jezičnim ponašanjem
- e) istražiti utjecaj društvenih čimbenika, govora tijela, prozodije i ostalih na procjenu uljudnosti i neuljudnosti
- f) istražiti perlokucijski učinak uljudnih i neuljudnih strategija
- g) odrediti utjecaj kulturoloških čimbenika na procjenu uljudnosti i neuljudnosti.

Istraživanje je opisalo javni diskurs kao prirodno okruženje u kojemu strategije (ne)uljudnosti imaju svoju svrhu i smisao te će se u sljedećem poglavlju opisati temeljni pojmovi koji čine osnovne istraživačke elemente, kao i njihova teorijska podloga.

1.3. Pregled dosadašnjih istraživanja

Pragmalingvistička pozadina ovoga istraživanja ogleda se i u teoriji govornih činova koja je temelj pragmalingvističkih istraživanja još od kada ju je osmislio John Langshaw Austin (*How to do things with words*, 1955), a nadogrudio sljedbenik John Rogers Searl (1969). Ističu da rečenično značenje ne obuhvaća sve aspekte jezičnoga značenja jer je promatrano izvan jezične upotrebe. Prema tome, rečenice su „...relevantni nosioci značenja samo ako se u obzir uzmu i uloge govornika i sugovornika i konteksta, odnosno da predmet analize trebaju biti govorni činovi. (Palašić 2020: 21)

Austin je svoja razmatranja o govornim činovima iznio na Sveučilištu Harvard 1955. godine u sklopu „Predavanja Williama Jamesa“ koja su nakon njegove smrti 1962. godine objavili njegovi studenti u knjizi *How to do things with words*. Austin istražuje razlike između konstativa i performativa te performative (*performative*) definira kao iskaze kojima se vrši nekakva radnja te nisu istiniti ili neistiniti, za razliku od konstativa (*constative*) kojima se prenose činjenice, tj. kojima se tvrdi nešto te mogu biti istiniti ili neistiniti. Uspješnost performativa ovisi o ispunjavanju određenih uvjeta koje Austin naziva sretnim uvjetima (*felicity conditions*).

U razlikovanju konstativa i performativa Austin nailazi na poteškoće jer se konstativi i performativi međusobno preklapaju (neki su iskazi istovremeno i konstativi i performativi) te predlaže novu podjelu iskaza na tri čina: *lokucijski čin* (*act of saying*), *ilokucijski čin* (*act in saying*) i *perlokuciji čin* (*act by saying*). Lokucijski je čin čin izricanja rečenice s određenim značenjem, ilokucijski je čin snaga nekoga iskaza (npr. molba, zapovijed, postavljeno pitanje, upozorenje itd.), a perlokucijskim se činom postiže sugovornikova reakcija (na osjećaje, misli ili djelovanje). Uzimajući u obzir ilokucijsku snagu govornih činova, Austin predlaže taksonomiju govornih činova u pet razreda: verdiktive (npr. osuditi, određivati, propisivati, utvrditi itd.), egzercitive (savjetovati, upozoriti, imenovati, izopćiti, zapovjediti, posvetiti itd.), komisive (obećati, namjeravati, zakleti se, kladiti se, dopustiti, prihvatiti itd.), behabitive (ispričati se, čestitati, simpatizirati, poželjeti dobrodošlicu itd.) i ekspoizitive (dopuštam, ilustriram, pretpostavljam itd.).

Austinov je sljedbenik John Searle koji u knjizi *Speech Acts* (1969) i u zbirci članaka *Expression and Meaning* (1975) kritizira Austinovu podjelu govornih činova navodeći da njegova podjela nije podjela govornih činova, nego podjela ilokucijskih glagola. Searl tvrdi da različiti ilokucijski glagoli mogu označavati iste ilokucijske čineve, što kod Austina nije slučaj, i zbog toga njegova klasifikacija nije zadovoljavajuća. Nadalje, smatra da se Austinova podjela ne temelji na jasnom principu: mnogi navedeni glagoli nisu ilokucijski glagoli, razredi se međusobno preklapaju, unutar razreda postoji heterogenost te mnogi glagoli u određenom razredu nisu u skladu s kriterijima toga razreda.

Shodno tomu, Searl predlaže novu podjelu ilokucijskih činova prema jasnim kriterijima te razlikuje: asertive, direktive, komisive, ekspresive i deklarative. Asertivi su iskazi podložni provjeri istinitosti jer se njima govornik obvezuje na istinitost izražene tvrdnje (zaključak, predviđanje itd.). Direktivi su iskazi kojima govornik nastoji navesti slušatelja da nešto učini (zahtjev, naredba, zapovijed, zamolba itd.). Komisivi podrazumijevaju obvezu govornika na izvršenje neke buduće radnje (obećanje, upozorenje itd.). Ekspresivna je ilokucijska svrha izražavanje psihološkog stanja određenog propozicijskim sadržajem (čestitka, isprika, zahvala, itd.). Deklarativi su iskazi za čije je izvođenje potrebna institucionalna moć te mijenjaju status predmeta na koji se odnose (npr. *Proglašavam vas mužem i ženom.*).

Osim namjere, za uspješno su izvođenje govornih činova, navodi Searl, potrebna pravila pa tako razlikuje konstitutivna i regulativna pravila. „Regulativna pravila upravljaju ponašanjem koje već postoji i koje je u neku ruku neovisno o tim pravilima (...) Konstitutivna pravila međutim ne samo da reguliraju neko ponašanje nego ga i konstituiraju.“ (Palašić 2020: 34)

Searl ističe razliku između direktnih i indirektnih govornih činova prema kojoj indirektni govorni činovi „...počivaju na pretpostavljenom značenju, zajedničkom znanju govornika i sugovornika, te njihova uspješnost u puno većoj mjeri ovisi o komunikacijskoj kooperativnosti, pa i racionalnosti sugovornika.“ (Palašić 2020: 60). Indirektni govorni činovi imaju dvostruku ilokuciju: primarna proizlazi iz komunikacijskog smisla govornoga čina, a sekundarna iz samog značenja propozicije (Searle 1979: 32/33). Za direktne je govorne čineve karakteristično da je njihovo značenje doslovno, tj. iz propozicijskog je sadržaja moguće odrediti njihovo značenje.

Geoffrey Leech (1983) postavlja retorički pristup pragmatici prema kojemu govornik može postići svoje ciljeve pridržavajući se načela i maksima dobrog komunikacijskog ponašanja.

Uljudnost definira kao umanjivanje neuljudnog ponašanja te ističe da različite situacije iziskuju različite vrste i stupnjeve uljudnosti pa prema tome razlikuje četiri vrste ilokucijskih funkcija ovisno o društvenim ciljevima uspostavljanja ili održavanja uljudnosti:

- „kompetitivne“ (*competitive*): ilokucijski je cilj oprečan društvenom cilju, ali se ta dva cilja pokušavaju pomiriti (npr. narudžba, molba, zahtjev, preklinjanje itd.)
- „konvivijalne“ (*convivial*): ilokucijski se cilj podudara s društvenim ciljem (npr. ponude, pozivi, pozdravi, zahvale, čestitke itd.)
- „suradničke“ (*collaborative*): ilokucijski je cilj neutralan spram društvenog cilja (npr. tvrdnja, izvještaj, najava, uputa itd.)
- „konfliktne“ (*conflictive*): ilokucijski se cilj suprotstavlja društvenom cilju (npr. prijetnje, optužbe, psovke, ukori itd.).

Uljudnost je najviše prisutna u prve dvije vrste: kada je ilokucijska funkcija „kompetitivna“, uljudnost je negativnog karaktera, a svrha joj je umanjivanje činova ugroze, a kada je ilokucijska funkcija „konvivijalna“, uljudnost je pozitivna, tj. traži se prilika za uljudnost.

Na Leecheova je promišljanja značajno utjecao Paul Grice i njegovo načelo suradnje¹ kojemu pridodaje načelo uljudnosti jer načelo suradnje nije primjenjivo u svim jezicima, tj. načela različito funkcioniraju u različitim jezičnim zajednicama, kulturama, klasama, društvenim okolnostima itd. Načelo uljudnosti uspostavlja društvenu ravnotežu i održava prijateljske odnose, tj. pretpostavlja da sugovornici surađuju u postizanju društvenog cilja². Leecheovo načelo uljudnosti sadrži maksime takta, velikodušnosti, odobravanja, skromnosti, suradnje i simpatije s ciljem smanjenja neuljudnih, a povećanja uljudnih iskaza. Sve se maksime dijele na dvije podmaksime: pozitivnu uljudnost i negativnu uljudnost. Maksime i podmaksime nisu jednako važne: podmaksima pozitivna uljudnost važnija je od negativne uljudnosti u interakciji. Naglašava da postoji razlika između apsolutne uljudnosti (činovi koji su sami po sebi uljudni bez obzira na kontekst, npr. ponude) i relativne uljudnosti (činovi koji ovise o kontekstu) te da ih je veoma teško razlikovati.

¹ „...a rough general principle which participants will be expected (*ceteris paribus*) to observe, namely: Make your conversational contribution such as is required at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged.“ (Grice 1975: 45)

² „Here we should consider the general social function of these two principles, and the „trade off“ relation between them. The CP enables one participant in a conversation to communicate on the assumption that the other participant is been cooperative. In this the CP has the function of regulating what we say so that it contributes to some assumed illocutionary or discoursa goal(s).“ (Leech 1983: 82)

Temelje teoriji uljudnosti, koja je imala značajan utjecaj na sva kasnija istraživanja u pragmalingvistici, postavili su Penelopa Brown i Stephen C. Levinson u svojoj knjizi *Politeness: Some universals in language usage* (1978). Uljudnost određuju kao temelj organizacije društvenoga poretka, odnosno preduvjet ljudske suradnje. Odražava se u jeziku, a na stupanj uljudnosti utječu društveni čimbenici, odnosno *relativna moć govornika nad sugovornikom* (*the perceived power difference between interlocutors*), *socijalna distanca*³ između govornika i sugovornika (*the perceived social distance between them*) te *mjesto komunikacije* (*the cultural ranking of the speech act*) (Brown i Levinson 1987: 15). *Socijalna distanca* podrazumijeva vezu, tj. udaljenost koja postoji između govornika i sugovornika prema kojoj su govornici bliski (socijalna je distanca mala)⁴ ili su stranci (socijalna je distanca velika)⁵. Izbor uljudnih strategija ovisi o *socijalnoj distanci*⁶ te ako one nisu u skladu sa *socijalnom distancom*, dolazi do povrede *obraza*.

Središte je njihove teorije Goffmanov pojam *obraza*. Goffman (1967) *obraz* određuje kao pozitivnu, promjenjivu društvenu vrijednost, odnosno sliku o sebi, koju drugi pozitivno vrednuju, a koja proizlazi iz interakcije s drugim ljudima⁷. Brown i Levinson polaze od pretpostavke da svaka odrasla razumna osoba posjeduje (i zna da drugi posjedu) *obraz*, tj. javnu sliku (nepromjenjivu vrijednost) o samome sebi koja se sastoji od *pozitivnog* i *negativnog obraza* (Brown i Levinson

³ Pojam *socijalna distanca* zadržan je u internacionaliziranom obliku jer je tako naveden u suvremenijim pragmalingvističkim radovima na hrvatskome jeziku, npr. Kuna, B. (2009). *Hrvatsko strukovno nazivlje* (Struna) Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje u pojmovniku za interdisciplinarno područje i područje antropologije, između ostalog, „socijalnu distancu“ određuje kao istoznačnicu za pojam „društvena udaljenost“ (engl. *social distance*) koju definira kao mjeru „spremnosti pojedinca ili skupine za međuljudsku komunikaciju i međudjelovanje s drugim pojedincima ili skupinama (...) Na mjernoj ljestvici društvene udaljenosti koja se rabi u istraživanjima brak kao najintimniji odnos među ljudima označuje jedan kraj (potpuno prihvaćanje zajedničkoga života), a na drugome je kraju odsustvo svakoga odnosa ili potpuno odbijanje doticaja.“

(Izvor: <http://struna.ihjj.hr/naziv/drustvena-udaljenost/25369/>)

⁴ „... when describing positive politeness, on the one hand, we included the use of ‘markers’ of social closeness like intimate address forms; and when describing negative politeness, on the other hand, we included the use of ‘markers’ of deference like honorifics.“ (Brown i Levinson 1987: 18)

⁵ „Nevertheless, there do exist (in general) well defined areas of common ground between any two persons of a society. If they are strangers, it may be reduced to an assumption of common interest in good weather or other such safe topics; if they are close friends it may extend to a close identity of interests and desires.“ (Brown i Levinson 1987: 62)

⁶ „... when describing positive politeness, on the one hand, we included the use of ‘markers’ of social closeness like intimate address forms; and when describing negative politeness, on the other hand, we included the use of ‘markers’ of deference like honorifics.“ (Brown i Levinson 1987: 18)

⁷ „... the positive social value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact. Face is an image of self delineated in terms of approved social attributes – albeit an image that others may share, as when a person makes a good showing for his profession or religion by making a good showing for himself.“ (Goffman 1967: 5)

1987: 61/62). *Negativan obraz* izražava želju da se bude neometan u svom djelovanju i svojoj slobodi, a *pozitivan obraz* želju da se bude priznat, odnosno pozitivno vrednovan u društvu (Brown i Levinson 1987: 70). Ističu da je *obraz* ranjiv, može biti izgubljen, očuvan ili poboljšan, ali je neprestano zastupljen u interakciji. Činove koji intrinzično prijete *obrazu* nazivaju *face threatening-acts (FTAs)*⁸. Razlikuju činove koji prijete *pozitivnom obrazu* (npr. pokazivanje nezainteresiranosti, izrazi neslaganja, kritike, ismijavanja, primjedbe, prigovori, optužbe, uvrede, izrazi burnih emocija, spominjanje tabu tema, emocionalno opasne ili podijeljene teme (o vjeri, rasi, spolu i itd.)) i činove koji prijete *negativnom obrazu* (npr. naredbe, zahtjevi, prijedlozi, savjeti, prijetnje, upozorenja, osude itd.). Izdvajaju i činove koji istovremeno ugrožavaju i *pozitivan* i *negativan obraz* kao što su prekidanja, upadice, snažni izljevi emocija, zahtjevi za osobnim informacijama, prijetnje, prigovori itd. Osim toga, navode i činove koje ugrožavaju govornikov *obraz*: njegov *negativan obraz* vrijeđaju npr. isprike, izražavanje zahvale, prihvaćanje sugovornikove zahvale ili isprike, ponude, a *pozitivan obraz* isprike, priznavanje krivnje, prihvaćanje komplimenata ili odgovornosti itd.

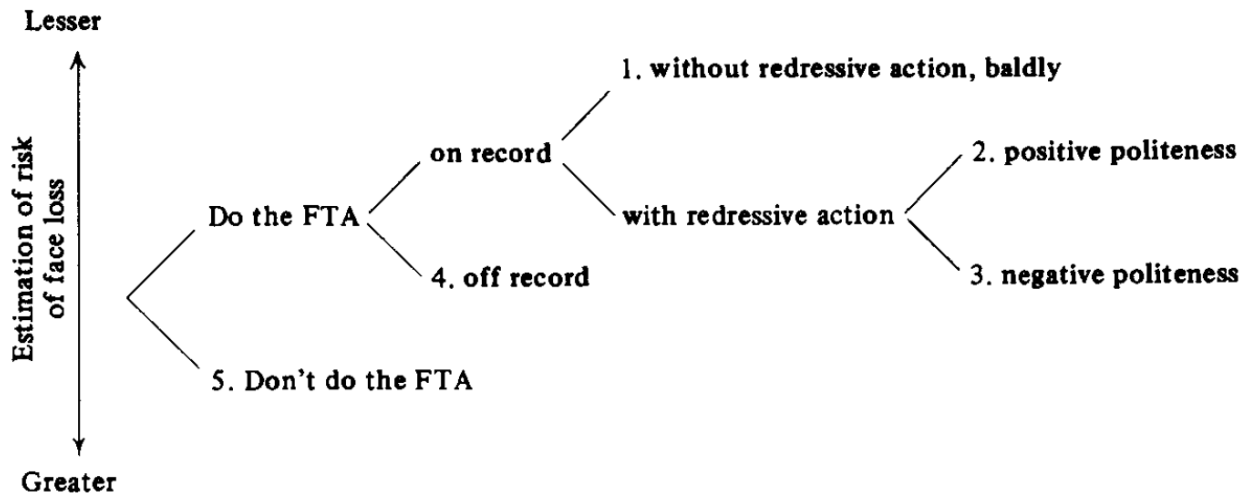
Svaki sudionik u komunikaciji nastoji ponajprije očuvati svoj *obraz*, ali i *obraz* ostalih sugovornika izbjegavanjem činova ugroze⁹ ili upotrebom strategija koje umanjuju prijetnju (Brown i Levinson 1987: 68), ali prije toga mora procijeniti relevantnost triju potreba: potrebe da izrazi sadržaj prijetnje obrazu, potrebe za brzinom ili hitnošću te potrebe da očuva sugovornikov *obraz* do nekog stupnja. Govornik bira između četiriju strategija:

1. izravno obraćanje sugovorniku bez ublažavanja (*on record*)
2. pozitivna uljudnost (*positive politeness*)
3. negativna uljudnost (*negative politeness*)
4. neizravno izvođenje čina (*off record*)

⁸ „FTA is a function of the social relation between speaker and addressee...” (Brown i Levinson 1987: 12)

⁹ „... normally everyone's face depends on everyone else's being maintained, and since people can be expected to defend their faces if threatened, and in defending their own to threaten others' faces, it is in general in every participant's best interest to maintain each others' (...) face (...).“ (Brown i Levinson 1987: 61)

Circumstances determining choice of strategy:



Slika 1. Prikaz podjele strategija prema teoriji Penelope Brown i Stephena C. Levinsona (Brown i Levinson 1987: 60)

On record strategija predstavlja izravno obraćanje sugovorniku te je „...jedina strategija u skladu s Griceovim načelom suradnje. Govornik će pribjeći ovoj strategiji kada je u pitanju hitnost, usmjerenost na zadatak, posjedovanje moći u odnosu na sugovornika, ili pak, mala društvena distanca, ali i onda kada je opasnost za sugovornikov obraz neznatna, kao što je to slučaj kod ponuda, sugestija i ostalih činova, očigledno usmjerenih na korist sugovorniku.“ (Bakšić 2012: 8). *On record* nije uljudna strategija jer ne sadrži niti jednu lingvističku formu koja bi implicirala uljudnost iako se u nekim slučajevima predznak uljudnosti prepoznaje. Uspješna je komunikacija važnija od obraza, tj. govornik bira ovu strategiju kada je obraz irelevantan i nije potrebno umanjivati ugrozu ili kada ugrožavanje umanjuje implikaturama. Najčešće se ostvaruje imperativima.

Strategije pozitivne uljudnosti usmjerene su prema sugovornikovu *pozitivnom obrazu* te predstavljaju strategije zbližavanja kojima govornik priznaje sugovornikove želje i osobine te se prema njemu prijateljski ponaša (npr. *pažnja usmjerena prema sugovorniku, pretjerivanje u zanimanju za sugovornika, slaganje sa sugovornikom, izbjegavanje neslaganja, ponude i obećanja, šale* itd.). *Strategijama pozitivne uljudnosti* govornik ukazuje sugovorniku da pozitivno vrednuje njegovu sliku o sebi, tj. njegov pozitivan obraz, da su im želje jednake i da ga smatra članom svoje grupe, odnosno prijateljem kojega cijeni i priznaje (Brown i Levinson 1987: 101). Ove se strategije

mogu smatrati svojevrsnim društvenim „akceleratorom“ koji komunikaciju čini lakšom i ugodnijom smanjujući distancu među sugovornicima: govornik poručuje sugovorniku da mu se želi približiti i biti blizak s njim.

Strategije negativne uljudnosti usmjerene su prema sugovornikovu *negativnom obrazu*, tj. njegovoj želji za slobodom i neometanim djelovanjem. Ovim se strategijama ostvaruje socijalna distanca među sugovornicima, tj. govornik nastoji uvjeriti sugovornika da priznaje i poštuje njegovu slobodu djelovanja (npr. *umanjivanje nametanja, pesimizam, izražavanje poštovanja, isprike, otvoreno priznavanje duga* itd.) (Brown i Levinson 1987: 129).

Off record strategija prepoznaje se kada ne postoji jedna jasna komunikacijska namjera, nego je više različitih interpretacija govorne situacije. Dakle, ako govornik želi povrijediti sugovornikov obraz, a ne želi preuzeti odgovornost za ugrozu, poseže za *off record* strategijom, a na sugovorniku je da interpretira njegov iskaz. *Off record* strategije indirektni su iskazi te kontekst ima ključnu ulogu u interpretaciji (Brown i Levinson 1987: 211).

Sara Mills (*Gender and politeness*, 2003) smatra da su govornici svjesni pragmatičkih načela uljudnosti te odlučuju hoće li biti uljudni ili neuljudni ovisno o situacijskim čimbenicima i društvenim normama određene jezične zajednice¹⁰. Iz navedenog proizlazi da interakcija nije strategijska, nemotivirana, neovisna o kontekstu i jednostavna kao što prijašnje lingvističke teorije navode¹¹. Mills, nadalje, tvrdi kako je, osim toga, stereotipna pretpostavka po spolu prema kojoj su žene uljudnije od muškaraca neutemeljena te u interpretaciji iskaza kao (ne)uljudnog osim konteksta, treba uzeti i druge čimbenike koji pridonose procjeni, tj. spol, rasu, klasu, dob, seksualno opredjeljenje, a koji su iz prijašnjih teorija izostavljeni. Mills navodi da svaki govornik namjerava postići kratkoročne ili dugoročne ciljeve koje formulira u samom činu govorenja, a stupanj uljudnosti ovisi o ciljevima koje želi postići. Za razliku od Penelope Brown i Stephena C. Levinsona, koji smatraju da je uljudnost uvijek iskrena, Mills ističe da govornici mogu biti uljudni i na manipulativan način te da neuljudnost ne treba tumačiti kao pragmatički neuspjeh uljudnosti

¹⁰ “My principal contention is that politeness cannot be understood simply as a property of utterances. Or even as a set of choices made solely by individuals, but rather as a set of practices or strategies which communities of practice develop, affirm and contest, and which individuals within these communities engage with in order to come to an assessment of their own and others behavior and position within the group.” (Mills 2003: 8/9)

¹¹ “Thus, what I am drawing attention to here is the need to move away from the type of linguistic analysis which characterises interaction as strategic, unmotivated, decontextualised, and readily understandable by all interactants.” (Mills 2003: 42)

jer uljudnost i neuljudnost nisu oprečni pojmovi (Mills 2003: 122). Ističe da unutar jezika kao cjeline i unutar određenog konteksta postoje ustaljene fraze i rečenice, tj. set unaprijed pripremljenih odgovora na postavljena pitanja, te jezični konteksti u kojima su izbori ograničeni. Iz navedenog proizlazi da govornici iskaze ne proizvode u trenutku govorenja, nego su oni rezultat procesa mišljenja, tj. jezičnih navika i prošlog iskustva. Govornik svoj identitet stvara u svakom razgovoru te se mijenja s vremenom, od konteksta do konteksta¹². Mills navodi da ne postoje idealizirani govornici i slušatelji niti kultura koja je pozitivna ili negativna, kao što navode Brown i Levinson. Jezičnu analizu ne treba temeljiti na modelu govornika, već na analizi koja propituje autonomnost pojedinca te ga pokušava dovesti u vezu s okolinom u kojoj pregovara svoj položaj, spol, rasu i klasu, odnosno koja propituje utjecaj kulture na jezično ponašanje (uljudno ili neuljudno).

Culpeper, Bousfield i Wichmann (2003) smatraju da je ključna razlika između uljudnosti i neuljudnosti govornikova namjera, odnosno podupiranje ili napadanje sugovornikova *obraza*¹³. Goffman razlikuje tipove djelovanja koji dovode do ugrožavanja obraza pa prema tome razlikuje namjerne, neplanirane i nenamjerne ugroze obraza. U prvome je slučaju povreda obraza otvorena i zlonamjerna uvreda, u drugome slučaju namjera nije naštetiti obrazu, uvrede su neplanirane i rezultat su obavljanja dužnosti (npr. naplaćivanje kazne za nepropisno parkiranje), a posljednje nenamjerne uvrede nesmotrene su uvrede, tj. gafovi (Goffman 1969: 14). Culpeper i ostali ističu da je veoma teško odrediti govornikovu namjeru te je za njeno shvaćanje potrebno uključiti prozodiju i kontekst u analizu uljudnog i neuljudnog jezičnog ponašanja¹⁴. Navode da sugovornik na neuljudan čin može reagirati (odgovoriti) ili šutjeti. Kada sugovornik ne odgovara na neuljudno ponašanje, interpretacija šutnje ovisi o kontekstualnim čimbenicima. Kada nudi odgovor, sugovornik prihvaća napad na obraz ili mu se suprotstavlja. Ako prihvati napad, preuzima odgovornost za svoje ponašanje, a ako mu se suprotstavi, brani se uvredljivim ili neuvredljivim

¹² „Rather than seeing the individual utterance as something which is produced by the speaker at that particular moment, invented anew, as it were, we also need to see the utterance as a result of a longer process of thinking, habit, and past experiences. Someone’s interactional history helps to set up certain habits which predispose them to use language in particular, though not entirely predictable ways.” (Mills 2003: 21)

¹³ „It should be noted that the key difference between politeness and impoliteness is intention: whether it is the speaker’s intention to support face (politeness) or to attack it (impoliteness).“ (Culpeper, Bousfield, Wichmann 2003: 1550)

¹⁴ „If intention is a factor that distinguishes impoliteness from politeness, as we argue, then we need a richer understanding of an interactant’s behaviour, including their prosody, and of the discursive context, in order to infer intentions.“ (Culpeper i dr. 2003: 1576)

strategijama (Culpeper i dr. 2003: 1562/1563). Naglašavaju da u većini slučajeva neuljudni napadi izazivaju nove neuljudne napade, tj. uvijek postoje situacije koje su okidači neuljudnosti¹⁵.

Derek Bousfield (*Impoliteness in interaction*, 2008) neuljudnost određuje kao namjernu prijetnju obrazu. Promatra ju kao strategiju ili instrument kojom se postižu određeni ciljevi s određenom funkcijom. Procjene o tome što je u nečijem ponašanju u društvu prikladno, a što ne sugovornici izvode na temelju svojih uvjerenja o prikladnom ponašanju u društvu u određenom kontekstu¹⁶. Osim konteksta odnosi moći, socijalna distanca te odnos između sugovornika (pozadinsko znanje, društvene uloge, prava i obaveze) također pridonose procjeni (ne)uljudnosti.

Bousfield (2007) izdvaja neuljudne strategije oslanjajući se na Culpeperov model neuljudnih strategija (1996) (npr. *oštar prijekor, neprihvatanje suradnje ili zajedničke pozadine sa sugovornikom, nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije, prijetnje, izbjegavanje slaganja, upotreba tabu riječi* itd.) kojemu pridodaje tri nove strategije (*kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad, ometanje sugovornika te izazovi*).

Gino Eelen (*A critique of politeness theories*, 2001) daje osvrt na najznačajnije teorije koje se bave jezičnim fenomenom uljudnosti, odnosno neuljudnosti. Ističe da se uljudnost ne prepoznaje samo u jeziku, nego i u neverbalnom ponašanju koje je u većini tradicionalnih teorija zanemareno. Iako je riječ o dvama povezanim fenomenima te se uljudnost ne može shvatiti bez neuljudnosti i obrnuto, uljudnost povezuju samo s uljudnim ponašanjem (Eelen 2001: 100). Eelen ističe da su oba ponašanja u svojoj osnovi ista te su podložna procjeni¹⁷.

Nadalje, u središtu je zanimanja svih teorija samo govornikovo ponašanje i u tome je, navodi Eelen, najveći problem¹⁸. Komunikacija je interakcija između govornika i slušatelja (obojica su

¹⁵ „...any given response to an offending situation could itself be seen as a further triggering, offending situation, which could, in turn, lead to feelings of frustration or anger in the/an other interlocutor which could, in turn, lead to the expression of a new impolite utterance, and so on and so forth.“ (Bousfield 2008: 187)

¹⁶ „... it is virtually impossible to discuss such phenomena without discussing the wider discourse, or context, in which the impoliteness occurs.“ (Bousfield 2008: 167)

¹⁷ Dvije godine kasnije Sara Mills također navodi da uljudnost ne treba proučavati u ovisnosti od neuljudnosti jer neuljudnost nije devijacija, tj. odstupanje od uljudnosti: “I examine impoliteness in its own terms, rather than in terms of its relation to politeness, considering what factors contribute to the assessment of an act as impolite, and what consequences the judgement of impoliteness has on individuals and communities of practice. Thus, firstly I question the notion that politeness and impoliteness are binary opposites.” (Mills 2003: 122)

¹⁸ „The hearer is absent from the theoretical model in the sense that politeness is always seen as a behavioural practise with which the speaker tries to achieve something, rather than as a behavioural practise with which the hearer tries to achieve something.“ (Eelen 2001: 104)

aktivni sudionici) koja se odvija u oba smjera te je za pravilnu interpretaciju ovoga fenomena potrebno uključiti slušatelja, tj. primatelja poruke, kako bi procjena (ne)uljudnosti bila valjana.¹⁹ Eelen drži da se neuljudnost ne može opisati kulturnim normama jer kulturne norme propisuju uljudne obrasce ponašanja, a nikada neuljudne, tj. kultura sama po sebi postaje uljudno ponašanje, a neuljudnost je fenomen izvan kulture. Kultura se povezuje samo s pozitivnim aspektima ponašanja, nikada s negativnim. Predlaže integrirani pristup koji bi obuhvatio lingvističke, društvene i psihološke čimbenike u cjelinu.

1.4. Javni diskurs i mediji (televizija, radio, novine)

U disertaciji je riječ o javnom diskursu u užem smislu u trima medijima: televiziji, radiju i novinama²⁰. Badurina (2008) određuje diskurs kao kompleksan sustav jezične djelatnosti koji podrazumijeva poruku (tekst), ali i izvanjezične okolnosti u kojima se komunikacija odvija (sudionike komunikacijskoga procesa te situaciju u kojoj se poruka prenosi). Diskurs dijeli po dvjema osima. Po vertikalnoj osi, s obzirom na plan realizacije, razlikuje diskurs govora, (razgovorni diskurs) i diskurs pisma (pisani diskurs). Nadalje, po horizontalnoj osi, s obzirom na funkcionalni kriterij, razlikuje diskursne tipove (domene). Tu se ubrajaju privatni i javni diskurs. Privatni je diskurs vezan za privatnu sferu ljudskoga života, a javni diskurs razlikuje u užem i širem smislu ovisno o kriteriju javnosti komunikacije i javnih uloga sudionika komunikacijskoga procesa. Javni je diskurs u užem smislu jezik javne (društvene) komunikacije (politički, publicistički, sakralni itd.), a u širem smislu je specijalizirani diskurs (akademski/znanstveni, primijenjeni/stručni). Javni je diskurs podložan javnoj/društvenoj verifikaciji/ovjeri (kritici) (Badurina 2008: 119).

Jurčić kaže da su mediji „sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija, posrednici su između vlasti i javnosti, informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu, a sve to kako bi ispravno formirali javno mišljenje građana.“ (Jurčić 2017: 128). Mediji se u istraživanju razlikuju po jezičnoj upotrebi: u televizijskim i radijskim emisijama jezična je upotreba u govoru,

¹⁹ “... there are two sides to (im)politeness: the product of behavior by a speaker and the evaluation of that behaviour by a hearer. Both are essential and indispensable elements of any notion of (im)politeness, as they constitute the two sides of the communicative process.” (Eelen 2001: 96)

²⁰ *Zakon o medijima* iz 2003. godine pod pojmom medija podrazumijeva: novine i drugi tisak, radijske i televizijske programe, programe novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostale oblike dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike. (*Zakon o medijima*: Članak 2.)

a u novinama u pismu. Iako se i televizijske i radijske emisije ostvaruju govorom, razlika je u vizualnom aspektu komunikacije: u televizijskim se emisijama osim verbalnih znakova mogu uočiti i neverbalni znakovi komunikacije (geste, mimike), a za koje se može pretpostaviti da postoje i u radijskim emisijama, no njih mogu vidjeti samo sudionici razgovora, ali ne i javnost (publika). Jezična je upotreba u novinama pisana te je lišena i verbalnih i neverbalnih elemenata komunikacije. Prema tome, uzimajući u obzir primatelja poruke, tj. javnost, u televizijskim su emisijama prisutni auditivni i vizualni podražaji, u radijskim emisijama samo vizualni podražaji, a u novinskim tekstovima niti jedan od njih. Badurina navodi da se komunikacija

„...s pisanim tekstom temelji na vizualnom kontaktu – ali ne među sudionicima komunikacijskoga procesa, već s pisanim tekstom. Drugim riječima, govorena (usmena) se komunikacija odvija u vremenu (vremenu kodiranja i vremenu dekodiranja poruke pri čemu će zahtjevnost tih mentalnih procesa i fiziološko ograničenje – vrijeme trajanja ekspiratorne struje – uvjetovati i sintaktički jednostavniji iskaz i načelno veću tolerantnost slušatelja), a pisana u prostoru (pri čemu će relativno lako kretanje po prostoru zapisanoga teksta, vraćanje na već pročitano omogućiti i sintaktički složeniji iskaz).“ (Badurina 2008: 118)

Prema Peaseu (1991) neverbalna komunikacija čini okvir, kontekst verbalne poruke. „Neverbalni i verbalni dio poruke čine cjelinu, odnosno povezani su dijelovi koji za uspješnu komunikaciju moraju biti povezani i usklađeni.“ (Pease 1991: 16). Marot ističe da „govorom tijela šaljemo drugoj osobi poruku i prije nego što progovorimo ili čak onda kad ne pronalazimo riječi za ostvarenje verbalne komunikacije. Na taj način društvenom okruženju šaljemo poruku o sebi.“ (Marot 2005: 65). Nadalje, kaže da svaki govornik prilagođava svoje ponašanje zahtjevima zajednice „u očekivanju optimalne komunikacije s okolinom i samim time vlastitog uspjeha.“ (Marot 2005: 65).

1.5. Struktura rada

Slijedeći IMRaD strukturu rada disertacija se sastoji od: uvoda, metodologije, rezultata istraživanja i rasprave. Uvodni dio započinje motivacijom, tj. navođenjem razloga koji su bili ključni poticaj za bavljenje ovom temom s pragmalingvističkog gledišta. Slijedi tumačenje javnog diskursa i medija (televizije, radija i novina) te pregled dosadašnjih istraživanja u kojemu su sadržane najznačajnije teorije uljudnosti i neuljudnosti, teorije koje su im prethodile, a koje su imale

značajan utjecaj na njihov nastanak, te istraživanja na temu (ne)uljudnosti koja su uslijedila. Nakon toga iznosi se osnovna hipoteza i ciljevi rada koji će se nastojati utvrditi istraživanjem.

U metodologiji se rada navode faze istraživanja, način prikupljanja podataka, metode kojima su interpretirani i analizirani rezultati iz skupa podataka te su opisani mediji iz kojih su preuzeti primjeri uljudnih i neuljudnih strategija.

U središtu je rezultata istraživanja interpretacija primjera strategija, uljudnih i neuljudnih, u trima medijima. Prikazana je najprije interpretacija primjera razgovora u kojima se potvrđuju uljudne strategije, tj. *strategije pozitivne* i *strategije negativne uljudnosti*. Nakon toga slijedi prikaz pojavnosti neuljudnih strategija u trima medijima i njihova interpretacija. Osim toga, daje se uvid u kvantitativnu analizu, tj. ukupan broj (ne)uljudnih razgovora, ukupan broj (ne)uljudnih strategija te učestalost pojavnosti (ne)uljudnih strategija (po spolu, po mediju i po broju ponavljanja). Navedeni su podatci popraćeni grafovima i tablicama.

U raspravi je naglasak na tumačenju pojavnosti koje su proizašle iz interpretacije rezultata, a koje se mogu dovesti u vezu s dosadašnjim istraživanjima ili se smatraju novinama, odnosno upotpunjuju dosadašnja znanja u javnome diskursu, ali i općenito. Slijede zaključak, literatura, sažetak i životopis.

2. METODOLOGIJA

2.1. Faze istraživanja

Istraživanje se navedenog skupa podataka odvijalo u nekoliko faza:

- a) pripremna faza: prethodi istraživanju medija, a podrazumijeva detaljno upoznavanje s teorijom uljudnosti Penelope Brown i Stephena C. Levinsona (1987) *Politeness: Some universals in language usage* iz koje su preuzete uljudne strategije (*strategije pozitivne uljudnosti* i *strategije negativne uljudnosti*) i teorijom neuljudnosti Dereka Bousfielda (2008) *Impoliteness in interaction* iz koje su preuzete neuljudne strategije, a na kojima će se temeljiti identifikacija i klasifikacija uljudnih i neuljudnih strategija u sljedećim koracima u istraživanju. Osim navedenih teorija ova faza podrazumijeva i upoznavanje s dosadašnjim istraživanjima i pristupima na temu uljudnosti, odnosno neuljudnosti. Istraživanje će pokazati postoje li u hrvatskom javnom prostoru i neke druge strategije i sredstva koja nisu zahvaćena njihovim modelom. Okvirni popis strategija, koje će se pratiti u primjerima u skupu podataka, obuhvatit će sljedeće uljudne i neuljudne strategije, a za koje se pretpostavlja da će se pojaviti u medijima:

- Uljudne strategije

Strategije pozitivne uljudnosti

- *pozornost usmjerena prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)*
- *pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)*
- *povećanje sugovornikova interesa: a) upotreba pripovjedačkoga prezenta te b) poticajni izrazi poput znaš, shvaćaš/razumiješ što mislim.*
- *upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici): a) oslovljavanje, b) žargon, c) upotreba određenog jezika ili dijalekta i promjena koda te d) kontrakcija i elipsa*
- *slaganje sa sugovornikom: a) razgovor o neutralnim (sigurnim) temama i b) ponavljanje onoga što je sugovornik rekao*
- *izbjegavanje izražavanja neslaganja: a) simboličko neslaganje, b) pseudoslaganje te c) dobronamjerne laži*

- šale
- ponude i obećanja
- optimizam: a) izraz nadam se, b) upitne čestice
- uključivanje govornika i sugovornika u aktivnost
- davanje ili traženje razloga

Strategije negativne uljudnosti:

- konvencionalizirana indirektnost
- ograde: a) ograde koje prate prenošenje loših vijesti ili izražavanje ekspresivne kritike, b) prozodijske ograde (podizanje obrve, ozbiljno mrštenje te oklijevanje), c) dopunska pitanja u funkciji ograda te d) pogodbene rečenice u funkciji ograda
- pesimizam
- umanjivanje nametanja: a) isprike, b) eufemizmi, c) deminutivi i d) oklijevanja
- iskazivanje poštovanja
- isprike: a) priznavanje nametanja, b) pokazivanje neradog vršenja pritiska te c) navođenje razloga uz pretjerivanje
- otvoreno priznavanje duga

- Neuljudne strategije:

- oštar prijekor
- neprihvatanje suradnje ili zajedničke pozadine sa sugovornikom
- nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije
- upotreba neprimjerenih markera identifikacije
- izbjegavanje slaganja
- upotreba tabu riječi: a) psovke i b) uvredljive riječi
- razgovor o osjetljivim temama
- upotreba nepoznatog ili tajnog jezika
- prijetnje
- povezivanje sugovornika s negativnim aspektima
- omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika

- zauzimanje sugovornikova prostora
- otvoreno isticanje sugovornikova duga
- kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad
- ometanje sugovornika
- izazovi

b) faza prikupljanja i identifikacije uljudnih i neuljudnih strategija prema navedenim teorijama u izvorima/medijima (televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima): podrazumijeva prikupljanje primjera uljudnih i neuljudnih strategija *metodom usmjerenog čitanja*²¹ (novinski tekstovi), *metodom slušanja* (televizijske i radijske emisije) i *metodom zapisivanja iz navedenih medija*. Skup podataka prikupljen je gledanjem i slušanjem televizijskih emisija, slušanjem radijskih emisija i čitanjem novinskih testova. Izbor je navedenih medija nasumičan pa prema tome skup podataka koji proizlazi iz istraživanja nije unaprijed zadan, tj. ujednačen (jednak broj osoba po spolu, jednak broj uljudnih i neuljudnih razgovora, jednak broj uljudnih i neuljudnih strategija itd.)²². U istraživanje su uključena tri medija kako bi se utvrdilo utječe li vrsta medija na jezično ponašanje i ako utječe, koje su to razlike. Gledanjem i slušanjem televizijskih emisija identificirane su i ručno zapisane uljudne i neuljudne strategije u razgovorima kao i ostali podatci koji se odnose na govornikovo ponašanje, način govorenja, boju glasa, visinu glasa, spol, geste, mimiku te ciljeve koje pokušavaju ostvariti, tj. svi oni podatci koji će biti korisni za daljnje istraživanje i obradu podataka, odnosno iz kojih će se izvesti određeni zaključci i statistika. Istom su metodom iz radijskih emisija ručno zapisane prepoznate strategije te su zabilježeni podatci o boji i visini glasa, prozodiji itd. Iz novinskih su se tekstova čitanjem pronalazili primjeri koji su identificirani i ručno prepisani bez ikakvih izmjena.

²¹ *Metoda usmjerenog čitanja* ili *čitanje sa zadatkom* preuzeta je iz rada Alenke Mikulec prema kojoj se ona odnosi na čitanje prilikom kojega je zadatak u istraživanju unaprijed definiran (Mikulec 2016: 36). Ova bi metoda odgovarala i *metodi analize razgovora* koju navodi Kedveš (2011: 102), a koja podrazumijeva prijepis stvarnih razgovora među sugovornicima. „Istraživači pregledavaju prikupljene podatke izolirajući ciljane komunikacijske obrasce koje zatim analiziraju i interpretiraju dobivene rezultate. Glavna prednost te metode neupitna je autentičnost podataka na kojima se radi, istraživač može biti posve siguran da su obrasci koje proučava zaista prisutni u svakodnevnoj komunikaciji.“

²² Ovo je važno istaknuti jer je istraživanjem dobiven jednak broj uljudnih i neuljudnih razgovora, tj. 122, te je to slučajno, a ne namjeravano.

Televizijske i radijske emisije najprije sam gledala i/ili slušala u cijelosti te sam zabilježila vrijeme (vrijeme od početka do kraja razgovora) u kojemu bi se pojavila neka strategija. Kod ponovljenog sam slušanja transkribirala razgovore te je ovaj korak bio više ili manje složen. Ponekad je bilo potrebno više puta vratiti snimku kako bi se čulo što sugovornici govore jer je zbog buke i žamora, posebice u situacijama kada su sugovornici govorili istovremeno, njihov govor bio nerazumljiv. Razgovori su transkribirani ručno, a ne pomoću računalnih programa za transkripciju. Leksemi su zapisani doslovno pa tako i pogriješke u govoru nisu ispravljane, sve je transkribirano kako je izrečeno u izvornim emisijama. U transkripciji su uvedeni interpunkcijski znakovi (upitnik, uskličnik, točka) radi lakšeg razumijevanja razgovora te je važnu ulogu u njihovu određivanju imala intonacija. Iskazi su zapisani u obliku dijaloga, govornici su navedeni po redoslijedu pojavljivanja (G1, G2 itd.), a u didaskalijama su navedene informacije o gestama, mimikama i prozodiji za bolji uvid u razgovor. Mjesta u razgovorima na kojima je došlo do prekidanja i/ili upadanja u riječ označena su s tri točkice (...). Na kraju razgovora u transkriptima navedeni su sljedeći podatci: naziv televizijske ili radijske emisije, datum emitiranja te vrijeme trajanja razgovora u minutama i sekundama, tj. od početka do kraja (MM:SS). Ova je faza istraživanja trajala najmanje šest mjeseci te je iziskivala predanost i koncentraciju prilikom detaljnog prikupljanja skupa podataka, tj. višesatnog slušanja, čitanja i gledanja te zapisivanja svih primjera. Ukupan je broj riječi u transkriptima televizijskih emisija 8760, radijskim emisijama 9895 i novinama 15849 te je sveukupno jednak broj uljudnih i neuljudnih razgovora, tj. 122. Glavni kriterij u određivanju razgovora kao (ne)uljudnog jest, na temelju unaprijed utvrđenih i gore navedenih strategija, kakav dojam ostavlja razgovor u cjelini po završetku razgovora, tj. kako je tekao razgovor. U procjeni su, osim verbalnih elemenata, tj. uljudnih i neuljudnih strategija, značajnu ulogu imali i neverbalni pokazatelji, odnosno reakcije sugovornika (grimase, položaj i pokreti dijelova tijela, boja glasa intonacija i sl.), te je u tom smislu kontekst bio od iznimne važnosti. Razgovori u kojima su svi sugovornici uljudni definirani su kao uljudni razgovori. Neuljudni su razgovori oni u kojima su svi sugovornici neuljudni, ali i razgovori u kojima je jedan sugovornik uljudan, drugi neuljudan, ali je prvi sugovornik, izazvan neuljudnim strategijama, u većini slučajeva postao neuljudan te je razgovor nastavljen u takvom tonu. Dakle, svaki razgovor u kojemu je bilo prijatiji obrazu barem s jedne strane definiran je kao neuljudan. Identifikacija je

uljudnih strategija bila jednostavnija od identifikacije neuljudnih strategija jer je u istraženom skupu podataka najviše primjera složene neuljudnosti, odnosno sugovornici u najvećem broju slučajeva u istom iskazu upotrebljavaju više neuljudnih strategija istovremeno, kombiniraju ih i rijetko posežu za samo jednom strategijom te je ponekad bilo veoma teško razlučiti o kojoj je neuljudnoj strategiji riječ jer se one međusobno prožimaju. Prvi je cilj istraživanja, tj. utvrđivanje i određivanje uljudnih i neuljudnih strategija (cilj a)), riješen u ovom koraku, tj. sastavljen je popis uljudnih i neuljudnih strategija prema gore navedenim teorijama.

c) faza klasifikacije i analize (kvalitativna analiza): pronađeni su primjeri u rezultatima klasificirani prema gore navedenim teorijama, a opisani su, tj. interpretirani kvalitativnom analizom neposredno nakon uvoda, u dijelu rada pod naslovom *Rezultati*, uzimajući u obzir ciljeve istraživanja:

- istražiti učinkovitost uljudnih i neuljudnih strategija u postizanju namjeravanih komunikacijskih učinaka
- istražiti koje ciljeve govornici nastoje postići određenim jezičnim ponašanjem
- istražiti utjecaj društvenih čimbenika, govora tijela, prozodije i ostalih na procjenu uljudnosti i neuljudnosti
- istražiti perlokucijski učinak uljudnih i neuljudnih strategija
- odrediti utjecaj kulturoloških čimbenika na procjenu uljudnosti i neuljudnosti.

Jezična su ponašanja uspoređena po mediju i po spolu te su izvedeni zaključci o sljedećim pojavnostima:

- sugovornikova reakcija na neuljudnost
- zašto u jednom izvoru ima više uljudnih, a u drugom neuljudnih strategija
- zašto se neke strategije ne pojavljuju u istraženom skupu podataka
- zašto govornici kombiniraju strategije
- koji su okidači neuljudnosti
- pouzdanost televizijskih emisija, radijskih emisija i novinskih tekstova
- važnost prozodije i govora tijela u procjeni uljudnosti odnosno neuljudnosti

- uljudni i neuljudni trikovi kojima govornici izbjegavaju odgovor na postavljeno pitanje
- koja su jezična ponašanja nova, a da nisu navedena u dosadašnjim istraživanjima itd.

d) kvantitativna analiza (statistika/statistička metoda): posljednji je korak u istraživanju, a podrazumijeva utvrđivanje učestalost pojavljivanja sljedećih elemenata:

- broj sugovornika (koliko su od toga muškarci, a koliko žene)
- broj uljudnih i neuljudnih razgovora
- ukupan broj strategija
- sveukupan broj uljudnih strategija
- strategije pozitivne uljudnosti po broju ponavljanja
- strategije negativne uljudnosti po broju ponavljanja
- učestalost strategija pozitivne uljudnosti u mediju po spolu
- učestalost strategija negativne uljudnosti u mediju po spolu
- sveukupan broj neuljudnih strategija
- učestalost neuljudnih strategija u mediju
- učestalost neuljudnih strategija po spolu
- učestalost (ukupan zbroj) uljudnih strategija (pozitivnih i negativnih) po spolu
- učestalost strategija po mediju (uljudnih i neuljudnih)
- učestalost strategija po spolu (uljudnih i neuljudnih)
- učestalost ponavljanja svake pojedine strategije (strategije pozitivne uljudnosti, strategije negativne uljudnosti i neuljudne strategije)
- učestalost upotrebe nekih riječi (psovke i tabu riječi)
- učestalost govora tijela i prozodija
- broj uljudnih strategija (strategija pozitivne i strategija negativne uljudnosti) koje se ne pojavljuju u skupu podataka
- broj neuljudnih strategija koje se ne pojavljuju u skupu podataka
- strategije koje se najčešće pojavljuju u skupu podataka
- strategije koje se rijetko pojavljuju u skupu podataka

- učestalost ostvarenih ciljeva (uljudnih i neuljudnih)

Kvalitativna i kvantitativna analiza trebaju pokazati u kolikoj je mjeri uspostavljena hipoteza istraživanja točna, tj. jesu li govornici uljudni ili neuljudni kako bi postigli određene komunikacijske učinke.

2.2. Mediji (televizijske emisije, radijske emisije, novinski tekstovi)

Skup podataka za istraživanje prikupljen je u razdoblju od lipnja 2015. do siječnja 2016. godine u hrvatskim javnim glasilima: televiziji, radiju i tiskanim tjednicima. Čini ga pet televizijskih emisija *Otvoreno* i pet radijskih emisija *Poligraf – politički grafikoni* te po pet brojeva tjednika (*Nacional*, *Globus* i *Story*).

2.2.1. Televizijske emisije

Televizijska emisija *Otvoreno* obrađuje jednu aktualnu političku ili društvenu temu iz Hrvatske u obliku rasprave te se emitira u izravnom prijenosu *Hrvatske radiotelevizije* u večernjem terminu pet puta tjedno. Svaka emisija ima svoj naziv ovisno o temi koja se istražuje, a započinje uvodnim prilogom koji najavljuje temu i otvara problemska pitanja, a nakon kojega koordinator emisije, tj. voditelj, postavlja unaprijed pripremljena pitanja svojim gostima. Gosti su poznate javne osobe iz Hrvatske, tj. predstavnici različitih političkih stranaka, oprečnih svjetonazora i stavova što dovodi do rasprave o aktualnoj temi, odnosno stvaranju dinamičnosti emisije. Među njima je uspostavljen odnos ravnopravnosti, tj. svaki gost ima jednaku priliku odgovarati na pitanja. Emisije traju oko 45 minuta, ne prekidaju se reklamnim blokovima niti drugim priložima tako da se može pratiti verbalno i neverbalno ponašanje sugovornika tijekom cijele emisije bez prekida. Broj sugovornika nije točno određen, a u izabranim emisijama broj sugovornika varira od četiri do šest. Slijedi popis emisija iz kojih je preuzet skup podataka za daljnje istraživanje uljudnih i neuljudnih strategija s navedenim datumom emitiranja, nazivom emisija, vremenskim trajanjem emisija, brojem sugovornika i spolom sugovornika:

- *Otvoreno*
(*Tko će postati novi mandator?*)
Datum prikazivanja: 3. 12. 2015.
Trajanje emisije: 47:57

Broj sugovornika: šest
Spol sugovornika: šest muškaraca

- *Otvoreno*

(Jesmo li bliže rješenju i postizbornom raspletu?)

Datum prikazivanja: 14. 12. 2015.

Trajanje emisije: 46:47

Broj sugovornika: četiri

Spol sugovornika: četiri muškarca

- *Otvoreno*

(Što će se sutra događati u uredu predsjednice na Pantovčaku? Hoće li Božo Petrov održati riječ? Koliko bi dugo takva vlada mogla trajati?)

Datum prikazivanja: 21. 12. 2015.

Trajanje emisije: 46:21

Broj sugovornika: pet

Spol sugovornika: četiri muškarca, jedna žena

- *Otvoreno*

(Kako će izgledati hrvatski znanstveni sustav?)

Datum prikazivanja: 30. 12. 2015.

Trajanje emisije: 45:29

Broj sugovornika: šest

Spol sugovornika: tri muškarca, tri žene

- *Otvoreno*

(Kako će izgledati proračun za ovu godinu?)

Datum prikazivanja: 14. 1. 2015.

Trajanje emisije: 45:47

Broj sugovornika: pet

Spol sugovornika: pet muškaraca

2.2.2. *Radijske emisije*

Radijska emisija *Poligraf – politički grafikon* politička je emisija koja obrađuje aktualnu političku temu iz Hrvatske u obliku javne rasprave te se emitira u izravnom prijenosu *Hrvatskog radija* u ranim jutarnjim satima jednom tjedno. Koncept je radijske emisije sličan konceptu televizijske emisije *Otvoreno*: emisija započinje voditeljevim uvodnim govorom koji najavljuje temu i otvara problemska pitanja na koja odgovaraju gosti iz političkog i javnog života Hrvatske, svaka emisija ima svoj naziv ovisno o temi, trajanje je emisija oko 50 minuta, ne prekidaju se reklamnim blokovima niti drugim prilozima te broj sugovornika varira od tri do pet. Slijedi popis emisija iz kojih je preuzet skup podataka za daljnje istraživanje uljudnih i neuljudnih strategija s navedenim datumom emitiranja, nazivom emisija, vremenskim trajanjem emisija, brojem sugovornika i spolom sugovornika:

- *Poligraf – politički grafikon, demografska obnova zemlje*
(*Zašto se Milanović odlučio vratiti u bitku za vlast? Hoćemo li u utorak napokon dobiti mandatara? Tko će to biti: Božo Petrov ili nestranački stručnjak? Na koje će fotelje zasjesti Most?*)
Datum emitiranja: 18. 12. 2015.
Trajanje emisije: 49:58
Broj sugovornika: pet
Spol sugovornika: dva muškarca i tri žene
- *Poligraf – politički grafikon, demografska obnova zemlje*
(*Demografska obnova u Hrvatskoj, osnutak ministarstva obitelji i demografskog razvoja i useljništva*)
Datum emitiranja: 8. 1. 2016.
Trajanje emisije: 49:25
Broj sugovornika: tri
Spol sugovornika: dva muškarca i jedna žena
- *Poligraf – politički grafikon, demografska obnova zemlje*
(*Koga će od 60 ponuđenih kandidata mandatar Tihomir Orešković odabrati za ministre svoje vlade? Što čeka Zorana Milanovića nakon napuštanja Banskih dvora i odlaska u*

oporbu - pad ili ostanak na čelu SDP-a? Zašto je bitka za čelno mjesto počela i u HSS-u, stranci pobjedničke Domoljubne koalicije? Postoji li unutarstranačka demokracija u Hrvatskoj?)

Datum emitiranja: 15. 1. 2016.

Trajanje emisije: 50:10

Broj sugovornika: pet

Spol sugovornika: četiri muškarca i jedna žena

- *Poligraf – politički grafikon, demografska obnova zemlje*
(Hoće li se glasovanje u povjerenju u novoj vladi dogoditi prije ili poslije ponoći? Mora li predsjednica produžiti rok za sastavljanje nove vlade ako se te nezaustavljive filipike protegnu do dugo u noć? I jednom kad Vlada prisegne, koji su prvi potezi koje novi premijer i ministri moraju povući?)

Datum emitiranja: 22. 1. 2016.

Trajanje emisije: 50:36

Broj sugovornika: pet

Spol sugovornika: pet muškaraca

- *Poligraf – politički grafikon, demografska obnova zemlje*
(Je li afera Crnoja nanijela nepopravljivu štetu nepuni tjedan staroj Oreškovićevoj Vladi? Zašto se više od 24 sata odlučivalo o smjeni ministra branitelja? Kako je neslavno propao popis izdajnika?)

Datum emitiranja: 29. 1. 2016.

Trajanje emisije: 50:17

Broj sugovornika: pet

Spol sugovornika: tri muškarca i dvije žene

2.2.3. Novinski tekstovi

Skup podataka preuzet je iz novinskih tekstova *Nacionala*, *Globusa* i *Storyja*, tj. tjednih novina različite tematike. Odnosi se u najvećoj mjeri na pismeno prenesenu govorenu interakciju dviju ili više osoba u tekstnom obliku izravnog ili neizravnog govora.

a) *Nacional* je neovisni politički tjednik istraživačkog novinarstva s preko dvadeset godina tradicije, a u području su interesa sljedeće teme, tj. rubrike:

- vijesti iz Hrvatske (Zagreb odvojeno), svijeta, gospodarstva, kulture i znanosti
- sport: nogomet, košarka, tenis te ostali sportovi
- film i glazba, intervjui
- kolumne
- lifestyle
- revija

U istraživanju su korišteni brojevi tjednika u vremenskom razdoblju od lipnja 2015. do prosinca 2015. godine:

- *Nacional*, 23. 6. 2015., broj 895
- *Nacional*, 3. 11. 2015., broj 914
- *Nacional*, 17. 11. 2015., broj 916
- *Nacional*, 1. 12. 2015., broj 918
- *Nacional*, 8. 12. 2015., broj 919

b) *Globus* je politički tjednik istraživačkog novinarstva također s preko dvadeset godina tradicije te se prodaje u Hrvatskoj i inozemstvu. Poseban je interes usmjeren prema otkrivanju raznih političkih afera.

U istraživanju su korišteni brojevi tjednika u vremenskom razdoblju od lipnja 2015. do prosinca 2015. godine:

- *Globus*, 26. 6. 2015., broj 1281
- *Globus*, 11. 9. 2015., broj 1292
- *Globus*, 18. 9. 2015., broj 1293
- *Globus*, 20. 11. 2015., broj 1302
- *Globus*, 27. 11. 2015., broj 1303

c) Časopis *Story* obrađuje manje ozbiljne teme te je zamišljen kao časopis razbibrige i zabave.

U području su interesa:

- aktualne vijesti iz života slavnih osoba (domaćih i stranih)
- teme o zdravlju
- moda i uljepšavanje

U istraživanju su korišteni brojevi tjednika u vremenskom razdoblju od lipnja 2015. do prosinca 2015. godine:

- *Story*, 24. 6. 2015., broj 25
- *Story*, 16. 9. 2015., broj 37
- *Story*, 4. 11. 2015., broj 44
- *Story*, 18. 11. 2015., broj 46
- *Story*, 2. 12. 2015., broj 48

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

3.1. Uljudne strategije u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima

3.1.1. Strategije pozitivne uljudnosti

Pozitivna je uljudnost usmjerena prema sugovornikovu pozitivnom obrazu, tj. nastojanju da njegove želje i potrebe budu priznate i pozitivno vrednovane. Ostvaruju se u komunikaciji između sugovornika male socijalne distance pa je prema tome komunikacija jednostavnija i ugodnija za sve sugovornike. Upotrebom se ovih strategija govornik nastoji približiti sugovorniku i postati blizak s njim. Govornik i sugovornik pripadaju istoj grupi ljudi koja dijeli iste interese, želje, ciljeve i vrijednosti.

3.1.1.1. Izražavanje interesa prema sugovorniku (*njegovim interesima, željama, potrebama, imovini*)

Strategijom *izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)* govornik daje sugovorniku do znanja da je primijetio nešto što bi on želio da bude primijećeno. U b) radijskim emisijama nema potvrđenih primjera ove strategije.

a) Televizijske emisije

U televizijskim se emisijama pojavljuju dva primjera strategije *izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)*. U prvome od njih G3, koji sluša i promatra komunikaciju između G1 i G2, ubacuje se u razgovor i brani G2 jer smatra da napadi na G2 nisu primjereni. Tom je strategijom G3 pokazao da mu je stalo do G2, da ga poznaje i poštuje i zbog toga se zauzima za njega. S druge strane, neuljudan je prema G1 jer ga napada, tj. prekida i kritizira, strategijama *ometanje sugovornika te kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad*.

(1)

G1: Slušamo, kolega Klouški, izvolite.

G3: Mislim sad, prevelika drama oko ovog što se danas dogodilo. Mislim da to nije bilo ništa ni veliko, strašno dramatično za ovu zemlju da se Sabor nije konstituirao. Pa

konstituirat će se. Jednog dana će se dogovoriti'. Ne vidim zašto bi sad tu profesora Podolnjaka (pokazuje na G2) izvirgavali nekakvim pritiscima, šta će Most, ovo, ono.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 24:47 - 25:01)

U drugom je primjeru govornik G1 (voditelj emisije) primijetio da G2 ima pozitivno mišljenje o trećoj osobi pa ga je to i upitao, a G2 svojim odgovorom potvrđuje navedeno i hvali postignuća svojega kolege. Glagolom *čini mi se* G1 signalizira da će se G2 s njim složiti i potvrditi njegove navode.

(2)

G1: Čini mi se da imate vrlo pozitivan stav prema novom mandataru gospodinu Oreškoviću?

G2: Osobno ga poznajem, ja svakoj stručnoj osobi dajem apsolutnu podršku u svojim nakanama za boljitak za RH. Ono što je činjenica da je on jedna jedinka, kako se kolokvijalno kaže, jedna lasta ne čini proljeće.

(Otvoreno, 30. 12. 2015., 14:54 - 15:15)

c) Novinski tekstovi

U novinskim se tekstovima primjeri strategije *izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)* pojavljuju često pa tako u jednom od njih govornik sugovorniku predlaže da promijeni životne navike jer mu je stalo do njega, a to se vidi u izrazima *vama toplo savjetujem i pomoći ćete sebi i životinjama*:

(3)

Jednostavno ne volim meso iz nekih svojih razloga, a i vama toplo savjetujem da barem smanjite dozu. Pomoći ćete i sebi i životinjama ako ga barem jedan dan izbacite iz menija.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 35.)

U izrazima koji pokazuju govornikovo suosjećanje i interes također se ogleda ova strategija pozitivne uljudnosti kao što se može vidjeti u primjerima koji slijede:

(4)

Eto, taj je dodatak trebao poslužiti kako bi se radnicima Hrvatskoga zavoda za mirovinsko osiguranje ispravila nepravda jer su oni vječito imali nižu plaću od prosječne plaće u zemlji...

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 9.)

(5)

U jednom trenutku prosječna je plaća naših radnika iznosila 2900 kuna neto i mi smo tražili način kako ispraviti tu nepravdu...

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 13.)

(6)

Predstava je interaktivna, što je djeci posebno zanimljivo. Jedino mi je žao što se svi počnu javljati za sudjelovanje, a ne mogu ih sve pozvati na pozornicu nego samo po jedno ili dvoje za svaki trik.

(Story, 18. 11. 2015., broj 46, str. 76.)

(7)

Posebnu brigu zaslužuju žrtve. Istraživanja često pokazuju da su i zlostavljači nekada i sami bili nečije žrtve. I za njih se netko mora pobrinuti i s njima se mora još više raditi kako ne bi nastavili nedopustivo i neprihvatljivo ponašanje. Treba osuditi njihovo ponašanje, a ne njih kao osobe, smatra Labaš.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 43. i 44.)

(8)

Djeca su ionako imala teško, uništeno djetinjstvo pa da ih još opterećujem pričama o tome – nisam htjela. Ja sam ih samo poticala da uče, da se bave sportom, da idu na izlete, da idu u društva, u muzičku omladinu“, izjavila je Olga Hebrang za Start 1989.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 14.)

U sljedećem je primjeru G1 primijetio nešto što je u području interesa G2, zbog čega G2 iskazuje zadovoljstvo, te je sugovornikov pozitivan obraz očuvan u potpunosti.

(9)

G1: Vode se diskusije o propasti temeljenih vrijednosti na kojima počiva EU. Kako to komentirate?

G2: Drago mi je da ste spomenuli temeljne vrijednosti jer o tome nitko ne raspravlja u posljednje vrijeme.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 17.)

U sljedećem se primjeru može vidjeti kako je G1 prešao granicu od negativne prema pozitivnoj uljudnosti i na taj način prijetio negativnom obrazu G2. Naime, interes prema G2 G1 izražava empatijom zbog smrti supruga (*Posljednjih nekoliko mjeseci bili su vam iznimno stresni, teški.; Pretpostavljam da vam je sve još svježije i bolno. Ipak, kako ste danas? Tko vam i što najviše pomaže kad vas obuzme tuga?*). Strategiju pozitivne uljudnosti prožima strategijom negativne uljudnost, tj. *umanjivanje nametanja*, jer oklijeva izravno postaviti pitanje. Razlog je tomu tema koja je vrlo osjetljiva, a G1 nije blizak s G2. Odgovor G2 potvrdio je navedeno, tj. jasno je dao do znanja da je prešao granicu njihova odnosa i da to nije tema o kojoj želi razgovarati s nepoznatom osobom.

(10)

G1: Posljednjih nekoliko mjeseci bili su vam iznimno stresni, teški. Naime, nakon što je vaš suprug, legendarni Arsen Dedić završio u bolnici, nažalost, sredinom kolovoza izgubio je životnu borbu. Pretpostavljam da vam je sve još svježije i bolno. Ipak, kako ste danas? Tko vam i što najviše pomaže kad vas obuzme tuga?

G2: O svojoj privatnosti u ovom trenutku ne mogu i neću razgovarati. Kada ste predložili intervju, povod su bili moji predstojeći profesionalni angažmani. Zato o njima i govorim. O svim privatnim pitanjima ne bih na ovome mjestu i sada. Hvala na razumijevanju. Shvatit će i vaši čitatelji.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 24.)

3.1.1.2. *Pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)*

Pretjerivanje se, navode Brown i Levinson, naglašava intonacijom i leksikom, na primjer, upotrebom riječi *naravno, stvarno, upravo tako, apsolutno* itd. U a) televizijskim emisijama nema potvrđenih primjera strategije *pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)*, a u nastavku slijede primjeri iz radijskih emisija i novinskih tekstova.

b) Radijske emisije

G2 pretjerivanje u zanimanju za sugovornika u sljedećem primjeru iskazuje izrazima *apsolutno potpisujem, slažem se bez ikakvih ograda, bravo*, tj. odobrava ono što je G1 izrekao i izražava oduševljenje. Tomu pridonosi i naglašavanje riječi *upravo* i *apsolutno* te ponavljanje riječi *sve* tri puta. Osim ove strategije pozitivne uljudnosti, u dijalogu su prisutne i druge strategije pozitivne uljudnosti koje još više potvrđuju postojanu bliskost među sugovornicima. Strategijom se *oslovljavanja* G2 obraća sugovornici imenom (*Sandra*), strategijom *slaganje sa sugovornikom* ponavlja što je G1 rekao, a strategijom *optimizam* upotrebljava upitnu česticu *jel'* dva puta (*Sve ste izgovorili upravo ono jel', što je, što potvrđuje da se treba između ostalog napraviti; Evo sve što je izgovoreno za poslodavce, sve što je sad izgovoreno apsolutno jel' potpisujem, slažem se bez ikakvih ograda.*). Svim je ovim strategijama pozitivne uljudnosti G2 iskazao simpatije prema svojoj sugovornici.

(11)

G1: Danas u Hrvatskoj teret roditeljstva, a i kako čujem od različitih političkih aktera, cjelokupni teret te natalitetne politike bi trebao biti na ženama. To se neće dogoditi na taj način. Dakle, pitanje ravnopravnosti i pitanje prava žena unutar radnih odnosa, ali i unutar obitelji jedno je od ključnih pitanja te demografske politike.

G2: Bravo, Sandra! Sve ste izgovorili upravo ono jel', što je, što potvrđuje da se treba između ostalog napraviti' (...). Evo sve što je izgovoreno za poslodavce, sve što je sad izgovoreno apsolutno, jel' potpisujem, slažem se bez ikakvih ograda.

(Poligraf – politički grafikon, 8. 1. 2016., 13:25 - 14:17)

Kao i u prethodnom primjeru, i u dijalogu koji slijedi isprepliće se više strategija pozitivne uljudnosti. U izrazu *u potpunosti se slažem* ogleda se strategija *pretjerivanja (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)*, a strategijom *oslovljavanje sugovornika*

nadimkom (*U potpunosti se slažem s Peđom.*) prepoznaje se socijalna bliskost među sugovornicima.

(12)

G1: Sada je vrlo jasno da smo došli do toga da nikakvih reformi nema, da jedino što je bitno i jedino što zanima ove dvije koalicije, znači Most i Domoljubnu koaliciju, kako podijeliti fotelje i kako se što je moguće bolje uhljebiti. Eto, to je to.

G2: U potpunosti se slažem s Peđom. Zapravo bi trebalo, interesantno bi bilo vidjeti, trebali bi pitati mandatara, da li je pročit'o dokument koji su Most i HDZ usuglasili, tj. da li zna što treba raditi, to je ključno pitanje.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 33:12 - 34:07)

U sljedećem se primjeru ova strategija pozitivne uljudnosti ogleda u izrazu *Da, da, upravo to* koji G2 dodatno naglašava intonacijom i ponavljanjem potvrdne riječi *da* dva puta kako bi odobravanje onoga što je G1 izrekao posebno istaknuo.

(13)

G1: Moramo razmišljati kada govorimo o tome i o tome da bi trebali ljudi imat' više djece. Ako već ulazimo u tu privatnu sferu, a ne bi trebala država ulazit' u tu privatnu sferu, nego bi država trebala stvarati okruženje u kojemu ćemo mi bez problema htjet' imati treće dijete...

G2: Da, da, upravo to!

(Poligraf – politički grafikon, 8. 1. 2016., 16:56 - 17:15)

U primjeru koji slijedi G3 svoje velike simpatije prema G1 izražava izrazom *apsolutno se slažem* koji ponavlja čak tri puta. Stječe se dojam da je G3 oduševljen s onime što je G1 rekao pa svoje odobravanje i slaganje posebno ističe. Osim toga, sugovornika oslovljava nadimkom (*Pero*) koji signalizira postojeću bliskost i prisnost među njima, tj. drugu strategiju pozitivne uljudnosti – *oslovljavanje*. Nakon što je G2 prvi put rekao *apsolutno se slažem*, G3 ga prekida novim pitanjem, ali on se ne obazire te u jednom trenutku govore istovremeno. Može se primijetiti da je ovdje

prekidanje G2 u funkciji stvaranja dinamičnosti emisije, a ne neuljudnosti jer na kraju odustaje od pitanja i prepušta G3 da dovrši misao.

(14)

G1: Mi si moramo, mi si moramo jednostavno sve moći reći na stranačkim tijelima, kritički se saslušati i nakon toga donijeti najbolju odluku, ne za SDP, nego za građane ove zemlje koje mi predstavljamo.

G2: Hvala lijepa, gospodine Grbin.

G3: Apsolutno se slažem...

G2: Jesu li neka izbacivanja iz SDP-a bila zapravo nekako...

G3: Apsolutno se slažem s ovime što je Pero rekao.

G2: ... loše učinjen potez?

(Poligraf – politički grafik, 15. 1. 2016., 39:58 - 40:26)

Sljedeći je primjer također dobar primjer strategije *pretjerivanje* (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku) u kojemu na sve što je G1 rekao G2 odgovara potvrdno i s odobravanjem (*Da.; Tako je.*) odajući tako postojeću bliskost sa sugovornikom.

(15)

G1: Uvijek svaka stranka je zapošljavala. HDZ je bio najviše na mandatu, najviše ljudi je zaposlio u državnoj upravi i zato se ljudi učlanjuju u stranke. Da bi dobili posao. O čemu pričamo?

G2: Da.

G1: Treba reć' ono istinu.

G2: Tako je.

(Poligraf – politički grafik, 29. 1. 2016., 34:20 - 34:30)

c) Novinski tekstovi

U novinskim se tekstovima strategija *pretjerivanje* (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku) potvrđuje više puta. U jednome od primjera govornik u svakoj rečenici hvali uspjeh osobe o kojoj govori i pri tome ne skriva veliko oduševljenje iskazivanjem osjećaja ponosa i simpatije (... *njegova odjeća je drugačija, nije preskupa, ima autorski pečat i ne nalikuje robi koja se prodaje u velikim lancima...*). Izraz *to je genijalno* posebno naglašava strategiju pretjeranog zanimanja za sugovornika.

(16)

Mislim da je pronašao formulu: njegova odjeća je drugačija, nije preskupa, ima autorski pečat i ne nalikuje robi koja se prodaje u velikim lancima. U tome je uspio. Ima već klijente koji mu dolaze iz drugih gradova i to je genijalno. Ima svoj put, a ja i dalje puno očekujem od njega.

(*Nacional*, 23. 6. 2015., broj 895, str. 58.)

Hvaleći glumičin talent govornik upotrebljava mnoštvo epiteta koji naglašavaju govornikovu opčinjenost glumičinim uspjehom (*čelična volja, upornost, do detalja razrađene pripreme za svaku ulogu i izvanserijski talent koji njeguje i gradi desetljećima*).

(17)

Mnogo se današnjih filmskih zvijezda može pohvaliti mjestom na različitim listama najboljih i najvećih svih vremena, no Meryl Streep jedina uvijek zauzme visoke pozicije. Za takav tretman kritike i publike zaslužni su njezina čelična volja, upornost, do detalja razrađene pripreme za svaku ulogu i izvanserijski talent koji njeguje i gradi desetljećima.

(*Story*, 16. 9. 2015., broj 37, str. 83.)

Dalje u razgovoru nastavlja u istom tonu, a izrazom *pa se možete kladiti da će broj njezinih nagrada sljedećih godina porasti* iskazuje uvjerenost u njezin uspjeh u budućim glumačkim ulogama:

(18)

Za razliku od kolegica koje se iz mnoštva uzdižu skandalima, ona se uzda u dobar odabir uloga i iscrpljujuće pripreme pa se možete kladiti da će broj njezinih nagrada sljedećih godina porasti.

(*Story*, 16. 9. 2015., broj 37, str. 84.)

(19)

U stanju je od najprosječnije uloge napraviti čudo i uvijek pažljivo bira što će raditi ne bazirajući se na istom žanru.

(*Story*, 16. 9. 2015., broj 37, str. 84.)

U sljedećem primjeru G2 mnogim izrazima iskazuje bliskost, ljubav, poštovanje i divljenje prema osobama o kojima govori (*Mojim roditeljima dajem orden za to što nikada nisu ubijali moju kreativnost, ideje i poglede na život.*), a izrazi *uvijek* i *nikada* posebno ističu pretjerane simpatije te odobravanje postupaka navedenih osoba.

(20)

G1: Jesu li roditelji blagonaklono gledali na vašu odluku da postanete operetna pjevačica?

G2: Mojim roditeljima dajem orden za to što nikada nisu ubijali moju kreativnost, ideje i poglede na život. Uvijek su me lagano i nenametljivo usmjeravali, bodrili i hrabрили, dajući mi na znanje da će uvijek biti uz mene kad mi to zatreba. Nisu mi nametali svoja iskustva i strahove i naučili me da svijet otkrivam oprezno – otvorenog srca s velikim osmjehom na licu.

(*Story*, 16. 9. 2015., broj 37, str. 24.)

Govornik u sljedećem primjeru svoje pretjerano zanimanje iskazuje glagolom *obožavam*, a daljnjim komplimentima odaje opčinjenost stilom navedene pjevačice:

(21)

Obožavam stil Petre Nižetić, njezinu lakoću postajanja u svemu što odjene, a sve to izgleda nezaboravno.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 50.)

Govornik iznosi svoje pozitivne osjećaje prema osobi o kojoj govori, cijeni ju i poštuje. Navodi niz komplimenata koji otkrivaju malu socijalnu distancu među njima.

(22)

„Sama činjenica da smo već dulje zajedno govori o tome kako nam je u vezi. Sretna sam što imam uza sebe osobu koja me razumije i poštuje te, što je najvažnije, da odlično komuniciramo. Ne moramo neke stvari ni objašnjavati, one se jednostavno podrazumijevaju. Naravno, i ljubav je tu važna“, rekla je Minea za Story.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 44.)

U novinskim je tekstovima mnogo primjera strategije *pretjerivanje* (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku), posebno kada se govori o talentima, postignućima, izgledu i osobnosti osoba o kojima je riječ. Govornici upotrebljavaju mnoštvo epiteta, superlativa i izraza divljenja i poštovanja (*jedan je od najvećih poznavatelja, vrhunski intelektualac; Ante je uistinu nevjerovatan, vrhunska glazbenica* itd.) koji odaju socijalnu bliskost među sugovornicima:

(23)

Ante je uistinu nevjerovatan, svakodnevno se čujemo i moram reći da nije angažiran samo kad je o arhitektonskom dijelu riječ, nego je potpuno ushićen zbog svega.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 20.)

(24)

Natali je pokazala i kako je, uz to što je vrhunska glazbenica, itekako lijepa i aktivna te kako izgleda bolje nego ikad prije.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 6.)

(25)

U nadahnutom govoru na otvorenju izložbe dubrovačkog majstora Zidić je pokazao i sav svoj govornički i „pisani“ talent, kao likovni kritičar, esejist, pjesnik. Jedan je od najvećih poznavatelja hrvatske moderne, devetnaest je godina bio na čelu Moderne galerije, a teško

je nabrojati što je sve u životu radio, napisao, izgovorio, priredio. Ovaj vrhunski intelektualac jedan je od onih koji toliko nedostaju ovim prostorima, dovoljno provokativan i inspirativan, ali s mjerom, ukusom i kućnim odgojem.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 88.)

(26)

Bahorića i njegov rad producent i umjetnički direktor Cro-A-Portera Viktor Drago za Nacional je opisao ovako: „Tomislav Bahorić sjajan je primjer jabuke koja ne pada daleko od stabla, ali i sama rodi izvrsnim plodovima. Odrastao okružen specifičnom i profinjenom estetikom, Tomislav je svoj dizajnerski put započeo kao nadogradnju na već postavljene stilske smjernice i stvorio snažan vlastiti potpis. Rijetko koji dizajner u svojih deset prikazanih kolekcija posjeduje toliko konzistentnosti u vlastitom stilu, što na kraju rezultira prepoznavanjem okoline i potvrdom vlastitog rada. Nenametljiv, a opet vrlo upečatljiv i probitačan, neopterećen vlastitom pojavom u medijskom svijetu, stvorio je brend koji govori u njegovo ime.“

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 59.)

(27)

Nekad se riječ diva koristi olako, no kad je riječ o Gabi Novak, istinskoj legendi hrvatske glazbe, supruzi velikoga glazbenika Arsena Dedića, riječ diva je na pravome mjestu.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 21.)

(28)

Kada bih trebala izdvojiti samo jednu osobu koju poštujem, kojoj se na neki način divim te koja mi je ujedno uzor u mnogo čemu, svakako bi to bio moj brat Ivica. To je bar jednostavno – bez puno razmišljanja ističe Janica Kostelić na samom početku našeg razgovora, a potom priznaje kako je identično razmišljala i prije dvadeset godina kada je počinjala skijašku karijeru.

(Story, 18. 11. 2015., broj 46, str. 24.)

(29)

G1: Veselite li se novoj suradnji s Markom nakon mjuzikla „Za dobra stara vremena“? Kakve uspomene nosite od tada?

G2: Marko je jedan od onih ljudi koje ne upoznajete, u koje se ne zaljubljujete, njih odmah zavolite. Iskren, jednostavan, dečko iz susjedstva, mladi čovjek koji je odmah znao što želi, a što ne, golemog talenta i voljom za rad, maksimalno profesionalan i s onom savršenom dikcijom stare garde hrvatskih pjevača.

(Story, 18. 11. 2015., broj 46, str. 33.)

(30)

G1: Zbog čega cijenite Marka Tolju kao glazbenika?

G2: Već smo pjevali zajedno. Jako ga cijenim, od početaka vidim da ima svoj stil, apsolutno je poseban u svom izrazu i iznad svega jako pristojan. Izdvaja se iz prosječnosti kojih ne nedostaje, imamo nekih dodirnih točaka, susreću nam se razmišljanja kad je o glazbi riječ.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 24.)

(31)

Supruga Anita i kći Elena najveća su mi potpora te s njima najlakše prebrodim teške trenutke. Naravno, mama Silva, tata Saša i brat Davor uvijek su uz mene i njihove savjete prihvaćam jer me oni najbolje poznaju – iskren je bio Dejan za Storybook prije godinu dana, kad je i priznao kako obitelj stavlja na prvo mjesto.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 25.)

(32)

U životu je najveći blagoslov imati odličnog učitelja, a ja sam počašćen što imam divne roditelje. Naučili su me da prije svega moram biti čovjek jer samo tako nikada neću imati razloga za spuštanje pogleda – zaključio je svestrani sportaš.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 25.)

U novinskim je tekstovima slaganje sa sugovornikom vrlo često, a ostvaruje se izrazima: *apsolutno ste u pravu; u pravu ste; upravo tako; moram se složiti s vama; kako da ne; točno; apsolutno*. Može se reći da se u govornikovu pitanju već nazire odgovor koji slijedi, tj. potvrđan odgovor i slaganje. Teme o kojima razgovaraju sigurne su, ne prijetite sugovornikovu obrazu pa je takav ishod očekivan. Sugovornik se osjeća ugodno i postavljena su pitanja primjerena, bez zadirkivanja i provokacije.

(33)

G1: Vi ste osamdesete diplomirali na Fakultetu dramskih umjetnosti i započeli karijeru u vrijeme pojave novog praškog vala u kinematografiji i novog glazbenog vala. Bilo je drugo neko vrijeme, a ljudi su na drugačijim temeljima mogli graditi karijere...

G2: Apsolutno ste u pravu. To su najbolje godine našeg života, omeđene dvama političkim događajima: Odlaskom Tita i dolaskom Miloševića.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 48.)

(34)

G1: Ne nedostaje nam talentiranih pjevača, no nedostaje li našem tržištu dobrih autora?

G2: Apsolutno ste u pravu! Znam da bi bio slabije gladan, ali trebalo bi napraviti show u kojem bi se tražila najbolja pjesma. Pjevača ima.

(Story, 18. 11. 2015., broj 46, str. 45.)

(35)

G1: Kako tumačite da iako ste snimali od Slovenije do Makedonije i Kosova, nikad niste igrali u hrvatskom filmu?

G2: U pravu ste, nekako se nije poklopilo.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 49.)

(36)

G1: S obzirom na to da ste surađivali s Angelinom Jolie, Bradom Pittom, Colinom Farelom, čujete li se nekad s njima? Jeste li se uvjerali da što je netko „veći“ u svom poslu, to je jednostavniji čovjek?

G2: Upravo tako. Najlakše je komunicirati s realiziranim ljudima.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 34.)

(37)

G1: Ne samo da ste se odabirom Gong Li za glavnu glumicu vratili počecima, nego ste to napravili i s radnjom filma koji vizualno ne izgleda tako raskošno kao vaši najveći hitovi.

G2: Mnogi su mi novinari to rekli i moram se složiti sa svima vama.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 69.)

(38)

G1: Jesu li i danas aktualna pitanja besmrtnosti? Čini mi se, možda više nego ikada, slažete li se?

G2: Kako da ne. Stari se masovno pomlađuju kao da ne žele ustupiti mjesto generacijama koje dolaze.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 58.)

(39)

G1: Slažete li se s tvrdnjama da ste novom zbirkom priča oteli zaboravu jednu epohu i naglasili značaj karizmatičnih intelektualaca koji su oko sebe okupljali važne kružoke?

G2: Točno. U proslovu knjige upravo sam to i apostrofirao.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 44.)

(40)

G1: Pretpostavljam da vas je nagrada obradovala i da je cijenite kao veliko priznanje?

G2: Apsolutno. Svaka nagrada ima vrijednost za onoga tko je dobije.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 46.)

3.1.1.3. Povećanje sugovornikova interesa

Prema Brown i Levinsonu strategija *povećanje sugovornikova interesa* ostvaruje se: a) upotrebom pripovjedačkoga prezenta, b) poticajnim izrazima poput *znaš, shvaćaš/razumiješ što mislim* te c) upitnim frazama *jel' da?, zar ne?* Uključivanje se svih sugovornika u razgovoru postiže povećavanjem sugovornikova interesa, odnosno ostvaruje se upotrebom pripovjedačkoga prezenta, koji stvara dojam da su sugovornici dio onoga o čemu se govori. Osim toga, pripovjedački prezent umanjuje socijalnu distancu među sugovornicima za razliku od upotrebe prošlog vremena koja udaljava sugovornike i ukazuje da je riječ o strategiji negativne uljudnosti.

Upitnim se frazama *jel' da?* ili *zar ne?*, koje se dodaju potvrdnim iskazima, te izrazima *znaš, shvaćaš/razumiješ što mislim* također ostvaruje ova strategija pozitivne uljudnosti. *Znaš* se na početku iskaza često upotrebljava za privlačenje sugovornikove pažnje, a na kraju iskaza očekuje sugovornikov odgovor.

U a) televizijskim emisijama nema potvrđenih primjera strategije *povećanje sugovornikova interesa*.

b) Radijske emisije

U radijskim je emisijama samo jedan primjer strategije *povećanje sugovornikova interesa*. G2 je u sljedećem primjeru iznenađen pitanjem koje mu je postavio G1. Kako bi izbjegao neslaganje s G1 i zaštitio njegov obraz, objašnjava zašto se ne slaže s njim, tj. poseže za strategijom *povećanje sugovornikova interesa* koju ostvaruje upotrebom pripovjedačkoga prezenta, odnosno glagolom *gledajte* te upitnom česticom *jel'*, koju ponavlja nekoliko puta kako bi bio siguran da ga G1 sluša i prati te kako bi ga uvukao u svoju priču i pridobio ga.

(41)

G1: Biste li vi naseljavali sirijske izbjeglice, evo recimo u Liku?

G2: Čije?

G1: Sirijske izbjeglice koji dolaze u Hrvatsku. Biste li ponudili zemlju u Lici?

G2: Gledajte, imate, ne, imate jednu drugu stvar tu. Dakle, Vi morate razlikovati zemlje različite apsolutne razine stanovnika. Dakle, mi imamo negdje oko četiri, nešto manje od četiri milijuna i dvjesto tisuća stanovnika jel'? I svaki ozbiljniji, dakle, ulazak, dakle, kao u Njemačku vam može puno toga narušiti, jel'?

(Poligraf – politički grafikon, 8. 1. 2016., 19:39 - 20:02)

c) Novinski tekstovi

U novinskim je tekstovima pojavnost strategije *povećanje sugovornikova interesa* vrlo česta, a naglašava opuštenu atmosferu i socijalnu bliskost među sugovornicima. G2 u primjeru koji slijedi povećava interes G1 pripovjedačkim prezentom i upotrebom glagola *zamislite* te ga na taj način potiče da si predoči situaciju o kojoj govori:

(42)

G1: Jednom ste rekli da vam Petar rijetko kupuje odjeću jer vam se ukusi razlikuju, ali da ima jako dobro oko za cipele?

G2: Drastično se razlikujemo kada je riječ o modi. Kada Petar nešto odjene, meni je to bezveze, a njemu je bezveze ono što ja odjenem. Zamislite strku kada se spremamo za izlazak.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 50.)

Izrazom *upravo tako* G2 iskazuje slaganje sa sugovornikom, a izrazom *vjerujte mi* uspostavlja bliskost sa sugovornikom te se u razgovoru osjeća opuštena i ugodna atmosfera:

(43)

G1: Trenutno snimate znanstveno-fantastičan film „Story of your life“ u kojem glumite s Amy Adams i Jeremyjem Rennerom. Konačno jedan koji nije autobiografski.

G2: Upravo tako, ali ja ne mogu utjecati na filmove koji mi se nude. No vjerujte mi, uživao sam u snimanju svakog od njih.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 75.)

I u sljedećem primjeru govornik upotrebljava glagol *vjerujte* s istim ciljem, govori o osobnim stvarima, a upotrebom razgovornog jezika (izraz *nemam pojma*) odaje kako mu je u komunikaciji sa sugovornikom ugodno te da ga poznaje:

(44)

Vjerujte, ovo je prava odluka i zbog nje nimalo ne žalim. Jedino nemam pojma kako ću provesti svoje prvo slobodno ljeto. Morat ću nazvati nekog suigrača koji se prije mene oprostio da me nauči kako uživati u slobodi – izjavio je nedavno uskoro ponosni otac troje djece.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 29.)

U sljedećim primjerima G2 kratko odgovara na postavljeno pitanje, a na kraju nastoji pobuditi interes G1 (... *ali što bi vas drugo moglo održati zajedno?; O čemu bih drugo pjevao?; Možete li zamisliti kako mi je to izgledalo?*). Na postavljeno pitanje G2 ne očekuje odgovor. Ono je postavljeno kao strategija pozitivne uljudnosti (*povećanje sugovornikova interesa*) kako bi zainteresirao sugovornika i uveo ga u priču o kojoj govori.

(45)

G1: Prema vašem mišljenju, što supružnike jedino može održati zajedno?

G2: Samo ljubav. Možda zvuči ofucano, ali što bi vas drugo moglo održati zajedno?

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 35.)

(46)

G1: Od vaših glazbenih početaka pišete pjesme o sudbinama svakodnevnih, malih ljudi. Tko vam je usadio tu svijest?

G2: Živim u centru jednog velikoga grada, hodam njegovim ulicama i opisujem ono što vidim oko sebe. O čemu bih drugo pjevao? Možda to ne bih radio da živim u nekoj kućici s pogledom na more, u malome mjestu.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 34.)

(47)

Došao sam i oni su mi rekli da sam pravi glumac za tu ulogu. To je potpuno promijenilo moj život. Gurnuli su me među Hollywoodske glumce, postao sam dio svijeta kojem do tada nisam pripadao. Možete li zamisliti kako mi je to izgledalo? Do tada sam imao male uloge u filmovima u kojima bih izgovorio samo nekoliko rečenica, a onda sam iznenada dobio glavnu ulogu u filmu braće Coen.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 75.)

U primjeru koji slijedi govornik kombiniranjem pripovjedačkoga prezenta i pitanja (*Što napraviti?; Kako će u takvom stanju čitat poeziju?*), na koje ne očekuje odgovore, stvara zanimljivu priču i na taj način namjerava zainteresirati sugovornika:

(48)

„Naročito jutrima, kada se vozim tramvajem prema poslu, zabrinut je i starac, i mladi čovjek, ali i dijete! Vidi se na ljudima grč, strah od budućnosti, a nisu zadovoljni ni sadašnjošću. Što napraviti? Stalno preispituju sami sebe. Tako nesretni ljudi ne mogu čitati ni književnost, kako bi mogli kad su zabrinuti za egzistenciju, svoje obitelji, radno mjesto. Bombardiraju nas ružnim vijestima, medijskim sadržajima koji ne potiču zdravlje, nego bolest. Ljudi u sebe trpaju jeftine i štetne lijekove. Kako će u takvom stanju čitat poeziju? Možete čitati poeziju kada ste zadovoljni ili blago nezadovoljni sobom, a ne ako se borite za sebe i drugoga. Lako je reći da je književnost lijek za ovo doba sivila, teže je to primijeniti“, ističe Nives Puhalo.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 56.)

Upitne su fraze karakteristične za ovu strategiju pozitivne uljudnosti, a dodaju se potvrdnim iskazima s ciljem povećanja sugovornikova interesa. U sljedećem primjeru G1 svoje razmišljanje završava upitnom frazom *zar ne?* potičući G2 na odgovor, tj. interakciju. U tome je uspio jer se G2 složio s izrečenim:

(49)

G1: Mnogo pisaca tvrdi da nisu uvijek sva iskustva iz života stavljali u djela, jer im nitko ne bi vjerovao da to nisu izmislili, zar ne?

G2: Da, istina. Literatura uopće ne može prenijeti to ludilo koje je u stanju napraviti život.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 54.)

S ciljem povećanja sugovornikova interesa u novinskim se tekstovima upotrebljava glagol *znate* kao što se može vidjeti u sljedećim primjerima. Stoji na početku iskaza kako bi sugovornika odmah uključio u teme o kojima govori.

(50)

Znate, Hrvatska sada stoji iza Novaka Đokovića i jako se ponosi njime. A dok je postojao to što jest, iza njega su stajali samo roditelji koji su sve prodali da bi uložili u njega.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 48.)

(51)

Znate, ja ne mislim da bi direktor nacionalnog teatra trebao imati plaću 550 eura. Smatram da je to uvreda za srpsku kulturu.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 49.)

(52)

Znate, ja nemam nikakvog razumijevanja za to što je u Srbiji rehabilitiran Draža Mihailović. Mene to uopće ne zanima. Mene samo zanima kako će sutra živjeti moja obitelj i što ćemo raditi.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 49.)

Upotrebom se pripovjedačkoga prezenta govornik lako povezuje sa sugovornicima, privlači im pažnju te ih stavlja u samo središte zbivanja kao što se može vidjeti u primjerima koji slijede:

(53)

Ako u posljednje vrijeme niste uživali u maestralnim izvedbama fantastične Meryl Streep svakako se uputite u kino i pogledajte „Rock kraljicu“, film u kojem žari i pali svirajući gitaru tumačeći ulogu žestoke rokerice spremne napokon ispraviti životne pogreške koje su utjecale na njezinu obitelj.

(*Story*, 16. 9. 2015., broj 37, str. 84.)

(54)

Reći ću vam nešto o zemlji koja je imala snažan pečat zatvorenosti, političke, ekonomske i kulturne, koja se nakon pada Berlinskog zida otvorila, a sada, zahvaljujući svojoj ratnoj politici, trpi sankcije.

(*Nacional*, 23. 6. 2015., broj 895, str. 11.)

U ovome primjeru govornik pribjegava strategiji *povećanje sugovornikova interesa* na samom početku govorenja (*Reći ću vam nešto...*) kako bi naveo sugovornika da ga sluša.

3.1.1.4. *Upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici)*

Prema Brown i Levinsonu strategija *upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici)* podrazumijeva: a) *oslovljavanje*, b) *žargon*, c) *upotrebu određenog jezika ili promjenu koda* te d) *kontrakciju i elipsu*. Upotrebom ovih strategija sugovornici signaliziraju da su pripadnici iste grupe ili zajednice. Kada se za oslovljavanje upotrebljava drugo lice množine, iskazuje se poštovanje prema starijim osobama (tzv. honorifici), a kada se upotrebljavaju zamjenice u jednini, solidarnost i bliskost među sugovornicima. Drugi izrazi oslovljavanja koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi ili zajednici jesu: *stari, frendu, dušo, dragi, braco, seko, buraz, frendovi* i sl. te deminutivi imena osobe kojoj se govornik obraća. Sve navedene forme obraćanja mogu imati različite funkcije u razgovoru ovisno o kontekstu koji određuje je li riječ o strategiji pozitivne ili strategiji negativne uljudnosti.

Upotreba određenog jezika ili promjena koda podrazumijeva prelazak iz jednog jezika ili dijalekta u drugi u zajednicama u kojima lingvistički repertoar uključuje dva ili više takvih kodova. Pri tome je jedna varijanta prestižnija, a druga svakodnevna. Drugi su slučajevi ove strategije prelazak iz jednog jezika u drugi ili dvojezične ili višejezične zajednice. Upotrebom *žargona* govornik signalizira da je blizak sa sugovornikom (tako se npr. psovke upotrebljavaju i kao strategija pozitivne uljudnosti (ne samo neuljudnosti)). *Elipsa i kontrakcija* predstavljaju strategije pozivne uljudnosti prema kojima govornik i sugovornik moraju dijeliti jednako znanje o kontekstu kako bi iskaz bio razumljiv, tj. imao smisla.

U televizijskim emisijama i novinskim tekstovima nema potvrđenih primjera strategije *upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici)*. U radijskim je emisijama nekoliko primjera ove strategije, tj. *oslovljavanje*, a navedeni su u razgovorima iznad kada su se pojavljivali s drugim strategijama pozitivne uljudnosti: u razgovorima (11) i (83) jedan sugovornik oslovljava drugoga imenom, a u razgovorima (12) i (14) nadimkom te su to jasni pokazatelji postojeće socijalne bliskosti.

3.1.1.5. *Slaganje sa sugovornikom*

Brown i Levinson navode da je za uspješnu komunikaciju slaganje sa sugovornikom neophodno, a ostvaruje se strategijama: a) *razgovor o neutralnim (sigurnim) temama* (vremenskim prilikama, ljepotama vrta, problemima s birokracijom, djeci itd.) te b) *ponavljanjem onoga što je sugovornik rekao* – svega što je rekao ili dio izrečenog.

a) Televizijske emisije

U sljedećem primjeru G1 strategijom neuljudnosti omalovažava, podcjenjuje i ismijava nerad političara, a G2 se ubacuje i kratkim *da* iskazuje slaganje s G1, tj. potvrđuje rečeno. Iako se G2 ubacio dok je G1 još govorio, nije mu to zasmetalo, čak štoviše, rekao je *Evo* i pogledao u G2 želeći svima prisutnima dokazati da ono što govori jest istina²³.

(55)

G1: Ono što je gospodin Karamarko jučer najavio nije se dogodilo jer očito 12 sati je maksimum koji on može držat' riječ. Dakle, mi smo napravili ono na što smo se obvezali. HDZ je mogao reći da oni podržavaju. Ja sam siguran da je gospodin Karamarko digao se i rekao da Domoljubna koalicija podržava gospodina Podolnjaka da bi gospodin Podolnjak tada prihvatio kandidaturu...

G2: Da.

²³ Kada bude bilo riječi o neuljudnosti, bit će navedeni primjeri u kojima je prekidanje sugovornika neuljudna strategija.

G1: ... da bi mi danas... Evo! (gleda u G2) Da bi mi danas imali konstituiran hrvatski sabor i da ne bi trošili vrijeme i energiju hrvatskog naroda na ovo prepucavanje. A to se nije dogodilo.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 16:33 - 17:02)

Sljedeći je razgovor dobar primjer strategije *slaganje sa sugovornikom* u kojemu se sugovornici međusobno prekidaju, ali nema povišenog tona ili zauzimanja prostora, tj. prekidanje i ubacivanje u funkciji je izražavanja *slaganja sa sugovornikom*, a ne ometanja.

(56)

G1: Mi doživljavamo zdravlje socrealističko. Postoji bezbroj djelatnosti koje bi vi mogli napraviti regularno u popodnevnim satima gdje ne bi narušili redove, liste i tako dalje. Zašto ne bi netko tko želi leću koja ima više fokusa mogao dobiti popodne i nadoplatiti, ne znam, trista eura? Zašto netko tko želi bolji kuk ne bi mogao dobiti bolji materijal da traje? Dakle, mi imamo...

G2: Tu se slažem s vama. A pro po kuka, koljena..

G1: ... kuka, stentova.

G2: Da.

G1: Dakle, imate stentove koji su kineski, imate stentove koji su ne...

G2: Mhm.

(Otvoreno, 30. 12. 2015., 37:36 - 40:17)

G2 je tri puta prekinuo G1 dok je govorio kako bi se složio i potvrdio sa svime što je rekao. G1 je počeo nabrajati pa se javio G2 i nastavio nabranje, zatim je G1 opet nabrajao, a G2 se složio kratkim *da*, a treći je put svoje *slaganje* iskazao kratkim *mhm* i kimanjem glavom. Može se zaključiti da je ovdje riječ o *slaganju* koje Brown i Levinson nazivaju *emfatično*, tj. *naglašeno slaganje (emphatic agreement)* (Brown i Levinson 1987: 113), kada na sve ono što govornik govori sugovornik uzvikuje *da, stvarno, zaista*, ili kao u ovom primjeru kaže kratko *mhm*.

b) Radijske emisije

U radijskim se emisijama pojavljuju slični primjeri. U jednome od njih dok G1 govori, G2 se ubacuje izrazom *i mrko te gleda* nastavljajući rečenicu koju je započeo G1. G2 upadicom želi pokazati svoju naklonost, podršku, tj. da misli isto. U ovom slučaju prekidanje nije znak neuljudnosti, a to svojim ponašanjem potvrđuje G1 koji ponavlja ono što je G2 rekao, tj. prekidanje se ne smatra neuljudnim. Osim strategije *slaganje sa sugovornikom*, prisutna je još jedna strategija pozitivne uljudnosti, tj. *povećanje sugovornikova interesa* upotrebom pripovjedačkoga prezenta (...*a i može ti se desit' da ostaneš bez posla kad se vratiš...*).

(57)

G1: *Naravno, poslodavac ima svoje interese i njegov interes je, naravno, da mu radnik ne ode...*

G2: *... i mrko te gleda.*

G1: *I mrko te gleda, a i može ti se desit' da ostaneš bez posla kad se vratiš.*

(*Poligraf – politički grafikon*, 8. 1. 2016., 15:16 - 15:27)

Sljedeći je primjer sličan prethodnom jer govornik prekida sugovornika kako bi nastavio njegovu misao, a on to prekidanje prihvaća i misao ponavlja (*I tu je pao.*):

(58)

G1: *Na što konkretno mislite, koga?*

G2: *Aaaa, ne, mislim, mislim, ovoga, na, znači prvo i osnovno, mislim na Karamarka, na HDZ-ovu, ovaj, aaa, na Karamarkovu kampanju gdje je on, aaaaaaaa, tijekom kampanje, a zapravo još i puno ranije, ovoga, a pogotovo tijekom kampanje, ovoga, naišao, ovoga, koketirati s krajnjom desnicom umjesto, ovoga, da se fokusirao na centar, ovoga, na desni centar. On je...*

G3: *I tu je pao.*

G2: *I tu je pao.*

G3: *I tu je pao. Padao.*

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 18:49 - 19:21)

G3 ponavlja svoju ubačenu misao i dodaje još: *Padao*. G2 je pokušao odgovoriti na pitanje, neprestano je zamuckivao i može se reći da je G3 svojom upadicom pomogao završiti njegovu misao. Ista se misao ponavlja tri puta i u tome se očituje obostrano slaganje i podrška:

G3: I tu je pao.

G2: I tu je pao.

G3: I tu je pao. Padao.

U sljedećem se primjeru strategija *slaganje sa sugovornikom* javlja u kombinaciji s drugim strategijama. Dok G1 još govori, ubacuje se G2 i prekida ga postavljanjem novog pitanja. G2 je voditeljica koja često prekida svoje goste kako bi skratila naširoko govorenje i saznala što više informacija, tj. kako bi emisiju učinila dinamičnijom. G1 je odgovorio na pitanje, ali se G2 ne slaže s odgovorom i neslaganje prikriva strategijom *izbjegavanje neslaganja* (simboličkim slaganjem). Upotrebljava riječ *dobro*, a i pomno bira riječi kojima prikriva neslaganje (*Dobro, gospodine Reiner, ali i protiv nekih ljudi iz vaše stranke i to visoko pozicioniranih pokrenute su istrage. Dakle, u svakoj stranci ima ljudi koji su poštteni i ima ljudi koji su manje poštteni.*). U tome je djelomično uspio jer G1 odgovora s *Apsolutno se slažem*, ali to se slaganje odnosi samo na dio izrečenog, drugi dio prikriva simboličkim slaganjem (*Apsolutno se slažem, ali protiv ovih nisu pokrenute istrage.*). Iako se govornici prekidaju i ne slažu se, osjeća se da paze na obraz jedan drugoga (oslovljavanje s *gospodine*).

(59)

G1: Jedan vodeći čovjek SDP-a u jednoj županiji je uhvaćen pri švercu velike količine deviza nepoznatog podrijetla. Ne znamo što se s time dogodilo.

G2: Nećete reći njegovo ime?

G1: Naravno, ne pada mi na pamet, ali naravno (podsmijeh) službe to znaju jer je uhićen čovjek. (...)

G2: Dobro, gospodine Reiner, ali i protiv nekih ljudi iz vaše stranke, i to visoko pozicioniranih, pokrenute su istrage. Dakle, u svakoj stranci ima ljudi koji su poštteni i ima ljudi koji su manje poštteni.

G1: Apsolutno se slažem, ali protiv ovih nisu pokrenute istrage.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 30:20 - 31:00)

c) Novinski tekstovi

U novinskim se tekstovima pojavljuju dva primjera strategije *slaganje sa sugovornikom*. U prvome od njih G2 potvrđuje dio onoga što je G1 primijetio (*Da, sanjarim. Imam tipične nogometaške snove.*), a u drugome iskazuje slaganje (*Moglo bi se to tako reći*).

(60)

G1: Čući li u vama i sanjar, zanesenjak? Jednom ste napisali da vam svašta padne na pamet, od toga da prestanete svirati, napustite sve i odete surfati na obale Atlantika?

G2 : Da, sanjarim. Imam tipične nogometaške snove.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 35.)

(61)

G1: S obzirom na sve poslovne i privatne planove, možete li ovo nazvati najvažnijim dosad?

G2: Moglo bi se to tako reći.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 22.)

3.1.1.6. Izbjegavanje izražavanja neslaganja

Brown i Levinson navode da se sugovornici ne mogu uvijek u potpunosti slagati pa neslaganje pokušavaju izbjeći strategijama: a) *simboličko slaganje*, b) *pseudoslaganje* (npr. upotreba riječi *onda* kao marker zaključivanja) te c) *dobronamjerne laži* (*white lies*).

Simboličkim slaganjem sugovornik upotrebljava izraze koji prikrivaju neslaganje ili koji se čine kao da se govornik slaže (govornik izbjegava izravno iskazati neslaganje). Simboličko je slaganje pravilo koje Brown i Levinson nazivaju *rule of agreement*. Slaganje sa sugovornikom ostvaruje se

i *pseudoslaganjem (Pseudo-agreement)*, odnosno upotrebom riječi *onda* i *tako*, u situacijama u kojima nema pravoga slaganja. Strategijom *dobronamjerne laži* govornik ne iznosi svoje mišljenje, nego laže kako ne bi povrijedio sugovornikov pozitivni obraz, tj. ušao s njim u sukob.

a) Televizijske emisije

U primjeru koji slijedi G2 izravno neslaganje izbjegava izrazima *osobno* i *nekako*. Izraz *osobno* u značenju je izražavanja svojega mišljenja koje je suprotno sugovornikovu, a izraz *nekako* također ima ublažavajući smisao. Da je, na primjer, umjesto riječi *nekako* upotrijebio riječ *uopće*, a riječ *nekako* nije upotrijebio, iskaz bi imao potpuno drugačije značenje, tj. bio bi neuljudan. U ovome se razgovoru može primijetiti da je G2 sugovornik G1 simpatičan, šalili su se ranije u razgovoru, tako da je ovakav ishod očekivan.

(62)

G1: (ozbiljan) Ne, pa osobno čovjeka poznam, skupa smo sjedili u nadzornom odboru Medike i znam za što se zalaže. Dakle, on govori o nečemu da bi trebali uzeti neke principe iz kanadskog sustava koji bi mogli unaprijediti hrvatski sustav.

G2: Meni osobno se ne sviđa princip da odem zubaru i da ga moram platiti, da svaki lijek u ljekarni moram platiti bez obzira dobio ga na recept ili ne. Nekako mi to antipatično kao ideja.

(Otvoreno, 30. 12. 2015., 19:44 - 20:50)

Ponekad su mišljenja sugovornika u potpunosti različita, ali unatoč tome se sugovornici uvažavaju i šale, osjećaju se simpatije. U tome ih odaje prozodija, tj. smiren glas, a pripovjedačkim prezentom i oslovljavanjem (*Gledajte, gospodine Togonal...*) trude se obraćati sugovorniku s poštovanjem kao što se može vidjeti u sljedećem primjeru:

(63)

G1: Problem u Hrvatskoj je što cijela priča se, kao što se i ova priča sada napravila, bez razloga ispolitizirala. Dakle, svi vuku na neku stranu i uopće šta je ko' reko', nego ko' je reko' i šta ja s tim gubim ili dobivam. Na takav način se neće desiti nikakva reforma.

G2: Dobro, ja zastupam ovdje gledatelje. Zastupam čovjeka koji dolazi u tu ordinaciju, koji dolazi u tu ljekarnu i ako ima lijek, ne znam, za snižavanje tlaka, nešto protiv hipertenzije, onda zašto bi, ne bi to kao i do sada bilo besplatno na recept, zašto mora platiti lijek?

G1: Ali naprosto mi ne možemo sa svojim bruto društvenim proizvodom osigurati...

G2: Kako smo mogli u posljednjih dvadeset godina...

G1: ... sve besplatno...

G2: ... sad odjednom više ne možemo?

G: Gledajte, gospodine Togonal, to je demagogija o čemu vi sad govorite i svi oni koji govore da može biti besplatno. Dakle, Hrvatska je danas pred bankrotom. Dakle, da li ćemo uopće išta moći.

(Otvoreno, 30. 12. 2015., 21:34 - 22:21)

b) Radijske emisije

Jedan se primjer ove strategije u radijskim emisijama pojavljuje u razgovoru (59) s drugim strategijama pozitivne uljudnosti, a drugi primjer u razgovoru (100) sa strategijom negativne uljudnosti.

c) Novinski tekstovi

U novinskim se tekstovima strategija *izbjegavanje izražavanja neslaganja* javlja više puta. G2 se u sljedećem primjeru simbolički složio sa sugovornikom: „*Slažem se, ali...*, a potom nastavlja izražavati svoj stav o navedenoj temi: „*... ali ako su svađe svakodnevne, to je nepodnošljivo. Mnogi tako žive opravdavajući to djecom, imanjem... Nisam pristalica lažnih brakova ili veza.*“.

(64)

G1: Kažu da odnos u kojem se dvoje ljudi nikad nije posvađalo nije dobar odnos.

G2: Slažem se, ali ako su svađe svakodnevne, to je nepodnošljivo. Mnogi tako žive opravdavajući to djecom, imanjem... Nisam pristalica lažnih brakova ili veza.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 41.)

I u sljedećem se primjeru G2 simbolički slaže sa sugovornikom, potvrđuje ono što je rekao, a nakon suprotnog veznika daje dodatno objašnjenje koje prikriva neslaganje:

(65)

G1: Dakle, pripremate spektakl, kako i priliči kad se slavi 25 godina karijere?

G2: Pa, da, ali koliko je to spektakularno, opet na kraju mora reći publika.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 20.)

Ponekad neslaganje G2 izbjegava ispravljanjem onoga što je G1 rekao, ali pazeći pri tome da ne povrijedi njegov pozitivan obraz. Tako u sljedećem razgovoru G2 neslaganje izbjegava izrazom: „*Ne bih to nazvala povratak...*“ ispravljajući iskaz G1.

(66)

G1: Mediji su se raspisali kako je rubrika u sklopu „In Magazina“ na Novoj TV vaš veliki povratak nakon pet godina. No u međuvremenu ste radili i na nekim drugim projektima, o čemu je bilo riječ?

G2: Ne bih to nazvala povratak, u međuvremenu sam radila i na Z1 televiziji, ali i još neke poslove koji nisu vezani uz medije.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 32.)

I u sljedećem primjeru G2 ispravlja G1, ne slaže se s njim, ali to vješto prikriva izrazom: *Ne radi se o razini tolerancije, nego o tome da ti ljudi ne kuže šalu.*

(67)

G1: Jeste li tako provjeravali razinu tolerancije u Hrvatskoj?

G2: Ne radi se o razini tolerancije, nego o tome da ti ljudi ne kuže šalu.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 51.)

Još je jedan primjer u kojemu G2 ispravlja sugovornika, navodeći dalje svoje objašnjenje zašto nije onako kako je G1 rekao, tj. mislio.

(68)

G1: Prije sedam godina vodili ste emisiju „Automotiv“. Otkud ideja da se ponovno okrenete sportu?

G2: Nisam se ponovno okrenula sportu, cijeli život sam u sportu. To mi je u krvi, to sam ja.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 32. i 33.)

Govornik u nekim situacijama ispravlja pitanje koje je postavio sugovornik kako bi izbjegao neslaganje. G2 se ne slaže s pitanjem koje postavlja G1 (*Kolika će biti ovogodišnja srpanjska rupa, manja nego prošle godine?*) i zbog toga ga pokušava ispraviti, a glagolom *mislite* želi biti siguran da se razumiju (*Mislite, kakav će biti turistički promet ove godine u srpnju?*).

(69)

G1: Kolika će biti ovogodišnja srpanjska rupa, manja nego prošle godine?

G2: Mislite, kakav će biti turistički promet ove godine u srpnju?

(Globus, 26. 6. 2015, broj 1281, str. 9.)

3.1.1.7. Šale

Strategija *šale* podrazumijeva da govornici imaju jednako predznanje i jednake vrijednosti, naglašavaju postojeću bliskost i solidarnost među sugovornicima. U nekim situacijama nije jednostavno odrediti jesu li šale umjerene ili prelaze u grube, neslane šale.

a) Televizijske emisije

U primjeru niže G1 postavlja pitanje G2 koji se smije i odgovara *Mislim da smo dosadašnji tijekom emisije, aaa, pogrešno iskoristili*. Najprije se može pomisliti kako se G2 šali jer se smije, ali ovdje je, zapravo, riječ o neslanoj šali. G1 odgovara umjerenom šalom, smiješeći se, ali odgovor je G2 neuljudan, tj. omalovažava, podcjenjuje i ismijava sugovornika. Nije prihvatio njegovu strategiju *šala* kao šalu, koja je uistinu bila umjerena, nego mu je dao do znanja da mu nije do šale i da mu njegove šale nisu zanimljive. Iako je tako reagirao, G1 se nije uvrijedio, želio je stvoriti opuštenu atmosferu, tj. manje neugodnu, i spriječiti ugrožavanje obraza.

(70)

G1: Ali idemo, gospodine Šeks, malo razjasniti. Što sad dalje, ovo se, ovo se sve nastavlja, ovo se odugovlači, do kada to može trajati?

G2: Mislim da smo dosadašnji tijek emisije, aaa, pogrešno iskoristili.

G1 (smije se): Mislim da je baš dobro iskorišten. Dajte nam Vi sad ovo.

G2 (sliježući ramenima): Aaa, to vi mislite.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 13:25 - 14:42)

Sljedeći je primjer uljudne strategije šale vrlo zanimljiv:

(71)

G1: Tko kaže da mi nećemo imati većinu nakon sljedećih izbora, gospodine Dujmoviću?

G2: Ja kažem, gospodine Podolnjak.

G1: Vi kažete?

G2: Da. A vi kažete da budete.

G1: Ajde, propustimo to hrvatskim građanima.

G2: Možemo se kladit'.

G1: Ako nisu htjeli...

G3: Ajde jedna oklada, ha?

G2: Hoćemo se kladit'?

G1: Ako nisu htjeli veliku koaliciju sa mnom, ako ne žele s nama tri političke opcije, možda je jedini način da mi sami formiramo tu veliku vladu.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 46:40 - 47:31)

G1 i G2 ne slažu se, što pokazuju i neuljudnim strategijama, pa G3, kako bi stvorio ugodniju, opušteniju komunikaciju, ubacuje šalu *Ajde jedna oklada, ha?* uz smijeh koju sugovornik G2 prihvaća i odgovara šalom *Hoćemo se kladit'?*, a G1 ostaje ozbiljan i nastavlja razgovor u istom

ozbiljnom tonu. Ovdje se može primijetiti kako prihvaćanje strategije *šala* ovisi o pojedincu. U istom kontekstu jedan sugovornik prihvaća šalu, a drugi ju ne doživljava i smatra ju neprimjerenom.

U sljedećem primjeru G1 započinje razgovor pitanjem u obliku šale i nastavlja šalom *Svi hvale mandatara večeras* nakon sugovornikova odgovora. Svojim je ponašanjem G1 želio stvoriti veselu atmosferu. Budući da se šalio više puta, pokazao je naklonost prema G2. Na šalu G1 odgovara ozbiljno s poštovanjem. Čini se da mu šale nisu zasmetale, ali su razgovarali o ozbiljnoj temi pa se može pretpostaviti da je zbog toga ozbiljno odgovarao.

(72)

G1: Doktore Gabriću, Vaš komentar. Evo čuli smo sada usporedbe plaća. Kaže doktorica Barić 1 prema 10. Što bi onda spriječili, jest da je u Kanadi zima, ali deset puta veća plaća.

G2: Ma dobro, prvo ja mislim da je mandatar preozbiljan čovjek i preodgovoran čovjek, poznam ga, da bi mislio da ćemo preslikat cijeli kanadski sustav u Hrvatsku.

G1: Svi hvale mandatara večeras.

G2: Ne, pa osobno čovjeka poznam, skupa smo sjedili u nadzornom odboru Medike i znam za što se zalaže. Dakle, on govori o nečemu da bi trebali uzeti neke principe iz kanadskog sustava koji bi mogli unaprijediti hrvatski sustav.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 19:44 - 20:50)

Za razliku od prethodnih primjera, sljedeći dijalozi dobro ilustriraju uspješnu komunikaciju u kojoj oba sugovornika prihvaćaju strategiju *šala*, tj. jedan drugome odgovaraju šalom osmjehujući se. Stvorena je opuštena i ugodna atmosfera, tj. sugovornici se osjećaju ugodno. Šalom je G1 pridobio G2 da mu odgovori na postavljeno pitanje.

(73)

G1 (smije se): Idemo i korak dalje. Ovdje pored vas je, kažu, budući ministar financija, koji će isto vjerojatno reći da ne zna ništa o tome.

G2: Ja? Molim, ovaj (smije se), bez špekulacija (smije se).

G1: Bez špekulacija? (smije se).

G2: Bilo je previše toga do sad.

G1: Dobro. Ajde hipotetski, da ste slučajno hipotetski ministar financija, biste li vi išli ovim tragom hipotetskog potpredsjednika vlade?

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 10:12 - 10:34)

U sljedećem je primjeru strategija šala G1 nasmijala sugovornika G2, ali i ostale sudionike rasprave. Iako raspravljaju o ozbiljnim temama, komunikacija na trenutak postaje opuštena:

(74)

G1: Čujem da niste dali samo drugi mirovinski stup i tajne službe, odnosno ovaj sigurnosni sektor (nabraja na prste). Sve drugo ste dali (smije se, smiju se i ostali prisutni u studiju).

G1: (nasmijao se) Nije pitanje davanja. Tajne službe i ovako imenuju u suglasnosti predsjednica i premijer RH tako da se to nema šta davati.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 28:40 - 29:00)

U primjeru koji slijedi zanimljivo je pratiti izmjenjivanje strategija pozitivne uljudnosti i reakcije sugovornika na njih.

(75)

G1: Kolegice Šego, što vi kažete na ovaj salto mortale? Dakle, s jedne strane, upravo to sam pitao gospodina Bauka i vjerujem da on zna što sam ga pitao, ali dobro. Dakle, s jedne strane prekidaju se pregovori s Mostom.

G2: Mhm.

G1: Odmah nakon toga: „Ne, idemo u pregovore, Božo Petrov može biti premijer?“

G2: Pa ja mislim..

G3 (prekida): Nismo mi nikad rekli da preki, prekidamo pregovore. (smrknuo se, vrti glavom i puše, a onda se i nasmijao)

G2 (smije se): Ali pitao je mene. Ajde pusti me da ja sad kažem.

G1 (smije se): Slušamo vas.

G3 (smije se): Šalim se, ali detalji su sada bitni što se hvata za svaku riječ?

G2: Što se, što se tiče, dobro, malo vremena.

G1: Ajde da čujemo kolegicu, onda ćemo vas.

G3: Ispraviti ćeš me, odnosno, ispraviti ćete me.

(Otvoreno, 21. 12. 2015., 26:35 - 37:04)

G1 je u pitanju upućenom G2 iskoristio priliku komentirati G3 koji mu nije odgovorio na isto postavljeno pitanje. Iako se G1 (voditelj) smijao, moglo bi se najprije pomisliti da je šala ovdje ipak prešla granicu od „bezazlene“ šale k neslanoj šali. Reakcija G3 to također odaje jer ga je ozbiljno pogledao, a kada je G1 postavio pitanje u cijelosti, odmah je prekinuo G2 kojemu je pitanje bilo upućeno:

G2: Pa ja mislim..

G3 (smrknuo se, vrti glavom i puše, a onda se i nasmijao): Nismo mi nikad rekli da preki, prekidamo pregovore.

Iako se G3 pitanje nije svidjelo (smrknuo se i vrtio je glavom), nasmijao se kada je počeo govoriti pa se može reći da je na neki način popustio i prihvatio sugovornikovo zadirkivanje. G2 prekidanje nije smetalo, odgovorio je šalom i smijao se: *Ali pitao je mene. Ajde pusti me da ja sad kažem.* Oba su se sugovornika nasmijala, G3 je rekao da se šali, ali je nastavio govoriti pa su ponovno G2 i G3 govorili istovremeno pa je G1, tj. voditelj, prepustio riječ sugovornici kojoj je pitanje upućeno, na što je ona odgovorila: *Ispraviti ćeš me, odnosno, ispraviti ćete me.* Ovdje se sugovornica obratila G3, a budući da ga oslovljava s *ti* i šali se s njim, može se pretpostaviti da se poznaju i da su bliski. G2 je rekao da se šali i na taj je način sugovornicima signalizirao da je riječ o šali.

c) Novinski tekstovi

U novinskim je tekstovima više primjera strategije pozitivne uljudnosti *šala* koja odražava kooperativnost, opuštenu atmosferu te bliskost među sugovornicima. U novinskim su tekstovima šale česte jer sugovornici razgovaraju o sigurnim, neutralnim temama koje ne prijete njihovu obrazu. Tako u nekoliko sljedećih primjera sugovornici na postavljena pitanja odgovaraju

strategijom šala (*Znači da okrećem janje svaki dan i popijem šampanjac.; Dakle, život mi je bajka – Pepeljuga.; Imitiram ženu.; Malo, ako ne dobijem na lotu, bit ću jako zabrinuta.*).

(76)

G1: Nakon suradnje s diskografskom kućom Dallas Records vaš novi album će objaviti Universal Records. Što to znači za nastavak vaše karijere?

G2: Znači da okrećem janje svaki dan i popijem šampanjac.

(Nacional, 1. 12. 2015., br. 918, str. 69.)

(77)

G1: Kako je živjeti u kućanstvu s trojicom muškaraca?

G2: I pas Čupko je muško pa ih je zapravo četvero protiv mene. Dakle, život mi je bajka – Pepeljuga.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 25.)

(78)

G1: Glumili ste brojne uloge u filmu i kazalištu, scenarist ste, redatelj, svirate u bendu, a sada ste i član žirija „Tvoje lice zvuči poznato“. Kako je došlo do te suradnje?

G2: Imitiram ženu. Tanja je već treću sezonu članica žirija slovenske inačice showa i ujedno učiteljica drame.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 33.)

(79)

G1: Plašite li se budućnosti?

G2: Malo, ako ne dobijem na lotu, bit ću jako zabrinuta. Mislim da si čovjek treba organizirati starost.

(Story, 4. 11. 2015., broj 44, str. 42.)

U novinskim su tekstovima zabilježeni izrazi *šalim se, šalu na stranu, da se malo našalim* kojima govornik signalizira da je riječ o strategiji šala:

(80)

Uglavnom, ako me ne puste u radionicu, zamaskirat ću se u liječnika i ući jer je uistinu poseban osjećaj prisustvovati rođenju svoga djeteta. Šalim se, kako ona odluči, tako će biti. Ionako je 99 posto toga na ženi pa onda ima pravo odlučivati o takvim stvarima – iskren je Davor.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 29.)

(81)

G1: Što vas je inspiriralo da napišete istarski tango?

G2: Pojavili su mi se glasovi, točnije, melodije u glavi. Šalu na stranu, to je zaista tako, ne mogu predvidjeti s koje strane će se pojaviti motivacija za određenu skladbu.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 71.)

(82)

G1: A vi ste rekli da ste za jačanje demokracije.

G2: Apsolutno. To je sloboda izražavanja. I, na koncu, da se malo našalim. Ako to vama povećava tiražu, ako ste nešto zaradili na meni, svaka vam čast. Možemo li se mi dogovoriti da vi mene derete, a da ja uzmem neku proviziju?

G1: Možemo.

G2: Odlično. Pozdravite Beru.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 24.)

G2 nakon ozbiljne teme i razgovora najavljuje da će se našaliti (*I, na koncu, da se malo našalim. Ako to vama povećava tiražu, ako ste nešto zaradili na meni, svaka vam čast. Možemo li se mi dogovoriti da vi mene derete, a da ja uzmem neku proviziju?*), a G1 šalu prihvaća. Osjećaju se simpatije i opuštena atmosfera. Osim šale, bliskost među njima otkriva i spominjanje osobe koju obojica poznaju (*Pozdravite Beru.*) te uz strategiju šala G2 upotrebljava i drugu strategiju pozitivne uljudnosti, tj. *upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj skupini, tj. oslovljavanje.*

U b) radijskim emisijama nema potvrđenih primjera strategije šala.

3.1.1.8. *Govornik tvrdi da zna sve o sugovorniku i da se brine o njegovim osjećajima*

Govornik ovom strategijom signalizira sugovorniku da prepozna je njegove želje te da ih namjerava ispuniti. Strategija *govornik tvrdi da zna sve o sugovorniku i da se brine o njegovim osjećajima* ostvaruje se upotrebom glagola *znati* u prvom licu jednine (*Znam da ne voliš zabave, ali ova će biti zaista dobra, molim, te dođi.*).

U istraženom skupu podataka a) televizijskih emisija i c) novinskih tekstova navedena strategija nije pronađena, a jedan je primjer zabilježen u radijskoj emisiji.

b) Radijske emisije

Govornici se u sljedećem primjeru (83) ne slažu u svojim stavovima, ali unatoč tomu G3 pokušava prikriti neslaganje i obazriv je prema sugovorniku što postiže upotrebom glagola *znati* u prvom licu jednine (*Ja znam vi ste bili na granici da imate potrebnu većinu i naravno ovaj da, Milanović je promijenio taktiku i potpu..., to je legitimno.*). G3 polako i strpljivo pokušava objasniti G1 da nije u pravu (*On se malo povukao i vratio se u igru i vi morate sada smisliti taktiku kako se nositi s tom situacijom i ne biti samo ljuti jer ljutnja vam ništa ne pomaže.*). Poseže za strategijom negativne uljudnosti *ograde*, a ona se očituje upotrebom pogodbene rečenice (*... ako mogu ti kazat'*). S jedne strane, ovom strategijom umanjuje nametanje i pritisak na sugovornika, a s druge strane u istoj se rečenici obraća G1 imenom (*Željko*) što ukazuje da su sugovornici socijalno bliski. Kombinirajući strategije negativne i pozitivne uljudnosti G3 ujedno brine i o negativnom i o pozitivnom obrazu G1.

(83)

G1: Ne možemo se sad praviti najedanputa da je SDP svojom voljom izašao iz tih tripartitnih razgovora i tek kad je shvatio da apsolutno gubi vlast, onda se pokušava sad vratiti nazad.

G2: Dobro.

G3: Željko, ako mogu ti kazat'. Ovako, to je potpuno legitimno. Ja znam, vi ste bili na granici da imate potrebnu većinu i naravno ovaj da, Milanović je promijenio taktiku i potpu... to je legitimno. Znači, to je tako kao neka vrsta pravoga rata, političkog rata. On se malo povukao i vratio se u igru i vi morate sada smisliti taktiku kako se nositi s tom situacijom i ne biti samo ljuti jer ljutnja vam ništa ne pomaže.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 32:24 - 32:50)

3.1.1.9. Ponude i obećanja

Govornik usmjerava svoju pažnju prema sugovornikovu pozitivnom obrazu i namjerava mu pomoći u ostvarenju njegovih želja. Potvrđenih primjera strategije *ponude i obećanja* nema u niti jednom izvoru javnoga diskursa.

3.1.1.10. Optimizam

Govornik pretpostavlja da sa sugovornikom ima zajedničke interese te da će iz tog razloga sugovornik surađivati. Strategija *optimizam* ostvaruje se: a) izrazom *nadam se* (*Nadam se da nisam došla u nezgodno vrijeme.*) te b) upitnim frazama i dopunskim pitanjima (*Nećete me zaboraviti, zar ne?*). U istraženom skupu podataka a) televizijskih emisija ova strategija nije pronađena.

b) Radijske emisije

U radijskoj je emisiji zabilježen jedan primjer strategije *optimizam*, a ostvaruje se upitnom česticom *jel'?*:

(84)

G1: Naravno, ali ljudi će itekako odlučivati ako jedan dan tvrdiš da je crno crno, a sutradan tvrdiš da je crno bijelo.

G2: A dobro, vi se napadali i Most u...

G1: To je...

G2: ...predizbornoj kampanji kao mostić, kao bezveznjake i tako dalje. Kod nas ljudi pamte sedam dana, deset dana i zaboravljaju. Vi možete nakon 22. sjesti na pregovarački stol ako se tako dogovorite i ako počnete voditi računa o općemu dobru ili interesima građana i da pokušate normalno surađivati. Ako se dogovorite. Ili idemo na nove izbore, jel'?

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 33:00 - 33:48)

G2 prekida G1 jer se ne slaže s njim, ali neslaganje umanjuje izrazom *A dobro* (*A dobro, vi ste napadali i Most...*) i nastavlja svoje izlaganje objašnjavanjem te poseže za strategijom *optimizam*

(upotrebom upitne čestice *jel'*?) kako bi ishodio potvrđan odgovor od G1. Može se primijetiti da je G2 obazriv i da mu je stalo do G1.

c) Novinski tekstovi

U novinskim je tekstovima strategija *optimizam* ostvarena izrazima *vjerujemo*, *računamo*, *nadamo se*:

(85)

„Za nas nema sumnje – pravi Dan državnosti je 30. svibnja i vjerujemo da će većina naših građana podržati ideju povratka tog važnog datuma“, s ponosom i bez imalo zadržke kaže Globusu jedan visokopozicionirani član HDZ-a.

(*Globus*, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 8.)

(86)

Ali mi računamo da će većina građana podržati ovu inicijativu i da je napokon došlo vrijeme da se o tome razgovara.

(*Globus*, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 8.)

(87)

Nadam se da će jednoga dana i moji sinovi o meni moći reći isto. Prepoznali su moju jaku individualnost, ponekad bili u strahu od nepoznatoga, ali podržavali su moj izbor bodre me i vjeruju da imam više sreće nego pameti.

(*Story*, 16. 9. 2015., broj 37, str. 24.)

Strategija *optimizam* ostvaruje se i dopunskim pitanjem *zašto ne?* nakon kojega sugovornik očekuje pozitivan odgovor, tj. slaganje sugovornika s izrečenim:

(88)

Volim zabavljati ljude, svirati, putovati. Dokle god bude tako, zašto ne?

(*Story*, 16. 9. 2015., broj 37, str. 35.)

U istraženom skupu podataka a) televizijskih emisija strategija *optimizam* nije pronađena.

3.1.2. Strategije negativne uljudnosti

Negativna je uljudnost usmjerena prema sugovornikovu negativnom obrazu, tj. njegovoj želji za slobodom i neometanim djelovanjem. Strategijama negativne uljudnosti govornik pokazuje poštovanje prema sugovorniku uspostavljanjem socijalne distance. Strategije negativne uljudnosti mogu biti usmjerene i prema pozitivnom obrazu s ciljem ublažavanja mogućih konfliktnih situacija.

3.1.2.1. Konvencionalizirana indirektnost

Strategija konvencionalizirana indirektnost podrazumijeva želju da se sugovorniku ostavi sloboda djelovanja (za odbijanje) i želju da mu se izravno obrati. To su neizravni iskazi koji na uljudan način ublažavaju zahtjeve. Govornik upotrebljava fraze i rečenice koje kontekstualno imaju jednoznačna (nedvosmislena) značenja koja se razlikuju od doslovnoga značenja. U istraženom skupu podataka a) televizijskih emisija i c) novinskih tekstova strategija *konvencionalizirana indirektnost* nije pronađena.

b) Radijske emisije

Zabilježen je samo jedan primjer strategije *konvencionalizirana indirektnost* u radijskim emisijama:

(89)

G1: Hvala vam lijepa, moramo, nažalost, završiti emisiju u trideset sekundi.

G2: A mogu ja jednu rečenicu?

G1: Ne.

G2: Samo rečenicu.

G3 (u pozadini): Mandatar, kao mandatara.

G1: Ne, ne!

G3: Ja mislim da gospodin Reiner bi bio odličan ministar unutarnjih poslova...

G1: Dobro, dobro. Hvala vam lijepa cijenjeni gosti, preostaje samo da odjavimo emisiju.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 48:56 - 49:27)

G1 (voditeljica) završava emisiju zahvaljujući se svojim gostima te pokazuje nerado vršenje pritiska na sugovornike upotrebom izraza *moramo, nažalost, završiti emisiju u trideset sekundi*. Nakon toga se javlja G2 u čijem se izrazu ogleda strategija *konvencionalizirana indirektnost* kojom moli G1 za riječ (*A mogu ja jednu rečenicu?*). Karakteristika je ove strategije da se sugovorniku ostavlja mogućnost izbora, tj. da odbije ono što se od njega traži. Iako je G1 odgovorio negativno, tj. kratkim *ne*, G2 je uporan i pokušava iznuditi barem jednu rečenicu (*Samo rečenicu.*) i može se reći da ovdje prelazi granicu od negativne uljudnosti prema neuljudnosti jer nije poštivao izbor G1. G1 još jednom odgovara *ne* ponavljajući dva puta kako bi naglasio da to uistinu misli. U glasu se može osjetiti odlučnost, ali i nervoza jer je osjetio da je sugovornik neuljudan, tj. da je prešao granicu. Osim G2 ubacio se i G3 koji nije pitao za riječ nego je samo počeo govoriti, ali ga je G1 prekinuo s *dobro, dobro* kako bi ga ušutkao. Može se zaključiti da iako je G1 uljudan, osjeća se nervoza u glasu pa zbog toga uljudnost nije ostvarena do kraja, odnosno uljudan je i neuljudan istovremeno.

3.1.2.2. Ograde

Strategiju negativne uljudnosti *ograde* govornik upotrebljava kada ne želi ometati i prisiljavati sugovornika na određenu radnju. Nekoliko je vrsta ograda: a) *ograde koje prate prenošenje loših vijesti ili izražavanje ekspresivne kritike*, b) *prozodijske ograde koje zamjenjuju ili naglašavaju verbalne ograde*, c) *dopunska pitanja u funkciji ograda* te d) *pogodbene rečenice u funkciji ograda*.

Ogradama koje prate prenošenje loših vijesti ili izražavanje ekspresivne kritike (frazе *iskreno, da budem iskrena, žao mi je što moram ovo reći, ne znam kako da kažem, ali... itd.*) govornik pokazuje da svjesno ugrožava sugovornikov obraz, njegove potrebe i želje. Modalnom riječju *nažalost* signalizira svoje žaljenje, a izrazom *moram vam* izražava primoranost prenošenja loših vijesti. Primjeri se strategije *ograde* pojavljuju u svim trima medijima.

a) Televizijske emisije

U sljedećem primjeru televizijske emisije G2 upotrebljava negativni oblik glagola *znati* (*ja ne znam*) te izraz *sve treba preispitati*. Govornik oklijeva kako bi izbjegao prenošenje loše vijesti.

(90)

G1: Vaš kolega s fakulteta, Lovrinčević, je rekao da nevladinom sektoru se može uzeti milijarda, dvije kuna?

G2: Pa gledajte, sve treba preispitati. Ja ne znam sutra kad se počne raditi što ima, što nema. Treba preispitati, vidjeti. Ali sada da skratim. Ja mislim da bi negdje oko 10 milijardi kuna bilo realno moguće napraviti, a da ono što javnost najviše zanima je li, bez rezanja plaća u javnom sektoru.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 9:05 - 9:15)

b) Radijske emisije

Govornici se u sljedećem razgovoru radijske emisije ne slažu pa G2 poseže za strategijom *ograde* (*Dobro, ali oprostite...*) kako bi prikrio neslaganje, a izrazima *dobro* i *oprostite* ublažava ekspresivnu kritiku koja slijedi.

(91)

G1: Meni je jako jako žao kada smo mi predložili na početku pregovora, da ti pregovori budu javni da Most na to nije pristao jer bi upravo ove nesuglasice, o kojima se sad govori da se neko povuk'o pa opet iznenada uskrsnuo u te pregovore, bili izbjegli. Zbog čega? Zato što se s Mostom uistinu pregovaralo i o mandataru i o onom što piše u pismu i što je Milanović potpisao. I sad ispada da se koalicija u jednom trenutku povukla što nije točno. Dakle, Most je taj koji je cijelo vrijeme diktirao nekakav tempo razmišljanja i raspoloženja...

G2 (prekida G1): Dobro, ali oprostite, ali ona retorika, ali ono što je izrekao Milanović doista se velikom dijelu javnosti i politike učinilo kao povlačenje. Dakle, puno teških riječi, čitava kanonada, nakon toga se vratiš.

G1: Dakle, činjenica jeste da taj govor jeste bio, ja bih rekla možda pun gorčine i pun svega i to mislim da su i građani primijetili, no međutim, ni u jednom trenutku nije bilo izrečeno da se povlači iz pregovora, odnosno da se povlačimo iz pregovora.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 11:40 - 12:52)

c) Novinski tekstovi

U novinskim tekstovima govornici posežu za strategijom *ograde*, prije priopćenja loših vijesti, upotrebom izraza *nažalost*:

(92)

Nažalost, ljudi često traže samo senzaciju, a ne informaciju i žao mi je što postoji sloboda iznošenja potpuno neprovjerenih informacija u javnosti, i to bez ikakvih posljedica.

(Story, 24. 6. 2015., broj 25, str. 33.)

(93)

Zahvaljujemo mušterijama na razumijevanju, nažalost, nestalo nam je rezervnih dijelova, poručili su, a tech blogovi diljem svijeta tvrde da tvrtka još nije odustala od izgradnje robota.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 41.)

(94)

Nažalost, u protekle dvije godine, mržnja se ponovo vraća na naše ulice, stadione, pa i medije, praćena neofašističkim, ustaškim znakovljem i sloganima.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 57.)

Primjer koji slijedi razlikuje se od prethodnih. G2 ne želi odgovoriti na postavljeno pitanje, što je izravno i rekao (*Ne želim komentirati pojedine političke izjave...*), ali kako njegov iskaz ne bi postao neuljudan, izbjegavanje odgovora ublažava strategijom *ograde*, tj. navodi da može reći nešto načelno:

(95)

G1: Kako gledate na prijedlog Mosta o stručnoj ili reformskoj vladi, znači li taj prijedlog da nam nisu više potrebni političari?

G2: Ne želim komentirati pojedine političke izjave, ali mogu reći nešto načelno.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 14.)

Prozodijske ograde koje zamjenjuju ili naglašavaju verbalne ograde su uzvici hmm i am te oklijevanje koje pokazuje govornikov stav prema onome o čemu govori. Primjera strategije ograde nema u b) radijskim emisijama i c) novinskim tekstovima.

a) Televizijske emisije

Dva su primjera strategije *ograde* zabilježena u televizijskim emisijama. U jednom od njih, iako je G1 bio neuljudan u postavljenom pitanju, G2 poseže za strategijom negativne uljudnosti, tj. *ogradama*, jer oklijeva oštro odgovoriti na pitanje i iskazati svoje neslaganje.

(96)

G1: A na kraju se smanjio broj radnih mjesta i obrta, ha?

G2: Aaa, mislim da imate krive podatke.

G1: Dobro.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 14:40 - 15:00)

U drugom primjeru G1 postavlja pitanje G2, ali nije zadovoljan njegovim odgovorom (jer nije očekivano odgovorio) te kratkom verbalnom ogradom *Mhm* prikriva nezadovoljstvo te dalje inzistira na odgovoru. G2 odgovara i smije se jer mu je smiješno da je G1 inzistirao na odgovoru koji je već čuo.

(97)

G1: Oni su imali izjavu od trideset sekundi. Dajte nam malo elaborirajte. Jesu se dijelile kakve fotelje ministarstva? Što ste radili tamo?

G2: Pa rekli su, dakle, gospodin Petrov i gospodin Milanović. Ja tome nema šta dodat', mogu samo potvrditi da je to istina što su rekli.

G1: Mhm. Što su rekli, ponovite nam?

G2: Rekli su da su razgovarali o funkcioniranju vlade i da smo krenuli u razgovore, da se nadamo da će biti završeni. Ako sam to dobro interpretirao (smije se). Nisam ništa novo rekao, ali kad već inzistirate.

(Otvoreno, 21. 12. 2015., 5:45 – 6:07)

Dopunska pitanja u funkciji ograda (zašto ne?; zar ne?) ublažavaju ilokucijsku snagu iskaza i na taj način štite sugovornikov negativan obraz. Primjeri su ove strategije potvrđeni u jednoj

televizijskoj i dvije radijske emisije, a u istraženom skupu podataka c) novinskih tekstova nije pronađena.

a) Televizijske emisije

G2 u sljedećem primjeru želi izbjeći odgovor na postavljeno pitanje pa u dva navrata koristi dopunsko pitanje *jel'* kako ne bi povrijedio sugovornikov obraz i kako bi i dalje ostao uljudan. Iako G1 još jednom pokušava iznuditi odgovor, G2 ostaje pri svome čuvajući obraz strategijom negativne uljudnosti: *O tome ne mogu ništa reći. To će biti poznato sljedeći tjedan, početkom sljedećeg tjedna, jel'?*; *Pa nema potrebe da ni potvrđujem ni demantiram, jel'?*

(98)

G1: Gospodine Lovrinoviću, je li riješeno, hoćete li vi biti potpredsjednik vlade za gospodarstvo i ministar gospodarstva, svašta se priča?

G2: O tome ne mogu ništa reći. To će biti poznato sljedeći tjedan, početkom sljedećeg tjedna, jel'?

G1: Ali niste ni demantirali, ha?

G2: Pa nema potrebe da ni potvrđujem ni demantiram, jel'?

G1: Dobro.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 4:44 - 5:03)

b) Radijske emisije

U sljedećem se primjeru radijske emisije G1 obraća sugovornicima koji su skrenuli s teme i moli ih da komentiraju ono što je u pitanju, a pri tome strategijom *ograde*, tj. upotrebom dopunskog pitanja *jel'?*, pokušava umanjiti nametanje i pritisak kako bi ishodio suradnju. Dopunsko pitanje upotrebljava dva puta kako bi ublažio ilokucijsku snagu govornog čina zahtjeva. Još jednom strategijom negativne uljudnosti umanjuje pritisak na sugovornika, tj. umanjivanjem nametanja, upotrebom izraza *molim*.

(99)

G1: Ja vas molim da komentirate ovo izrečeno, jel'? Znači, Mostu bi prema onome što su oni izjavili pripala tri mandata, odnosno tri, tri resora, jel'? Ovo je malo, puno više od tri.

G2: Ona se naprosto zaigrala, vidjela da ima, da se vlast zakotrljala u pravcu Mosta i naprosto je izgubila osjećaj za mjeru. To se meni ne čini ništa tako dramatično.

(Poligraf – politički grafik, 18. 12. 2015., 25:45 - 26:00)

Kako bi izbjegao neslaganje sa sugovornikom, G2 u sljedećem primjeru pribjegava strategiji *ograda* koja se ogleda upotrebom čestice *jel'*. Odmah je u prvoj rečenici pobio što je G1 rekao (*Nisu to administrativne mjere.*) te nastavio objašnjenje zašto nije tako ubacivši *jel'* kako bi ublažio kritiku i povećao sugovornikov interes, uveo ga u svoju priču, tj. privukao pažnju..

(100)

G1: Kako vi možete administrativnim mjerama, evo recimo, zaustaviti mlade da ne odu raditi u Njemačku?

G2: Nisu to administrativne mjere. To moraju biti razvojne mjere jel', koje moraju biti u temelju gospodarskog razvitka Hrvatske i izdvajanje demografske problematike izvan gospodarskog koncepta, u okviru obiteljske i socijalne politike neće nam donijeti nikakve promjene.

(Poligraf – politički grafik, 8. 1. 2016., 2:35 - 2:55)

Pogodbenim se rečenicama u funkciji ograda umanjuju nametanje i pritisak na sugovornika (*Ako Vam odgovara, doći ću sutra poslijepodne.*). U radijskim je emisijama jedna potvrda ove strategije koja je navedena kada je bilo riječi o strategijama pozitivne uljudnosti (razgovor (83)), a u a) televizijskim emisijama i c) novinskim tekstovima nije pronađena u istraženom skupu podataka.

3.1.2.3. *Pesimizam*

Strategijom *pesimizam* ugrožavanje se sugovornikova negativnog obraza ublažava izražavanjem sumnje u ispunjenost uvjeta za govornikov iskaz. Ostvaruje se futurom, koji je u usporedbi s

prezentom, uljudniji. Jedan je primjer ove strategije zabilježen u radijskoj emisiji, a u istraženom skupu podataka a) televizijskih emisija i c) novinskih tekstova ova strategija nije pronađena.

b) Radijske emisije

Jedan se primjer strategije *pesimizam* potvrđuje u radijskoj emisiji:

(101)

G1: Znate li vi što o tome, znam da mi nećete reći, znate li vi koji su to kandidati, tih šezdeset imena koji su ponuđeni mandataru Tihomiru Oreškoviću?

G2: Pa kao članu domoljubne koalicije poznata su nam neka imena.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 10:20 - 10:26)

G1 počinje postavljati pitanje G2, ali zna da će ugroziti njegov negativan obraz i zbog toga upotrebljava negativni oblik futura prvog (...*znam da mi nećete reći, ...*) kako bi ublažio zahtjev. Strategija *pesimizam* uspjela je jer je G2 odgovorio na pitanje bez prigovora iako je sugovornik postavio škakljivo pitanje.

3.1.2.4. Umanjivanje nametanja

Nametanje ili pritisak na sugovornika pokušava se umanjiti: a) isprikama, b) eufemizmima, c) deminutivima i d) oklijevanjem.

a) Televizijske emisije

U govornom se činu zahtjeva u jednoj televizijskoj emisiji strategija *umanjivanje nametanja* uočava u govornikovu oklijevanju jer zna da prijeti obrazu svojega sugovornika. Svjestan je da ga prekida i zbog toga mu se obraća kako bi dobio odobrenje za oduzetu riječ (*Kratko, Siniša, reći ću.*) i zaštitio njegov obraz. Budući da ga sugovornici nisu prekinuli, može se reći da je njegova uljudna strategija uspjela. Upotreba deminutiva *kratko* ukazuje da trajanje uznemiravanja sugovornika neće biti dugo. Da je umjesto riječi *kratko* upotrijebio neku drugu riječ ili izraz (npr. *Čekajte da ja kažem svoje.*), iskaz bi bio neuljudan. Za umanjivanje pritiska na sugovornika koristi još izraz *samo*.

(102)

G: Mogu ja samo... Kratko, Siniša, reći ću. Zašto u Njemačkoj možete dozvoliti, dakle, u jednoj vrlo organiziranoj zemlji, vrlo organiziranom sustavu i imate šefa klinike, oberasta i nekoliko ljudi koji mogu raditi popodne. I ti ljudi naprosto ne prodaju kukove i to.

(Otvoreno, 30. 12. 2015., 39:45 - 40:00)

Sljedeći primjer ilustrira situaciju u kojoj je G2 uljudan i umanjuje nametanje unatoč tomu što je G1 bio neuljudan (prekidao ga je, kritizirao i omalovažavao). Kasnije će biti više riječi o ovakvim situacijama kada se bude raspravljalo o neuljudnosti kao strategiji.

(103)

G1: Je li problem što ne kontrolirate Narodnu banku?

G2 (pokušava se ubaciti više puta, ali ne uspijeva): Ali vidite...

G1: Ona ima autonomiju u ovom činu.

G2: Samo da odgovorim na ovo pitanje.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 9:35 - 9:45)

b) Radijske emisije

U radijskim emisijama sugovornici često upotrebljavaju strategiju *umanjivanje nametanja* i to najčešće u situacijama kada žele prekinuti sugovornika koji u svom govoru upotrebljava strategije neuljudnosti (*oštar prijekor, povezivanje sugovornika s negativnim aspektima, omalovažavanje, ismijavanje i podcjenjivanje sugovornika, kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad*). Stoga se može postaviti pitanje čuvaju li sugovornici u takvim situacijama strategijom *umanjivanje nametanja* sugovornikov obraz ili je njihova upotreba samo paravan za ostvarenje vlastitih potreba. Stječe se dojam da je strategija *umanjivanje nametanja* pripremna strategija za neuljudne strategije koje slijede.

(104)

G1: Ovo što govori gospodin Matić jednostavno ne odgovara činjenicama. Činjenice su takve da dokument koji su potpisali čelnici stranaka jasno govori da HSS ovog trenutka ima tri saborska mandata. To je činjenica.

G2: *Dobro.*

G3: *Ako mogu samo se uključit'. Dakle, ovo što je, ovo što kolege iz HSS-a govore, oni su vodili resor poljoprivrede dugi niz godina, dva mandata u Hrvatskoj da bi se u ovim izborima pričalo o reformi poljoprivrede. Prema tome, gospodo, imali ste priliku napraviti sve što možete u poljoprivredi. Nažalost, evo meni je žao, što je HSS kao jedna povijesna hrvatska stranaka koja je imala veliko značenje za stvaranje hrvatske države, pogotovo početkom stoljeća Stjepana Radića...*

G2: *Dobro, nemojmo se sada tako duboko vraćati, idemo na današnju situaciju.*

G3: *Meni je žao se da se oni danas, nažalost, nisu reformirali.*

(G1 se smije ironično)

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 29:48 - 30:35)

U navedenom se primjeru G1 ne slaže s G3 i neuljudnom strategijom *oštar prijekor* pokazuje neslaganje (*Ovo što govori gospodin Matić jednostavno ne odgovara činjenicama.*). Zatim se javlja G3 koji traži svoj prostor strategijom *umanjivanje nametanja* (*Ako mogu samo se uključit'.*) kako bi nastavio kritizirati sugovornika, njegovo djelovanje i nerad, iako potvrdu G2 za dobivenu riječ nije dobio. G2 prekida G3 strategijom *ograda*, a glagolom *nemojmo* ublažava ometanje i prekidanje sugovornika koji govori. G3 se na to ne obazire te u istom neuljudnom tonu nastavlja govoriti o postupcima koji se odnose na G3, a on mu uzvraća ironičnim osmijehom.

G1 u jednoj radijskoj emisiji kritizira rad stranke čiji je član G3, ali ga u tome prekida G2 umanjujući ometanje riječju *dobro* i objašnjavajući razlog tomu (*Dobro, nećemo moći odgovoriti na sva pitanja, doslovce, rečenica ili dvije pa da čujemo i ostale goste, da ne budu hendikepirani.*). U navedenom se vidi da G2 uistinu brine o negativnom obrazu svojega sugovornika. Zatim se javlja G3 koji traži riječ strategijom *umanjivanje nametanja* kako bi mogao odgovoriti na tvrdnje G1, ali prekidajući G2. Ovdje je opet strategija *umanjivanje nametanja* u funkciji zadovoljavanja svojih ciljeva, a to je izreći svoju misao pod svaku cijenu, a to se vidi u ponavljanju i naglašavanju glagola *moram* dva puta (*... moram, moram odgovoriti na to.*). Dakle, G3 brine samo o svojem obrazu.

(105)

G1: Još uvijek nisam dobila odgovor od HDZ-a što je s reformama regionalizacije koje je HDZ u startu rekao da ih ne podržava, a čujemo jučer da Most traži čak i ministra uprave zato da bi mogao te probleme riješiti. Dakle, nismo odgovorili na sva pitanja, jako, jako puno imamo upitnika i trebamo znati odgovore.

G2: Dobro, nećemo moći odgovoriti na sva pitanja, doslovce, rečenica ili dvije pa da čujemo i ostale goste, da ne budu hendikepirani.

G3: Samo jedna rečenica, moram, moram odgovoriti na to.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 19:06 - 21:17)

Slijedi još nekoliko primjera strategije *umanjivanje nametanja* koja se, kao što je navedeno u primjeru iznad, javlja u kombinaciji s neuljudnim strategijama.

(106)

G1: Evo mogu nešto osobno reći o tome budući da sam bio protiv raspuštanja varaždinske organizacije i protiv raspuštanja brojnih drugih organizacija u Hrvatskoj?

G2: Ali ovdje recite konkretno da čujemo još neki poziv.

G1: Tri puta je raspušteno zadnjih petnaest godina. O čemu mi pričamo i zašto nemamo vlast u Varaždinu i zašto je HNS u Varaždinskoj županiji na vlasti? Zbog tri puta što je raspuštena u zadnjih 15 godina.

G2: Mislite da bi samo radi raspuštanja da je HNS na vlasti?

G1: A recite mi vi? Šta vi mislite?

G2: Dobro.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 46:47 - 47-10)

I u ovom je primjeru strategija *umanjivanje nametanja* samo najava, odnosno pripremna strategija, neuljudnim strategijama jer je sugovornik nakon dobivene riječi neuljudan strategijom izazovi (*O čemu mi pričamo i zašto nemamo vlast u Varaždinu i zašto je HNS u Varaždinskoj*

županiji na vlasti?; A recite mi vi? Šta vi mislite?). G2 na izazove ne reagira, nego završava s kratkim *Dobro* i daje do znanja da ne namjerava nastaviti komunikaciju u takvom tonu.

Sljedeći je primjer nešto drugačiji. G1, kojega su neprestano prekidali strategijom *umanjivanje nametanja*, očajno moli za riječ, naglašavajući kako je ono što želi reći *dobronamjerno*, a sve s ciljem da ga slušaju i ne prekidaju. Osjeća se podrhtavanje u glasu, govornik je uznemiren.

(107)

G1: Molim vas lijepo, vas u studiju. Dobronamjerno hoću reć', dobronamjerno.

G2: Dobro, ali kratko vas molim.

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 47:01 - 49:07)

Sljedeći je primjer zanimljiv jer govornik strategiju *umanjivanje nametanja* koristi u kombinaciji sa strategijom *šala* kako bi stvorio ugodnu i opuštenu atmosferu.

(108)

G: Hajde da ja skratim, da vas presiječem na sekundu i da kažem nešto. Ja sam profesora Šterca zvao kao uglednog demografa, a vas sam zvao kao uglednu aktivisticu u području ljudskih prava.

(Poligraf – politički grafikon, 8. 1. 2016., 22:57 - 23:09)

c) Novinski tekstovi

U novinskom intervjuu G1 zna da je pitanje koje želi postaviti intimno pa strategijom *umanjivanje nametanja* priprema sugovornika na sadržaj pitanja (*Pretpostavljam da vam posljednjih godinu i pol svi postavljaju pitanje kako vam je u braku, pa ću i ja.*). Iako se G1 bojao da će ugroziti negativan obraz G1, G2 mu je odgovorio na pitanje.

(109)

G1: Pretpostavljam da vam posljednjih godinu i pol svi postavljaju pitanje kako vam je u braku, pa ću i ja.

G2: Savršeno! Odlično, uistinu odlično.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 22.)

U sljedećem je primjeru situacija suprotna. G1 postavlja osjetljivo pitanje i iako je pokušao umanjiti pritisak na G2 izrazom: „*Možete li nam otkriti pravi razlog vaše hospitalizacije?*“, nije uspio. G2 nije odgovorio na pitanje te je dao do znanja da o tome ne želi razgovarati te se složio s dijelom pitanja. G2 je odgovorom signalizirao da G1 nije dovoljno brinuo o njegovu negativnom obrazu, tj. da pitanje nije primjereno, i prema tome, strategija *umanjivanje nametanja* nije uspjela.

(110)

G1: Prije pet godina završili ste u bolnici, a o tome se uistinu pisalo svašta. Možete li nam otkriti pravi razlog vaše hospitalizacije?

G2: Da, pisalo se tu svašta i bilo je tu puno neistina.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 33.)

3.1.2.5. *Iskazivanje poštovanja*

Brown i Levinson navode da se poštovanje može iskazati dvama načinima: govornik uzdiže sugovornika ili govornik umanjuje sebe. U oba je slučaja sugovornik osoba višeg društvenog statusa, a izražavanje se poštovanja najčešće iskazuje upotrebom osobnih zamjenica *ti* i *vi*. Osim toga, poštovanje se prema sugovorniku može iskazati i izrazima: *Kako god vi kažete; Vama na usluzi; Na zapovijed* itd. Strategija *iskazivanje poštovanja* zabilježena je u svim trima medijima.

a) Televizijske emisije

U sljedećem je primjeru G2 pokazao neslaganje sa sugovornikom, a u isto je vrijeme iskazao i poštovanje prema osobi koju se napada (... *moram braniti profesora*). Oslovljavanje sugovornika riječju *profesor* (*profesora Podolnjaka*), koja dolazi prije vlastitog imena, pokazatelj je da je osoba o kojoj je riječ visoko pozicionirana u društvu.

(111)

G1: Gospodine Grbin, čuli smo, dakle, Josip Leko nije dao stanku Davorinu Mlakeru i u ime kluba zastupnika HDZ-a uz tvrdnju da klub još nije konstituiran. Onda ga je Mlakar upitao: Dobro, kako vi obnašate dužnost predsjednika sabora, kako onda može za jednoga, a za drugog ne može?

G2: Idemo prvo na neke stvari koje su ovdje izrečene, a koje su daleko od istine i tu ja moram braniti profesora Podolnjaka. Nije se tu radilo ni o kakvoj podvali.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 10:30 - 10:52)

b) Radijske emisije

U sljedećem primjeru G2 iskazuje poštovanje prema G1 oslovljavajući ga s *gospodine* te zahvaljujući na onome što je rekao.

(112)

G1: Mi si moramo, mi si moramo jednostavno sve moći reći na stranačkim tijelima, kritički se saslušati i nakon toga donijeti najbolju odluku, ne za SDP, nego za građane ove zemlje koje mi predstavljamo.

G2: Hvala lijepa, gospodine Grbin.

(Poligraf – politički grafik, 15. 1. 2016., 40:17 - 40:26)

c) Novinski tekstovi

U novinskim se tekstovima pojavljuju dva odlična primjera strategije *iskazivanje poštovanja*. U prvome od njih u govornikovim se riječima uočava veliko poštovanje prema osobi o kojoj govori. Nazivajući osobu institucijom izražava veliko divljenje, tj. smatra ju osobom visokog statusa.

(113)

Ne znam koliko je pametno ovo reći, ali s obzirom na to da me izbacilo iz cipela i kad me već pitate, odgovorit ću: nakon nastupa u emisiji kad sam pjevala Šabana Bajramovića, oko 23 sata stigla mi je prilično dugačka, najljepša poruka, s takvim komplimentima da sam je pročitala nekoliko puta. To je bila poruka Josipe Lisac koju ne poznajem, ali ju iznimno cijenim. Ona je institucija. Jako je lijepo kada te netko koga privatno ne poznaješ iz srca napiše poruku s toliko pohvala.

(Story, 18. 11. 2015., broj 46, str. 40.)

U drugom primjeru G2 upotrebom strategije *iskazivanje poštovanja* umanjuje sebe, odnosno svoje vrijednosti, kako bi uzdigao drugu osobu, tj. izražava veliko divljenje i poštovanje: *Mi smo*

samo njegove gošće, nećemo biti na pozornici te večeri da bismo promovirale sebe. No biti na sceni na kojoj će biti Gabi, to mi je sasvim dovoljno jer su to oni glazbeni bogovi hrvatske scene kojima se klanjam i pred kojima ćemo se uvijek osjećati malenima i zahvalnima.

(114)

G1: Gošća je i Gabi Novak, hoćete li možda i s njom izvesti pjesmu?

G2: Mislim da to nije u Markovu planu. Mi smo samo njegove gošće, nećemo biti na pozornici te večeri da bismo promovirale sebe. No biti na sceni na kojoj će biti Gabi, to mi je sasvim dovoljno jer su to oni glazbeni bogovi hrvatske scene kojima se klanjam i pred kojima ćemo se uvijek osjećati malenima i zahvalnima.

(Story, 18. 11. 2015., broj 46, str. 33.)

3.1.2.6. Isprike

Govornik strategijom *isprike* izražava žaljenje zbog ugrožavanja sugovornikova negativnog obraza kako bi jednim dijelom umanjio ugrožavanje. Penelope Brown i Stephen C. Levinson izdvajaju četiri načina kojima govornik moli sugovornika za oprost: priznavanjem nametanja (*Vjerujem da si mnogo zauzeta, ali...; Znam da to nije u redu, ali...; Nadam se da te neću previše ometati* itd.), pokazivanjem neradog vršenja pritiska (*Žao mi je što smetam, ali...; Ne želim te uznemiravati, ali...; Užasno mi je neugodno ovo reći; Nadam se da mi nećeš zamjeriti...* itd.) te navođenjem razloga uz pretjerivanje (*U bezizlaznoj sam situaciji, samo tebe imam.*). Primjeri strategije *isprike* nisu pronađeni samo u a) televizijskim emisijama.

b) Radijske emisije

Sljedeća je situacija u radijskoj emisiji iznenadila sve sugovornike na koju je posebno reagirao G1. Slušatelj se javio u emisiju i izvrijeđao G2, a G1 je preuzeo odgovornost, tj. krivicu na sebe, za ono što je rekao slušatelj i ispričao se jer nije mogao predvidjeti da će slušatelj izreći teške uvrede (*Gospodine Grbin, još jednom moja isprika zbog ovoga slušatelja.*). G1 pokazuje veliko žaljenje i uistinu mu je neugodno zbog nastale situacije. Nakon uljudne strategije *isprike* slijedi objašnjenje (*Nažalost, kao što vidite, ne možemo kontrolirati ulaz ljudi koji se javljaju u ovu emisiju, ali zbog ovakvih bi trebalo poraditi na tome.*), a G2 prihvaća ispriku i pokazuje da ga ta izjava nije previše iznenadila (*U politici morate biti spremni čuti ono što vam se sviđa i ono što*

vam se ne sviđa, ono što je pristojno i ono što je uvredljivo. To je normalno.). Nakon toga se G1 zahvaljuje svojim gostima strategijom *iskazivanje poštovanja (Hvala lijepa cijenjenim gostima koji su bili u emisiji.)*.

(115)

G1: Gospodine Grbin, još jednom moja isprika zbog ovoga slušatelja. Nažalost, kao što vidite, ne možemo kontrolirati ulaz ljudi koji se javljaju u ovu emisiju, ali zbog ovakvih bi trebalo poraditi na tome.

G2: U politici morate biti spremni čuti ono što vam se sviđa i ono što vam se ne sviđa, ono što je pristojno i ono što je uvredljivo. To je normalno.

G1: Hvala lijepa cijenjenim gostima koji su bili u emisiji.

(Poligraf – politički grafikoni, 15. 1. 2016., 49:32 - 49:53)

U radijskim emisijama sugovornici često ulaze u tuđi prostor, tj. upadaju si u riječ ili prekidaju osobu koja govori, pa ovom strategijom negativne uljudnosti pokušavaju očuvati sugovornikov obraz:

(116)

G1: Dakle, ljudi su nestrpljivi da se vlast što prije konstituiraju tako da ti pregovori ne mogu, ne mogu trajati...

G2: Sigurno, i s razlogom jesu, i s razlogom jesu nestrpljivi, da. Mi smo osobno zainteresirani za...

G1: ... beskonačno iako će me mnogi možda analitičari sad reći: „Pa to nije ništa neobično, to može trajati i tri mjeseca“, ali mislim da ipak u ovoj situaciji se vlast treba što prije konstituirati, a mislim da je takvu poruku poslala i predsjednica nakon trećeg kruga pregovora...

G2: Da je dijalog, oprostite samo kratko.

G1: Da.

G2: Da je dijalog između sudionika ovo što je rekla profesorica drugačiji, da je on, da ide u pravcu, građanima ne bi bilo teško čekati jer bi shvatili da se dogovaramo i razgovaramo upravo o onome što želimo u četiri godine napraviti.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 30:20 - 31:00)

G1 počinje postavljati pitanje, ali ga prekida G2 pa kratko govore istovremeno. G2 izrazima ... *sigurno, i s razlogom jesu, i s razlogom jesu nestrpljivi* želi pokazati slaganje s G1. G1 nastavlja govoriti, ali se opet ubacuje G2, ali ovaj se put ispričava (*Oprostite...*) zbog prekida i strategijom *umanjivanje nametanja (samo malo)* traži riječ. G1 prihvaća ispriku kratkim *da* i pokazuje slaganje sa sugovornikom te dopušta G2 da kaže što želi.

c) Novinski tekstovi

U novinskim je tekstovima zabilježen jedan primjer strategije *isprika* kada G1 otkriva da nerado vrši pritisak na G2 upotrebom izraza *moram vas pitati (Moram vas pitati tko vam je najzgodniji sportaš?)*. Na postavljeno pitanje G2 odgovara *oštrim prijekorom*, tj. neuljudnom strategijom, kako bi pokazao neslaganje (*Ljepota je kod sportaša potpuno nevažna. Sportaše ne vidim kao lijepe ili manje lijepe, nego kao uspješne ili neuspješne u onome čime se bave.*). Može se zaključiti da G2 smatra da pitanje nije primjereno te da kritizira G1 što je takvo pitanje postavio.

(117)

G1: Moram vas pitati tko vam je najzgodniji sportaš?

G2: Ljepota je kod sportaša potpuno nevažna. Sportaše ne vidim kao lijepe ili manje lijepe, nego kao uspješne ili neuspješne u onome čime se bave.

(Story, 24. 6. 2015., broj 37, str. 32.)

3.1.2.7. Otvoreno priznavanje duga

Govornik ublažava ugrožavanje sugovornikova negativnog obraza otvorenim priznavanjem duga kojega preuveličava (*Bit ću ti neizmjereno zahvalna ako...; Nikad ti se neću moći odužiti ako ti... itd.*). Ova je strategija suprotna ranije spomenutoj strategiji *umanjivanja nametanja*. Naglašava se govornikov dug i ovisnost o sugovorniku (*Vjerujte mi, osjećam se vašim dužnikom.; Dovodiš me u nezgodan položaj. Ne znam što da kažem!* itd.).

Strategija se *otvoreno priznavanje duga* upotrebljava u: a) zahtjevima (*Nikad ti se neću moći odužiti.*), b) ponudama (*Nema problema. Idem baš u tom smjeru.*) i c) kod naglašavanja govornikova duga (*Ne znam kako da Vam zahvalim.*). Primjeri se strategije *otvoreno priznavanje duga* potvrđuju samo u novinskim tekstovima, a u istraženom skupu podataka a) televizijskih i b) radijskih emisija strategija nije pronađena.

c) Novinski tekstovi

Govornici u sljedećim primjerima otvoreno priznaju svoj dug kako bi očuvali negativan obraz osoba o kojima govore: *Hvala im na tome i na ukazanom povjerenju.; On je veliki prijatelj sporta, uvijek smo imali odličan odnos i zbog toga mu zahvaljujem.*

(118)

G1: Tko je začetnik ovakve suradnje i kako izgledaju vaše probe?

G2: Već dulje vrijeme razmišljam o tom koncertu, ali svaki put iskrсне nešto drugo ili jednostavno pomislim da možda još nije vrijeme za to. Ovaj mi je put onaj ključni vjetar u leđa dao upravo Story koji me pozvao da zajedno napravimo nešto posebno za moju publiku i njihove čitatelje. Hvala im na tome i na ukazanom povjerenju.

(*Story*, 4. 11. 2015., broj 44, str. 26.)

(119)

G1: Kakav je vaš odnos s gradonačelnikom Milanom Bandićem, koji se postavljao kao mecena mitinga i zagrebačkog sporta uopće?

G2: Zahvaljujući njemu i gradu Zagrebu miting se danas može održavati. On je veliki prijatelj sporta, uvijek smo imali odličan odnos i zbog toga mu zahvaljujem.

(*Globus*, 11. 9. 2015., broj 1292, str. 85.)

Sljedeća dva primjera ilustriraju kako govornici u priznavanju duga pretjeruju. U prvom primjeru isticanju duga, tj. pretjerivanju, pridonose izrazi *doista* i *uistinu*, a u drugom izrazi *izuzetno* i *osobito*.

(120)

Ležala sam u bolnici Sveti duh i ovom prilikom doista želim zahvaliti doktoru Oliveru Vasilju i cijelom timu s patologije visoke trudnoće. Uistinu imamo sjajne liječnike, uz njih je sve lakše i na kraju je sve dobro prošlo.

(Story, 2. 12. 2015., broj 48, str. 29.)

(121)

Izuzetno sam zahvalna hrvatskim vlastima, kao i svim građanima Hrvatske za njihove prijateljske reakcije koje me nisu iznenadile jer smo ih već doživjeli i ovog siječnja, kad je napadnut Charlie Hebdo. Zahvalni smo predstavnicima hrvatske vlade, kao i predsjednici koja je došla pred Veleposlanstvo ove subote, a osobito običnim građanima koji su ove subote spontano dolazili s cvijećem i svijećama kako bi odali počast žrtvama.

(Nacional, 17. 11. 2015., broj 916, str. 30.)

U primjeru koji slijedi G2 se slaže s onime što je G1 rekao, zahvaljuje mu se što je primijetio nešto što mu je važno te je na taj način otvoreno priznao dug, također uz pretjerivanje.

(122)

G1: U novoj knjizi dotičete mnoge važne socio-kulturne fenomene i poremećaje, od metastaziranih književnih promocija osrednjih djela do niske kvalitete TV programa i voditelja, uplitanja Crkve u tobože sekularnu državu, terora najniže kvalitete masovnih medija, časopisa, zvjezdica... uz vječnu polemičku oštricu naspram javnih autoriteta i institucija. Delikatno stavljate vrlo važne probleme tobože na marginu kontejnera, ali to je bit knjige?

G2: Točno, s margine se premještaju u središte knjige i hvala što ste to primijetili.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 44.)

3.2. Neuljudne strategije u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima

Neuljudne strategije, za razliku od uljudnih strategija, ne brinu o sugovornikovu obrazu jer je u središtu interesa ostvarenje različitih komunikacijskih ciljeva. U televizijskim su emisijama,

radijskim emisijama i novinskim tekstovima često prisutne žustre rasprave, a sudionici se nerijetko ponašaju kao u ringu. Neki su neuljudni i smireni, a neki neuljudni i uznemireni. Ne biraju sredstva i uvrede, posežu za različitim neuljudnim strategijama, kombiniraju ih, nadopunjuju, nižu jednu za drugom braneći se, ali i napadajući sugovornika u kojemu vide svojega protivnika. U tom smislu strategije postaju najjače oružje, a sugovornici najveći protivnici. Što im se osoba s kojom su u verbalnom sukobu manje sviđa, strategija će biti više, a sugovornici će u potpunosti zaboraviti na obraz o kojemu bi trebali brinuti.

3.2.1. Oštar prijekor

a) Televizijske emisije

Ponekad je netrpeljivost među sugovornicima toliko velika da ne biraju neuljudne strategije kako bi prikazali da sugovornik s kojim su u neuljudnom verbalnom sukobu nije u pravu. Tako u sljedećem primjeru G1 za istu stvar tvrdi jedno, G2 drugo i cijeli razgovor teče u tom smjeru. Tek što je G1 započeo razgovor, G2 se ubacuje (strategija *prekidanje sugovornika*) te kimanjem glavom uz kiseli smiješak poručuje da ono što G1 govori nije istina. Upotrebljava riječ *oprostite* u podrugljivom značenju (tj. strategiju *upotreba neprimjerenih markera*) posebno ju naglašavajući kako bi prikazao sugovornika kao lažljivca. Na to G2 dva puta ponavlja istu rečenicu (*Ne bi imali manje.*) kako bi proturječio G1 (strategija *izbjegavanje slaganja*) i nastavlja izlagati svoje objašnjenje, ali ga G2 ponovno prekida vidno uzrujan (vrti glavom lijevo desno, gleda prema gore i skuplja usta) i govori da ni to nije istina. Na to G2 odgovara oštrim prijekorom, a istovremeno ga omalovažava, podcjenjuje i ismijava (*De, a dobro. Ja vam kažem kakvi su podaci, a vi sutra kada budete ministar financija ćete to demantirati.*), a upotrebom uvredljivih riječi (*Nemojte se, gospodine Budimir, nemojte se uzbuđivat'...*) prisutna netrpeljivost još više dolazi do izražaja.

(123)

G1: Kada uspoređujete proračun 2011. i danas, vidjet ćete velike razlike. Znači, deficit koji je tada bio iznosio 7.50 posto BDP-a....

G2 (kima glavom uz blagi smiješak): A to nije korektna usporedba jer je tu sanacija Brodogradnje. Kad bi Brodogradnju izbacili napolje, oprostite, onda bi imali manje nego što imate danas značajno deficita.

G1: Ne bi imali manje. Ne bi imali manje. 7.5 posto je bio deficit, 7.5 posto BDP-a. S druge strane mi ostavljamo javne financije s četiri postotna poena. Vi ste vidjeli da je ove godine...

G2 (vrti glavom lijevo desno, gleda prema gore i skuplja usta): Ni to nije istina.

G1: De, a dobro. Ja vam kažem kakvi su podaci, a vi sutra kada budete ministar financija, ćete to demantirati. Ja vam sad kažem kako je prije tjedan dana aktualni ministar financija to prezentirao.

G2: Prije godinu dana.

G1: Znači četiri.

G2: Ministar financija je rekao da je deficit 12 i po' milijardi, bio je 19.

G1: Nemojte se, gospodine Budimir, nemojte se uzbuđivat', ja vam samo kažem šta je gospodin Laovac rekao. Znači četiri posto BDP-a.

G1: Ja isto kažem šta je on rekao, šta je bilo.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 12:02 - 12:58)

U razmjeni je neuljudnih strategija u sljedećem primjeru G1 smiren, a G2 vidno uzrujan, a odaju ga govor tijela, glas i neprestane upadice. G1 kritizira djelovanje G2, a on ga izazvan prekida te također uzvraća kritikom na što G1 strategijom *oštar prijekor* (*Ako se mi nismo zamjerali bankama, ne znam tko se zamjorio bankama s rješenjem problema.*) želi prikazati G2 kao lašca, ali usred objašnjenja ga G2 prekida te u jednoj rečenici (*To ste napravili samo 5, 6 mjeseci prije izbora i niste to završili, jel'?*) istovremeno upotrebljava neuljudne strategije *ometanje sugovornika* te *izazovi*. Iako ga je G2 prekinuo, G1 nastavlja govoriti smireno, ponaša se kao da G2 nema, ne sluša ga tako da u jednom trenutku govore istovremeno, a na samom se kraju razgovora G2 ponovno ubacuje završavajući rečenicu G1 (*Tek ćete vidjeti.*) prijeteći mu, a izrazom *nadam se* ismijava buduće djelovanje G1.

(124)

G1: Mene jako čudi da neki ljudi koji se žele ozbiljno baviti politikom misle da se ravnatelj SOA-e treba dijeliti na sastancima i pregovorima oko koalicijske vlasti. To se tako ne radi

i u nekoj normalnoj zemlji to se ne bi trebalo raditi tako da se ja nadam da se to ne dešava i u Hrvatskoj i oko toga što se nas tiče nije bilo razgovora.

G2 (prekida G1): Vi jednostavno, moram ovdje intervenirati. Vi niste imali hrabrosti i niste znali kako riješiti taj problem mirovina i jednostavno niste se mogli zamjeriti bankama. Procijenili ste da to ne ide.

G1: Ako se mi nismo zamjerali bankama, ne znam tko se zamjerio bankama s rješenjem problema švicarskog...

G2 (razmahao se): To ste napravili samo 5, 6 mjeseci prije izbora i niste to završili, jel'?

G1: ... franka. Tako da, tek ćete, tek ćete...

G2: Tek ćete vidjeti. Mislim da su banke jedva dočekale da Domoljubna koalicija s vama dogovori buduću vladu jer su bile svjesne koliko smo mi bili oštri prema njima. Ja se nadam da ćete vi biti barem pedeset posto oštriji nego što je naša koalicija.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 28:20 - 30:00)

Sugovornici sljedećeg razgovora jedan drugome odgovaraju oštrim prijekorom, upadaju si u riječ, za situaciju u kojoj su obojica bila prisutna imaju drugačije viđenje te tvrde da onaj drugi govori neistinu. Razgovor započinje G1 koji kritizira jednu situaciju na što G2 prevrće očima i oštrim prijekorom tvrdi suprotno (*Ne, rekao je predsjednik Leko...*). G1 također uzvraća oštrim prijekorom povišenim glasom: *To nije točno! On nije htio dati riječ predstavnicima HDZ-a!*. G2 po treći put ponavlja isto (*Ne, on nije htio dati pauzu. Ali otvorio je raspravu. Možemo pogledati filogram poslije*), tj. da G1 nije u pravu, i ponovno prevrće očima odajući da mu je G1 smiješan sa svojim izjavama.

(125)

G1: Okolnosti kakve su bile na tom sastanku, iskreno, ja nisam bio na njemu, prema tome, ne znam da li je, da li je nešto bilo poput onoga što se pokušalo napraviti recimo na zadnjoj sjednici sabora gdje se na brzinu htjelo reći ljudima: „Ajde sad uzmite odmah kartice, stavite kartice pa glasujte najedanput i tako dalje.“

G2 (prevrće očima): Ne, rekao je predsjednik Leko...

G1: Nadam se da nije tako se nešto dogodilo još jedanputa.

G2: Ne, bio sam, gledao sam, predsjednik Leko je rekao: „Otvaram raspravu“ i nitko se nije javio za raspravu. Da se javilo...

G1 (ubacuje se i više): To nije točno! On nije htio dati riječ predstavnicima HDZ-a!

G2: Ne, on nije htio dati pauzu. Ali otvorio je raspravu. Možemo pogledati filogram poslije. (pokazuje rukom na ekran, prevrće očima)

(Otvoreno, 21. 12. 2015., 24:34 - 25:15)

b) Radijske emisije

U radijskim se emisijama strategija *oštar prijekor* nije upotrebljavala vrlo često, a ako i jest, pojavljivala se u kombinaciji s drugim neuljudnim strategijama koje su se više isticale. U jednoj radijskoj emisiji G1 započinje razgovor vrijeđanjem mandatarata nazivajući ga *lutkom*, tj. poseže za neuljudnom strategijom *upotreba tabu riječi (uvredljivih riječi)*. G3 se uljudno javio za riječ i nije prekidao G1, ali je odgovorio strategijom *oštar prijekor (Ne možete to reći za mandatarata.)* te drugim dvjema neuljudnim strategijama: *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* te *upotreba uvredljivih riječi (Mislim da smo rekli za Milanovića da je neka lutka, vi bi skakali na zadnje noge.)*. G1 navedeno nije dirnulo niti uznemirilo te odgovara drugom neuljudnom strategijom, tj. *nezainteresiranošću i nepokazivanjem brige i simpatije (Svatko tko sudjeluje u političkoj areni mora otrpjeti i kritiku pa gospodin Orešković koji s time nema iskustva će se morati naučiti.)*.

(126)

G1: Ako me pitate što je sporno, to je sporno. Što imamo mandatarata koji je lutka, a znamo tko je lutkar. Lutkar će biti gospodin Tomislav Karamarko i to je jasno od samog početka i to treba otvoreno govoriti, a to ćemo mi naravno iz SDP-a činiti.

G2: Javili ste se za riječ.

G3: Samo bih rek'o. Mislim da je vrlo, čak i bezobrazno, mogu reč', od gospodina Grbina. Vrlo jednostavno ne možete reći za gospodina Oreškovića o liku kao lutki. Čovjek ima mandat. To je htio biti Milanović pa nije uspio, ako se sjećate, on je čak i potpisao da će

napraviti veliku koaliciju, na sve je pristao, izgubio, tak' da morate u rječniku bar gospodinu Oreškoviću dati tu početnu šansu da napravi nešto, a onda vam dajem za šest mjeseci, da vi za šest mjeseci kritizirate ili bilo što radite jer čovjeku trebate dati šansu i nije... Mislim da smo rekli za Milanovića da je neka lutka, vi bi skakali na zadnje noge. Ne možete to reći za mandatara.

G1: Svatko tko sudjeluje u političkoj areni mora otpjeti i kritiku pa gospodin Orešković, koji s time nema iskustva, će se morati naučiti.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 10:26 - 11:24)

U sljedećem primjeru G2 bez ustručavanja niže neuljudne strategije i ne dopušta G1 da govori. Tako odmah na početku na kritiku G1, bez dlake na jeziku, odgovara oštrim prijekorom (*Dobro, ali to je vaš problem*) pri čemu *dobro* nije u značenju slaganja nego nepokazivanja brige ili simpatije. G2 pomalo iznenađen komentira s kratkim *apsolutno*. G2 ponovno napada strategijom *oštar prijekor* (*Vaš osobni problem jer niste uspjeli u Zagrebu, jer ste zadnji put zabilježili rezultate jako loše.*), a G1 se dva puta nadovezuje s izrazima slaganja: *Pa naravno, da; Apsolutno, da*. Međutim, izrazi slaganja nisu ovdje kako bi izrazili slaganje u pravom smislu riječi, nego kao svojevrsan inat i bunt, tj. obrana na sve navedeno (strategija *upotreba neprimjerenih markera*). Dolazi do preokreta i G2 počinje braniti svoj obraz izazivajući G1 dvama iskazima: *Je li nakon toga netko odgovarao? Jel' netko?*, a G2 uzvraća istom mjerom: *Ne mislite da vi snosite ikakvu krivicu za to?* G1 se pokušava ubaciti novim izazovom što je G2 jako razljutilo te povišenim glasom napada još jednim izazovom *Mogu li postaviti pitanje? Zašto ne bih postavila pitanje!*

(127)

G1: Problem u ovim izborima nije bilo toliko stvaranje javnog prostora koliko to što SDP nije, nema bazu gradonačelnika i načelnika na terenu. Dakle, to je jedan veliki problem.

G2: Dobro, ali to je vaš problem.

G1: Apsolutno.

G2: Vaš osobni problem jer niste uspjeli u Zagrebu, jer ste zadnji put zabilježili rezultate jako loše.

G1: Pa naravno, da.

G2: *U odnosu prema Milanu Bandiću.*

G1: *Apsolutno, da. Predsjedništvo stranke je promijenilo kandidata. Da nije, mi bi ga pobijedili. Predsjedništvo stranke ili je to inicir'o predsjednik osobno. Je li nakon toga netko odgovarao? Jel' netko?*

G2: *Ne mislite da vi snosite ikakvu krivicu za to?*

G1: *A jesam...*

G2: *Da ste napravili jednu lošu listu. Mogu li postaviti pitanje? Zašto ne bih postavila pitanje!*

G1: *Jesam li bio kandidat za gradonačelnika. Jel' se vi ne sjećate toga?*

G2: *Kako se ne bi sjećala.*

G1: *Pa zato vam kažem.*

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 20:26 - 21:04)

U primjeru koji slijedi od samoga se početka može osjetiti netrpeljivost između G1 i G2 jer imaju različita mišljenja o istoj temi. G2 se postavio u nadređeni položaj u odnosu na G1, a to se osjeća u njegovu govoru u kojemu je prisutna doza ismijavanja. To je G1 prepoznao i na njegovo bahato i neuljudno ponašanje, također, uzvraća neuljudno ne pokazujući brigu o njegovu obrazu. G1 postavlja pitanje i traži komentar od G2 na ono što je rekao, a on odgovara vrlo oštro da je takvo mišljenje *notorna glupost (Pa to je notorna glupost.)*. Nakon što je izrekao riječ *glupost*, G1 puše sugerirajući da mu se nije svidio komentar te ga prekida novim komentarom u kojemu izražava neslaganje, a upotrebom riječi *dobro* u neiskrenom značenju dodatno naglašava da nije u pravu. G2 se ne obazire na prekid i komentar, nego nastavlja govoriti tamo gdje je stao. G1 ga ponovno ometa dok govori, tj. prekida ga, ali G2 i ovaj put nastavlja govoriti i ne obazire se, a nakon što je uspio doći do riječi i postaviti pitanje, G2 odgovara strategijom *oštar prijekor* i još jednom pokazuje da se ne slaže sa sugovornikom (*Apsolutno ne.*). G1 provjerava kratkim izazovom *Ne?* misli li to uistinu, ali G2 ostaje pri svome mišljenju.

(128)

G1: Bitka će biti teška iako neki u medijima kažu da Komadina neće biti jak, odnosno dovoljno jak, odnosno dovoljno jak protivnik gospodinu Milanoviću, da mu nedostaje te borbenosti i da će on biti idealan zapravo partner za HDZ koji neće moći ulaziti u verbalne duele s Karamarkom. Što vi kažete o tome gospodine Bernardiću?

G2: Pa to je notorna glupost. Gospodin Komadina je maknuo HDZ iz Županije primorsko-goranske. Nikad nije dopustio...

G1: Pa dobro, ona nikada tamo nije ni bila na vlasti.

G2: Nikada nije dopustio HDZ-u da se približi. Vi to možete vidjeti iz rezultata gospodina Komadine. On je rođeni pobjednik i čovjek okuplja...

G1: Ne...

G2: Čovjek koji okuplja, čovjek iz baze, čovjek iz terena.

G1: Ne mislite li da bi bilo tko tko bi bio u Rijeci kandidata?

G2: Apsolutno ne.

G1: Ne?

G2: Pa imate primjere. Imate primjere Novog Vinodolskog gdje smo izgubili izbore.

(Poligraf – politički grafikoni, 15. 1. 2016., 23:43 - 24:28)

c) Novinski tekstovi

U novinskim su tekstovima primjeri neuljudne strategije *oštar prijekor* česti, a pojavljuju se u kombinaciji s ostalim neuljudnim strategijama, što se može vidjeti u sljedećim primjerima. U prvome od njih G1 u svom iskazu izražava stav o temi istospolnih brakova, ali G2 nije u potpunosti zadovoljan odgovorom i propitkuje dalje pazeći na negativan obraz G1 upotrebom strategije negativne uljudnosti, tj. *ograda* (*Ali zakonom je postignuta jedna razina prava istospolnih zajednica. To biste poništili?*). G2 ne prepoznaje njegovu uljudnost te burno reagira neuljudnim strategijama: *izazovi* (*Je l' vi mene slušate?*), *oštar prijekor* (*Saberimo se malo.*), *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* (*Točka. Imate li drugo pitanje?*). G2 želi reći da

je odgovor na postavljeno pitanje dao i da o toj temi više ne želi razgovarati, ali G1 je uporan i ponovno postavlja isto pitanje (*Ja sam vas konkretno pitala, znači li to da se zalažete da se ukine zakon o istospolnim zajednicama?*) na koje G2 ne želi odgovoriti pa ponovno odgovara neuljudnim strategijama: *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije, neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom, kritiziranje sugovornika, omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika (Ja sam vam odgovorio, a jeste li vi zadovoljni odgovorom ili niste, to je vaš problem.) te prijetnje (Imam previše utakmica u nogama da bih nasjeo na vaš štos.)*. Na neuljudnu strategiju G1 odgovara, ali ovaj put kako bi obranio svoj obraz i pokazao da G2 nije shvatio bit (*Nije to štos.*). Ali G2 nastavlja u istom tonu ponavljajući isti iskaz treći put (*Najprirodnije je da dijete ima tatu i mamu, a sve drugo je pravo izbora svakog pojedinca. Točka.*) upotrebom neuljudnih strategija među kojima je i *upotreba tabu riječi, tj. uvredljivih riječi (Za pametnog dovoljno.)*. U navedenom se razgovoru može vidjeti kako G2 nije bio kooperativan, tj. bio je neuljudan, kako bi izbjegao konkretan odgovor na postavljeno pitanje, a s druge strane ga je G1 previše pritiskao i želio je razgovarao o temi koja je za G2 bila osjetljiva, što je na koncu izazvalo neuljudnu reakciju.

(129)

G1: Što se tiče slobode, brakova i toga „je li gej OK“ ili „nije gej OK“, reći ću vam sljedeće: meni je najprirodnije da dijete ima tatu i mamu. A sve je drugo pravo izbora.

G2: Ali zakonom je postignuta jedna razina prava istospolnih zajednica. To biste poništili?

G1: Je l' vi mene slušate? Meni kliker radi kao Einsteinu. Saberimo se malo. Najprirodnije je da dijete ima mamu i tatu. Točka. Imate li drugo pitanje?

G2: Ja sam vas konkretno pitala, znači li to da se zalažete da se ukine zakon o istospolnim zajednicama?

G1: Ja sam vam odgovorio, a jeste li vi zadovoljni odgovorom ili niste, to je vaš problem. Imam previše utakmica u nogama da bih nasjeo na vaš štos.

G2: Nije to štos.

G1: Imam pravo braniti svoj stav. Ja sam se deklarirao i mogu ponoviti. Najprirodnije je da dijete ima tatu i mamu, a sve drugo je pravo izbora svakog pojedinca. Točka. Za pametnog dovoljno.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 22. i 23.)

U primjeru koji slijedi G2 na postavljeno pitanje odgovara strategijom *oštar prijekor* (*To nema nikakve veze jedno s drugim.*) kako bi G1 pokazao da je ono što tvrdi besmisleno i da se ne slaže s njim. Izbjegava odgovoriti na postavljeno pitanje jer je G1 previše ušao u njegov prostor pa se brani neuljudnom strategijom.

(130)

G1: Podržavate li ostanak u koaliciji i zbog glasina da će vam premijer u tom slučaju dati mjesto koordinatora u osmoj izbornoj jedinici?

G2: To nema nikakve veze jedno s drugim.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 9.)

I u sljedećim primjerima strategijom *oštar prijekor* govornici iskazuju neslaganje sa sugovornikom. U prvom primjeru iskazom *Nije istina*, a u drugom kratkim *Ne*. Kratkim *Ne* iskazano je neslaganje, ali bez ulaženja u daljnju raspravu.

(131)

G1: Zašto niti jedan privatni turistički projekt dosad nije dobio status strateške investicije?

G2: Nije istina, aerodrom na Malom Lošinju je strateški projekt.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 9.)

(132)

G1: Bi li za sliku hrvatskog turizma bilo bolje da dužnosnici poput premijera ljetuju u privatnim hotelima, a ne državnim rezidencijama?

G2: Ne.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 9.)

3.2.2. *Neprihvatanje suradnje ili zajedničke pozadine sa sugovornikom*

a) **Televizijske emisije**

G2 u jednoj televizijskoj emisiji ostavlja dojam da mu se ne da odgovarati na postavljena pitanja. Na pitanje G1 odgovara uz smiješak i najprije se može pomisliti kako se šali, ali je, zapravo, riječ o podrugljivoj šali i neuljudnoj strategiji, tj. *neprihvatanju suradnje (Mislim da smo dosadašnji tijekom emisije, aaa, pogrešno iskoristili.)*. G1 je na njegovu prikrivenu neuljudnost odgovorio šalom, ali G2 opet ozbiljno odgovara (*Aaaa, to vi mislite.*) izbjegavajući složiti se s njim. Nakon toga odgovara na pitanje, ali način na koji govori ostavlja dojam da mu se ne da razgovarati. Ubacuje se G3 koji se smješka i ostrim prijekorom (*Ali mi smo to predložili!*) iskazuje neslaganje s G2, a G2 nastavlja govoriti praveći se da ga nije čuo.

(133)

G1: Ali idemo, gospodine Šeks, malo razjasniti. Što sad dalje, ovo se, ovo se sve nastavlja, ovo se odugovlači, do kada to može trajati?

G2 (smije se): Mislim da smo dosadašnji tijekom emisije, aaa, pogrešno iskoristili.

G1: Mislim da je baš dobro iskorišten. Dajte nam Vi sad ovo.

G2 (sliježući ramenima): Aaaa, to vi mislite. Mislim da je zato jer to ogroman dio javnosti će ocijeniti kao fiškalska nadmudrivanja. Zato mislim da je to. Srž stvari treba pogledati u tome da je dan prije, dakle, jučer, nakon sjednice predsjedništva HDZ-a, predsjednik HDZ-a jasno i glasno rekao, urbi et orbi rekao: „Kandidat HDZ-a za predsjednika sabora bit će akademik Željko Reiner.“

G3 (ubacuje se): Ali mi smo to predložili!

G2: Bit će akademik Željko Reiner. Prema tome cijela ova igra koja je uslijedila danas, koja je u režiji SDP-a, koju su zlouporabili poštovanog kolegu Podolnjaka (pokazuje na njega), zlouporabili su ga, izvrgli su ga jednom takvom riziku i doveli su ga u takvu neugodnu situaciju je plod jednih zakulisnih igara i režije Zorana Milanovića.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 13:25 - 14:42)

Sljedeći je primjer zanimljiv jer G1 pokušava iznuditi odgovor na isto pitanje čak tri puta, a G2 dva puta izbjegava odgovor pribjegavajući neuljudnoj strategiji *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* (*To je rekao gospodin Milanović i gospodin Petrov u svojoj izjavi, onda nema potrebe da se ponavljam.; Pa rekli su, dakle, gospodin Petrov i gospodin Milanović. Ja tome nemam šta dodat', mogu samo potvrditi da je to istina što su rekli.*). Što je razlog tomu teško je zaključiti, jer je nakon trećeg pokušaja (*Mhm. Što su rekli? Ponovite nam.*) G2 ipak odgovorio, nasmijao se, ali je i pridodao: *Nisam ništa novo rekao, ali kad već inzistirate dajući mu do znanja da je njegovo inzistiranje ipak bilo pretjerano i da je ugrozio njegov obraz i slobodu djelovanja, tj. da mu nije bilo ugodno.*

(134)

G1: O čemu je bilo riječi na razgovorima?

G2: To je rekao gospodin Milanović i gospodin Petrov u svojoj izjavi, onda nema potrebe da se ponavljam.

G1: Dobro. Dugo su trajali.

G2: Mogu potvrdit. Dugo su trajali.

G1: Oni su imali izjavu od trideset sekundi. Dajte nam malo elaborirajte. Jesu se dijelile kakve fotelje ministarstva? Što ste radili tamo?

G2: Pa rekli su, dakle, gospodin Petrov i gospodin Milanović. Ja tome nemam šta dodat', mogu samo potvrditi da je to istina što su rekli.

G1: Mhm. Što su rekli? Ponovite nam.

G2: Rekli su da su razgovarali o funkcioniranju vlade i da smo krenuli u razgovore, da se nadamo da će biti završeni. Ako sam to dobro interpretirao (smije se G1 i G2). Nisam ništa novo rekao, ali kad već inzistirate.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 5:33 - 6:07)

U primjeru koji slijedi G2 pribjegava ovoj strategiji te kratko i jasno, na neuljudan način, poručuje da neće i ne želi odgovoriti na postavljeno pitanje (*Nisam se pripremao za ovu emisiju da bih govorio o izjavama gospodina Iličića.*).

(135)

G1: Jesu li vama problematične izjave gospodina Iličića?

G2: Nisam se pripremao za ovu emisiju da bih govorio o izjavama gospodina Iličića.

(Otvoreno, 14. 12. 2015., 9:32 - 9:38)

b) Radijske emisije

U radijskim se emisijama pojavljuju dva primjera neuljudne strategije *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom*. U prvome primjeru G1 otvoreno govori da ne želi komentirati postavljeno pitanje (*To ne želim komentirati.*). G1 strategijom *izazovi* pokušava otkriti razlog tomu (*Ne želite ili ne znate ili?*) na što G2 ljutito oštrim prijekorom pokazuje nezadovoljstvo jer mora ponavljati (*Ne želim komentirati. Ja ne komentiram nikada i nikada neću komentirati razmišljanja, mišljenja predsjednice Republike kojoj sam savjetnik.*). G1 s kratkim *dobro* poručuje da više neće prijetiti obrazu G2 i da se povlači.

(136)

G1: Gospodine Šeks, jel' točna informacija da je predsjednica kadrirala mnoge ministre?

G2: To ne želim komentirati.

G1: Ne želite ili ne znate ili?

G2 (ljutito): Ne želim komentirati. Ja ne komentiram nikada i nikada neću komentirati razmišljanja, mišljenja predsjednice Republike kojoj sam savjetnik.

G1: Dobro.

G2: To bi bilo korektno od mene.

(Poligraf – politički grafikon, 22. 1. 2016., 3:21 - 3:41)

U drugom primjeru G2 od samoga početka emisije pokazuje netrpeljivost prema određenim gostima, vrlo je neugodan i neljubazan, a neuljudnom je strategijom *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* prešao granicu, prekinuo je G1 i poručio mu da je naporan: *Dobro, molim vas, možete malo kraće odgovarati na pitanja jer puno je gostiju pa da svi dođu na red.*

(137)

G1: ...Prema tome, Zagreb, Rijeka i Split vrlo jasno pokazuju da trebamo zaokret u politici SDP-a, da trebamo novi smjer, da trebamo jači...

G2: Dobro, molim vas, možete malo kraće odgovarati na pitanja jer puno je gostiju pa da svi dođu na red.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 26:26 - 26:38)

c) Novinski tekstovi

Neuljudna se strategija *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* pojavljuje u nekoliko primjera novinskih tekstova te u primjeru koji slijedi:

(138)

G1: Je li SDP danas prava socijaldemokratska stranka i koliko ste zadovoljni načinom na koji Zoran Milanović vodi stranku?

G2: Čini se da vi baš ne prihvaćate moje prethodne stavove oko političkih angažmana. U takvu domenu ocjena stvarno ne želim ulaziti niti po vlastitom operativnom angažmanu imam na to pravo.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 14.)

Na postavljeno pitanje G2 odgovara strategijom *oštar prijekor* (*Čini se da vi baš ne prihvaćate moje prethodne stavove oko političkih angažmana.*), a zatim nastavlja u neuljudnom tonu strategijom *neprihvatanje suradnje ili zajedničke pozadine sa sugovornikom* dajući do znanja da na postavljeno pitanje neće odgovoriti, a izrazom *imam na to pravo* zauzeo se za svoj obraz (*U takvu domenu ocjena stvarno ne želim ulaziti niti po vlastitom operativnom angažmanu imam na to pravo.*).

G2 u sljedećem primjeru na sasvim obično pitanje pretjerano reagira, mogao je jednostavno reći da ne zna, ali on neuljudno odgovara (*To je pitanje za Nobelovu nagradu, a kad bih bio toliko pametan, onda bih ju i dobio.*) jer mu pitanje koje je G1 postavio iz nekog razloga nije odgovaralo i želio je izbjeći odgovor pa mu ovakvim usporedbama želi poručiti da je smiješan što takvo pitanje uopće postavlja.

(139)

G1: Što bi onda, prema vama, bila idealna opozicija takvim diktatorskim režimima?

G2: To je pitanje za Nobelovu nagradu, a kad bih bio toliko pametan, onda bih ju i dobio.

(Globus, 27. 11. 2015., broj 1303, str. 159.)

I u sljedećim primjerima G2 ne želi odgovoriti na postavljeno pitanje te strategijom *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* u svojim iskazima sprječava sugovornikovo daljnje propitkivanje:

- a) *To je pitanje za Državni ured za upravljanje državnom imovinom i za gospodina Mladena Pejnovića.;*
- b) *To spada u ono što ne komentiram.;*
- c) *Nema pitanja ni odgovora. Nema potrebe sad kapitalizirat' moj tadašnji jak jugoslavenski identitet i refleksi.*

(140)

G1: Koliko je država konkretno u mandatu ove Vade zaradila iz Kataloga investicijskih projekata?

G2: To je pitanje za Državni ured za upravljanje državnom imovinom i za gospodina Mladena Pejnovića.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 9.)

(141)

G1: Kakva je bila kulturna politika vlade u prošlom mandatu?

G2: To spada u ono što ne komentiram.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 15.)

(142)

G1: Poznati ste kao jedan od rijetkih glazbenika koji su progovorili protiv rata i bombardiranja Dubrovnika u izravnom televizijskom prijenosu. Jeste li tada, početkom 90-ih, imali problema zbog tog istupa?

G2: Nema pitanja ni odgovora. Nema potrebe sad kapitalizirat' moj tadašnji jak jugoslavenski identitet i refleks.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 69.)

3.2.3. Nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije

a) Televizijske emisije

Dva su primjera strategije *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije* zabilježena u televizijskim emisijama. U prvome se primjeru G1 razmahao i obraća se G2 kritizirajući njegove postupke i postupke njegove stranke (*Ali morat ćete jednom reći s kim ćete, razumijete, ovo je situacija koja je nemoguća.*) na što G2 uzvraća *oštrim prijekorom*, tj. drugom neuljudnom strategijom, dajući mu do znanja da mu ne može govoriti što će raditi, a glagolom *tjerati* to posebno naglašava (*Nemojte, vi nemate pravo nas tjerati da mi odlučujemo!*). G1 i dalje nastavlja u neuljudnom tonu, tj. hladno odgovara ne pokazujući interes i empatiju (*Ma, ne tjeram ja vas ništa.*), a okretanjem na stolici dodatno naglašava da mu nije stalo.

(143)

G1 (obraća se G2, razmahao se rukama): Ali morat ćete jednom reći s kim ćete, razumijete, ovo je situacija koja je nemoguća.

G2: Nemojte, vi nemate pravo nas tjerati da mi odlučujemo!

G1 (okreće se na stolici): Ma ne tjeram ja vas ništa.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 40:19 - 40:30)

U drugom se primjeru strategija *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije* ogleda u iskazu G2 koji otvoreno pokazuje nezainteresiranost za ono što G1 govori. Prekida ga i svojim ga iskazom pokušava ušutkati. Govorom tijela još više naglašava da ga ne simpatizira: maše rukama pokazujući da je gotovo, kraj priče o tome: *Ali sad idemo, sve to znamo, sve smo više puta čuli u ovoj emisiji, ali vas ja pitam, samo sekundu, slušajte konkretno pitanje, vrlo konkretno pitanje...* Prije nego što ga je G2 prekinuo, G1 je podizanjem prsta signalizirao da sačeka da kaže svoju misao, da nije gotov, ali se G2 nije obazirao i kada se G1 ponovno ubacio, razmahao se i šetao ispred stola ne dajući mu da više išta kaže te na taj način naštetio njegovu obrazu do samog vrhunca.

(144)

G1: Naš ustav, naš ustav, i to je izuzetno bitno za ovu priču koju imamo, od 2000. godine počiva na temeljima parlamentarne demokracije, predstavničke demokracije. I on je pomaknuo, izrazito pomaknuo balans odnosa snaga od predsjednika što smo imali do 2000., to je jako važno...

G2 (maše rukama): Ali sad idemo, sve to znamo, sve smo više puta čuli u ovoj emisiji, ali vas ja pitam, samo sekundu, slušajte konkretno pitanje, vrlo konkretno pitanje...

G1: Ali ne, gledajte, vi sad nama govorite da su ustavni stručnjaci...

(Otvoreno, 14. 12. 2015., 18:30 - 19:00)

b) Radijske emisije

U radijskim se emisijama strategija *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije* pojavljuje više puta u kombinaciji s ostalim neuljudnim strategijama. U primjeru koji slijedi G1 započinje razgovor kritizirajući postupke osobe koja nije prisutna u emisiji upotrebljavajući pri tome uvredljive riječi, tj. nazivajući tu osobu *lutkom*. G3 se uljudno javio za riječ, ali oštrim prijekorom (*Ne možete to reći za mandatara.*) odgovara na ono što je G1 rekao uzvraćajući također uvredljivim riječima: *Mislim da smo rekli za Milanovića da je neka lutka, vi bi skakali na zadnje noge*. G1 njegov iskaz nije pokolebao pa nastavlja u istom tonu posežući za još jednom neuljudnom strategijom, tj. pokazuje da ga nije briga jer smatra da nije ništa loše rekao: *Svatko tko sudjeluje u političkoj areni mora otpjeti i kritiku pa gospodin Orešković, koji s time nema iskustva, će se morati naučiti.*

(145)

G1: Ako me pitate što je sporno, to je sporno. Što imamo mandatara koji je lutka, a znamo tko je lutkar. Lutkar će biti gospodin Tomislav Karamarko i to je jasno od samog početka i to treba otvoreno govoriti, a to ćemo mi naravno iz SDP-a činiti.

G2: Javili ste se za riječ.

G3: Samo bih rek'o. Mislim da je vrlo, čak i bezobrazno, mogu reč', od gospodina Grbina. Vrlo jednostavno ne možete reći za gospodina Oreškovića o liku kao lutki. Čovjek ima

mandat. To je htio biti Milanović pa nije uspio, ako se sjećate, on je čak i potpisao da će napraviti veliku koaliciju, na sve je pristao, izgubio tak da morate u rječniku bar gospodinu Oreškoviću dati tu početnu šansu da napravi nešto, a onda vam dajem za šest mjeseci, da vi za šest mjeseci kritizirate ili bilo što radite jer čovjeku trebate dati šansu i nije... Mislim da smo rekli za Milanovića da je neka lutka, vi bi skakali na zadnje noge. Ne možete to reći za mandatara.

G1: Svatko tko sudjeluje u političkoj areni mora otrpjeti i kritiku pa gospodin Orešković, koji s time nema iskustva, će se morati naučiti.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 10:26 - 11:24)

U sljedećem primjeru dok G1 govori, G2 ne čeka da on završi misao, prekida ga i pokušava ga nadglasati jer govore istovremeno. G2 svojim iskazom pokazuje da nema strpljenja, da ga ne zanima što želi reći i na taj način poseže za neuljudnom strategijom *nepokazivanje brige i simpatije*. Nadodaje da svaki gost treba reći rečenicu ili dvije i na taj način poručuje da je govor G1 bio predug, tj. da je otišao u širinu (*Dobro, nećemo moći odgovoriti na sva pitanja, doslovce, rečenica ili dvije pa da čujemo i ostale goste, da ne budu hendikepirani.*).

(146)

G1: Još uvijek nisam dobila odgovor od HDZ-a što je s reformama regionalizacije koje je HDZ u startu rekao da ih ne podržava, a čujemo jučer da Most traži čak i ministra uprave zato da bi mogao te probleme riješiti. Dakle, Nismo odgovorili na sva pitanja, jako jako puno imamo upitnika i trebamo znati odgovore...

G2: Dobro, nećemo moći odgovoriti na sva pitanja, doslovce, rečenica ili dvije pa da čujemo i ostale goste, da ne budu hendikepirani.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 19:06 - 21:17)

c) Novinski tekstovi

U novinskim se tekstovima pojavljuje jedan primjer strategije *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije* u kojemu se izmjenjuju strategije negativne uljudnosti i neuljudne strategije.

(147)

G1: U intervjuu u Večernjem listu rekli ste da je protiv vas podignuta samo jedna optužnica, koja je i odbačena. Spomenuli smo ju i maloprije. Znači li to da druge optužnice uopće nisu podignute?

G2: Za sada jedino to mogu komentirati. Jedina optužnica koja je postignuta od njih pet, jest ona za slučaj U ime obitelji. A potom je odbačena.

G1: A ostale?

G2: Pa ne mogu to dalje komentirati. Sud radi svoj posao. Ne vidim tu problem.

G1: Valjda postoji rok u kojemu moraju podignuti optužnicu?

G2: Ne znam, to pitajte njih. Ono što vam mogu reći da sam nevin i da ću svoju nevinost dokazati na sudu. Ako dođe do optužbe. Ali mislite li vi da oni za ovih godinu i pol dana ne bi podignuli optužnicu da sam ja bilo što krivo napravio? Pa ne bih ja išao na izbore.

G1: Kako su vas onda zatvorili ako nema dokaza?

G2: To pitajte njih. Da imaju dokaze, bi li ja bio na slobodi?

G1: Ne znam ja.

G2: Pa dobro, onda pitajte njih.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 23.)

G1 postavlja pitanje G2 koji poseže za strategijom negativne uljudnosti *ograde* jer na postavljeno pitanje ne može odgovoriti u cijelosti, a prepoznaje se upotrebom riječi *jedino* (*Za sada jedino to mogu komentirati.*). Iako je G2 pazio na obraz svojega sugovornika, za G1 se to ne može reći jer je pitanje ponovio. G1 nastavlja brinuti o sugovornikovu obrazu i odgovara ograndom (*Pa ne mogu to dalje komentirati. Sud radi svoj posao.*), ali se osjeća postupni prijelaz ka neuljudnosti jer oštrim prijekorom nadodaje *Ne vidim tu problem*. G1 ponovno vrši pritisak i ponavlja pitanje, ali mu G2 ovaj put odgovara samo neuljudnim strategijama: strategijom *izazovi* (*Ali mislite li vi da oni za ovih godinu i pol dana ne bi podignuli optužnicu da sam ja bilo što krivo napravio?*) i strategijom *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* (*Ne znam, to pitajte njih.*). G1 i dalje nastavlja u nametljivom tonu neuljudnom strategijom *zauzimanje sugovornikova*

prostora, tj. razgovarajući o osjetljivim temama (*Kako su vas onda zatvorili ako nema dokaza?*) na što G2 odgovara istim strategijama kao i u odgovoru prije: *izazovom* i *neprihvatanjem suradnje*. G1 hladno odgovara iskazom *Ne znam ja* u kojemu se prepoznaje strategija *nezainteresiranost* i *nepokazivanje brige i simpatije*, a G2 oštrim prijekorom (*Pa dobro, onda pitajte njih*). Može se primijetiti da je G2 želio biti uljudan, ali ga je G1 upornim postavljanjem istoga pitanja natjerao da posegne za neuljudnim strategijama kako bi obranio svoj obraz, tj. pokazao da mu nije ugodno u razgovoru.

3.2.4. Upotreba neprimjerenih markera identifikacije

a) Televizijske emisije

U primjeru koji slijedi govornici su dva puta upotrijebili strategiju *upotreba neprimjerenih markera identifikacije*: prvo G3 izrazom *žao mi je* (*Žao mi je što gospodin Hrg nije pročitao zakon o izborima zastupnika koje je to pitanje uredio*), kako bi prikazao G2 kao nesposobnog i kako bi kritizirao njega i njegove postupke, a zatim i G2 izrazom *tako je* (*Tako je. Niste mogli napraviti zamjene pa ste napravili jednu malu manipulaciju.*), ali ne kako bi se složio s njim, nego kako bi naglasio da njegovi postupci nisu dobro rješenje. Neuljudni su jaz još više naglasili upadanjem u riječ i govorenjem istovremeno.

(148)

G1: Što je s pozicijom vaše stranke konkretno? Pretpostavljam da i vi imate dogovor s HDZ-om, da ćete imati neke od zamjenskih mandata. Šta ako ne bude tih zamjenskih mandata naprosto zato što ljudi iz HDZ-a neće odlaziti u izvršnu vlast, nego će se dogovoriti s Mostom, postavljati se neki nestranački ljudi?

G2: Ma, nema tu problema, mi imamo sporazum, aneks sporazuma i on će biti ispoštovan.

G1: Dobro.

G3: Žao mi je što gospodin Hrg nije pročitao zakon o izborima zastupnika koje je to pitanje uredio...

G2: ... koje ste vi promijenili da bi pogodovali svom koalicijskom partneru HNS-u.

G3: Zastupnika HDZ-a mogu mijenjati samo drugi zastupnici HDZ-a i taj zakon je na snazi od veljače ove godine.

G2: Tako je. Niste mogli napraviti zamjene pa ste napravili jednu malu manipulaciju.

(Otvoreno, 14. 12. 2015., 25:08 - 25:50)

Kao i u prethodnom primjeru govornik izraz *meni je žao* upotrebljava neiskreno, tj. kako bi kritizirao postupke svojega sugovornika koji su mu neshvatljivi.

(149)

G: Za nas nema upitnika, a meni je žao da vi kao predstavnik buduće vlade, da kao predstavnik buduće vlade evo javno, na televiziji zagovarate model koji bankama najviše odgovara, a to da Hrvatska izgubi taj spor.

(Otvoreno, 14. 1. 2015.; 30:14 - 31:38)

b) Radijske emisije

G1 u primjeru niže započinje razgovor neiskrenim izrazom *meni je jako, jako žao*, a nakon toga slijedi kritika, na račun postupaka osobe koja nije prisutna, i neuljudna strategija *izazovi* (*Zbog čega?*). G2 ga prekida i izražava neslaganje (*ali oprostite*) koje započinje izrazom *dobro*, tj. ograndom kako bi ublažio oprečnost u mišljenju pazeći tako na obraz G1. G1 također odgovara strategijom uljudnosti, tj. *ogradom*, složivši se sa sugovornikom u jednom dijelu (*Dakle, činjenica jeste da taj govor jeste bio, ja bih rekla možda pun gorčine i pun svega i to mislim da su i građani primijetili, no međutim ni u jednom trenutku nije bilo izrečeno da se povlači iz pregovora, odnosno da se povlačimo iz pregovora.*).

(150)

G1: Meni je jako jako žao kada smo mi predložili na početku pregovora da ti pregovori budu javni, da Most na to nije pristao jer bi upravo ove nesuglasice o kojima se sad govori da se neko povuk'o pa opet iznenada uskrsnuo u te pregovore bili izbjegli. Zbog čega? Zato što se s Mostom uistinu pregovaralo i o mandataru i o onom što piše u pismu i što je Milanović potpisao. I sad ispada da se koalicija u jednom trenutku povukla što nije točno.

Dakle, Most je taj koji je cijelo vrijeme diktirao nekakav tempo razmišljanja i raspoloženja...

G2: Dobro, ali oprostite, ali ona retorika, ali ono što je izrekao Milanović doista se velikom dijelu javnosti i politike učinilo kao povlačenje. Dakle, puno teških riječi, čitava kanonada, nakon toga se vratiš.

G1: Dakle, činjenica jeste da taj govor jeste bio, ja bih rekla možda pun gorčine i pun svega i to mislim da su i građani primijetili, no međutim ni u jednom trenutku nije bilo izrečeno da se povlači iz pregovora, odnosno da se povlačimo iz pregovora.

(Poligraf – politički grafikoni, 18. 12. 2015., 11:40 - 12:52)

c) Novinski tekstovi

Sljedeći je primjer strategije *upotreba neprihvatljiv markera identifikacije* u novinskim tekstovima vrlo zanimljiv. G1 je upitao G2 za mišljenje o jednom političaru na što G2 odgovara ovom neuljudnom strategijom, tj. neiskreno i sarkastično, a koja će biti prožeta i dalje, u cijelom njegovu odgovoru. Spomenutu osobu uspoređuje s jednim poznatim glumcem (*Ono kad se iščuđuje, pa to je neviđeno. Bolji je od Renea Bitorajca. Možda zbog kose.*) pri čemu se može prepoznati sarkazam jer to zapravo ne misli. Osim toga, navodi da mu je *jedan od najzabavnijih likova na političkoj estradi*, da su njegovi govori *spektakli*, a *mimika fenomenalna* te da je *zaista veliki govornik*. U svomu je odgovoru nizio neiskrene i uvredljive riječi i pri tome se zabavljao te je na taj način do vrhunca povrijedio obraz spomenute osobe.

(151)

G1: Vaš novi album zove se „Nema labavo“, a u naslovnoj pjesmi kažete „Elokventan sam k'o pet Karamarka, a sve je paravan za dilanje čvaraka“. Imate li nešto protiv predsjednika HDZ-a Tomislava Karamarka?

G2: Ma kakvi, on mi je jedan od najzabavnijih likova na političkoj estradi. Možda i potencijalno postane vlasnik nekakvog reality stand up žanra. Njegovi govori su spektakli, a mimika fenomenalna. Lice mu sve govori. Ono kad se iščuđuje, pa to je neviđeno. Bolji je od Renea Bitorajca. Možda zbog kose. On i Željko Pervan bi skupa napravili čudo. Zasta

veliki govornik, a da naglasim svoje govorničke vještine, njega sam ubacio kao usporedbu i usput oglasio da nabavljam čvarke povoljno. Malo sam reklamirao svoj veliki biznis.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 66.)

U još nekoliko primjera u novinskim tekstovima govornici posežu za ovom strategijom, a lako se prepoznaje jer su neiskreni izrazi popraćeni sarkazmom:

- a) *Ako sam im time uljepšao dan, super;*
- b) *Stvarno nisu loši, njih četvero-petero baš su vrijedni i kompetentni u svojim resorima;*
- c) *Ma bravo!*

(152)

Ne ulazim u rasprave, većina tih likova zadovoljava se pisanjem po raznim forumima. Ako sam im time uljepšao dan, super.

(Story, 16. 9. 2015., broj 37, str. 34.)

(153)

Varate se ako mislite da se, recimo, Ruža Tomašić smješta na krajnjoj desnici u Europskom parlamentu. Stvarno nisu loši, njih četvero-petero baš su vrijedni i kompetentni u svojim resorima.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 52.)

(154)

Njegove riječi predstavljale bi milozvuk za poglavarove uši. „Detuđmanizacija, shvatili smo i to, to je dekroatizacija.“ Ma bravo! Svesti Hrvatsku na jednu figuru može samo izniman oratorski talent. Ima tu i jakih osobnih motiva. Ako se Tuđmana, koji je u grobu, pretvori u personifikaciju Hrvatske, titula vjerojatno po automatizmu prelazi na njegovog nasljednika, koji bi mogao biti Karamarko.

(Nacional, 23. lipnja 2015., broj 895, str. 5.)

3.2.5. Izbjegavanje slaganja

a) Televizijske emisije

U razgovoru koji slijedi dolazi do izmjena različitih neuljudnih strategija, a glavni su akteri sugovornici koji su politički oprečni i koji se ne susprežu u pokazivanju nesimpatija pa su, u skladu s time, neuljudne strategije najbolje oružje, a jedna je od njih i *izbjegavanje slaganja*. Stječe se dojam kao da su sugovornici u nekom verbalnom ringu: tko će koga prije nadglasati i prikazati u lošem svjetlu.

(155)

G1: Čekajte, jeste vi govorili o nekim poreznim olakšicama za banke gdje ćete vi to anulirati bankama, taj trošak?

G2: To, to je bilo u pregovorima...

G1: Jesam dobro ja to zapamtio?

G2: ... sedam, osam mjeseci pred rješenjem tog problema. Htio bih vam reći, tri puta smo mi tijekom mandata (maše s tri prsa i pokazuje) rješavali taj problem. Oni koji to prate znaju. Prvo smanjenjem kamate...

G3: Tako je.

G2: ...nakon toga zamrzavanjem tečaja...

G3: Tako je.

G2: ...i treće (pokazuje prstom, da naglasi) donošenjem zakona.

G3: Da. Da ste rješavali...

G2: Tako da ne možete govoriti ovdje da se to rješavalo pred izbore nego vlada je u kontinuitetu vodila rač...

G3: ... držala dužnike u švicarskim francima u talačkoj poziciji.

G2: Ne, nije držala!

(G1 i G2 govore istovremeno):

G3: Da ste rješavali na pravi način, riješili biste odjednom, a ne na tri puta.

G4: Napravili ste samo prvi korak i ništa više, jel'?

G2: Ne, nije, ne, nije. Nije držala u talačkoj poziciji. I vidite kako su ljudi pristali na konverziju što znači da su zadovoljni rješenjem.

G3: Ne.

G2: I nemojte, molim vas...

G3 (smije se i gleda G2): Nemate bolje rješenje.

G2: I nemojte, molim vas, zagovarati stavove banaka...

G3: Ne.

G2: ... jer to nije dobro.

G3: Ja zagovaram...

G2: Vi morate štiti interes hrvatskih građana...

G3: Tako je.

G2: ... i hrvatske vlade.

G3: Tako je.

G2: I nemojte govoriti...

G3: Tako je.

G2: ... da će banke dobiti spor, to nije dobro.

G3: Ne, ja se plašim toga scenarija.

G2: Nemojte se plašiti. Maloprije ste rekli da će hrvatski porezni obveznici to platiti.

G3: Tako je. Tko će drugi platiti, američki, japanski?

G2: Pa to znači da govorite da će banke dobiti spor. Pa niste vi ovdje za banke advokat, nego ste advokat hrvatskih građana, gospodine Budimir.

G3: Ne, ja nisam advokat ničiji.

G2: I to je problem.

G3: Ja samo konstatiram da ste primjenom modela koji nije dobar napravili lošu stvar.

G2: Nismo napravili.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 31:39 - 32:55)

G2 odgovara na pitanje koje mu je postavio G1, a G3 se neprestano ubacuje i potvrđuje sve što G2 govori kratkim *Tako je* dva puta i treći put kratkim *Da*, ali njegovo potvrđivanje ne znači slaganje sa sugovornikom, nego želi istaknuti kako su svi njegovi postupci o kojima govori bili vrlo loši. Prema tome, upotrebljava neiskrene izraze sa sarkastičnim prizvukom te na taj način ni malo ne mari o sugovornikovu obrazu, nego ga izaziva. U jednome trenutku oba sugovornika govore istovremeno jer se G3 ubacuje vidno uzrujan, razmahao se, govori ubrzano i glasnije, gleda sugovornika u oči i proturječi mu svaku riječ. U jednome ga trenutku proglašava lašcem (*Ne, nije držala.*), tj. izbjegava se složiti s njim, kritizira njegovo djelovanje te ga omalovažava i podcjenjuje (*Da ste rješavali na pravi način, riješili biste odjednom, a ne na tri puta.*). Govor mu je popraćen podrugljivim smijehom, podsmjehuje se i gleda u svog istomišljenika G4 koji se pridružuje G3 u napadima s neuljudnom strategijom *izazovi* (*Napravili ste samo prvi korak i ništa više, jel'?*) na što im G2 odgovara oštrim prijekorom *Ne, nije, ne, nije. Nije držala u talačkoj poziciji.* G3 nastavlja u svom tonu, ismijava G2 (*Nemate bolje rješenje*) i ponovno se ubacuje s *Tako je* tri puta na sve što G2 kaže te završava sa strategijom *izazovi* (*Tko će drugi platiti, američki, japanski?*):

G2: Vi morate štiti interes hrvatskih građana...

G3: Tako je.

G2: ... i hrvatske vlade.

G3: Tako je.

G2: I nemojte govoriti...

G3: Tako je.

G2: ... da će banke dobiti spor, to nije dobro.

G2: Ne, nije, ne, nije. Nije držala u talačkoj poziciji. I vidite kako su ljudi pristali na konverziju što znači da su zadovoljni rješenjem.

Može se primijetiti da je G3 vidno uznemiren, a uznemirenost raste kada G2 govori, za razliku od G2 koji je smiren i smireno govori. Može se zaključiti da je, unatoč svim upotrijebljenim neuljudnim strategijama, manje neuljudan od G3.

b) Radijske emisije

U sljedećem razgovoru od samoga početka sugovornici naizmjenično posežu za neuljudnom strategijom *izbjegavanje slaganja* (u kombinaciji s ostalim neuljudnim strategijama) kako bi pokazali da onaj drugi nije u pravu. G1 započinje razgovor strategijom *oštar prijekor* s kojim se ne slaže G2 što pokazuje strategijom *izbjegavanje slaganja*, a upotrebom riječi *oprostite* u neiskrenom značenju to još više ističe. G2 također odgovara istom strategijom (*To je druga stvar.*), a G2 uzvraća strategijom *izazovi* (*Vi mislite da Zoran Milanović ne bi prevario vaše birače kad je potpisao dokument da ide u zajedničku vladu s Domoljubnom koalicijom.*). Zatim G1 u istom iskazu (*To je druga stvar*) upotrebljava dvije neuljudne strategije, tj. *ometanje sugovornika* i ponovno *izbjegavanje slaganja*, a završava kritizirajući G2 i njegovo djelovanje. Na to se ubacuje G3 koji se obraća G1 i oštrim prijekorom kritizira njegovu prepirku s G2, a iskazom *Evo vi ste sada skočili* pokazuje da mu je to uistinu zasmetalo. G3 bi trebao biti neutralan jer je voditelj emisije, ali je reagirao jer je primijetio da je G1 prešao granicu uljudnosti i želio ga je ušutkati.

(156)

G1: Dakle, bitno je tko će biti ministar, a ne tko će provesti onaj program koji su oni potpisali. I to je ono što je ključno. I ja očekujem borbu do zadnjeg dana zato jer je ovo jedna prevara hrvatskih birača koji jednostavno nisu pristali na ovaj, na ovaj scenarij koji se sada događa u hrvatskoj javnosti.

G2: Oprostite, prevara ne bi bila da ste vi išli sa HDZ-om. Vi ste potpisali da hoćete ići u koaliciju s Domoljubnom koalicijom.

G1: To je druga stvar.

G2: Vi mislite da Zoran Milanović ne bi prevario vaše birače kad je potpisao dokument da ide u zajedničku vladu s Domoljubnom koalicijom...

G1: To je druga stvar.

G2: ... što Karamarko nije htio?

G1: O tome se ovdje ne radi. Radi se o tome da se najavljuju reforme, a jedino o čemu se raspravlja je tko će preuzeti ministarstvo vanjskih, aaa, unutarnjih poslova. Prema tome, to je evidentno da od reformi na kraju neće biti ništa.

G3: No, dobro. Evo vi ste sada skočili, rekla bih, na ono što je rekao gospodin Matić, dakle branite SDP, ovdje bih rekla i Zorana Milanovića, ali među onima ste koji traži da Milanović ode sa čela stranke.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 11:51 - 12:48)

U primjeru koji slijedi također se pojavljuje strategija *izbjegavanje slaganja* kada G2 reagira na iskaz G1, a neslaganje posebno naglašava riječima *gotovo nevjerojatno* (*Gotovo nevjerojatno je da smetaju Karamarku...*). G1 sramežljivo odgovara *Ali to je bila kampanja* jer je iznenađen ovakvom reakcijom G2. G2 nakon iskazivanja neslaganja s velikim žarom odgovara s kratkim *dobro* koje nije izraz slaganja nego završavanja razgovora: želi prijeći na sljedeće pitanje i zaustaviti sugovornika u govorenju.

(157)

G1: Kad vidimo u kampanji koji su ljudi bili gurani u prvi plan, da je to novi HDZ, novi ljudi sposobni. Na kraju kada smo mi dobili Vladu najveći dio tih ljudi je jednostavno otpalo. Otpalo vjerojatno zato što svi ti jači ljudi koji imaju ipak neke pozitivne, pozitivni dojam u javnosti smetaju ujedno i Karamarku i ljudima oko njega.

G2: Gotovo nevjerojatno je da smetaju Karamarku s obzirom da ih je gospodin Karamarko pripremao za ministarske funkcije, oni su dolazili u kampanji i gostovali i na radiju i na televiziji.

G1: Ali to je bila kampanja.

G2: Dobro.

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 7:23 - 7:58)

c) Novinski tekstovi

U novinskim se tekstovima pojavljuju dva primjera neuljudne strategije *izbjegavanje slaganja*, a prepoznaju se u odgovoru G2 nakon postavljenog pitanja: u prvom primjeru u iskazu *To uopće ne stoji*, a u drugom u iskazu *Ma molim vas, nemojmo se igrati kao mala djeca* koji je popraćen izazovom *Čemu gubiti vrijeme i glumatati?*

(158)

G1: Bili ste jedan od članova žirija u nedavno završenom showu „Zvezdice“ u kojem je pobijedila talentirana Mija Negovetić. Bili ste na glasu kao najstroži član. Slažete li se s time?

G2: To uopće ne stoji. Samo imam potrebu izravno reći neke specifične pjevačke stvari, a sigurna sam da mnogo djece to jedva čeka čuti.

(*Story*, 18. 11. 2015., broj 46, str. 45.)

(159)

G1: Da, ali treba li predsjednici unaprijed ići s potpisom?

G2: Ma molim vas, nemojmo se igrati kao mala djeca. Čemu gubiti vrijeme i glumatati? Jedino ako netko voli hodati po Pantovčaku.

(*Nacional*, 3. 11. 2015., broj 914, str. 23.)

3.2.6. Upotreba tabu riječi

3.2.6.1. Uvredljive riječi

a) Televizijske emisije

U primjeru koji slijedi izmjenjuje se više neuljudnih strategija. Tek što je G1 počeo govoriti, G2 poseže za trima neuljudnim strategijama: strategijom *ometanje sugovornika* prekida G1, strategijom *izbjegavanje slaganja* iskazom *Ali znaju se odgovori* pokazuje da se ne slaže s onime što G1 govori te prikryveno želi reći da G1 laže te strategijom *izazovi* (*Zašto glumimo da ne znamo odgovore?*). G1 uzvraća neuljudnom strategijom *izazovi* (*Ne znam zašto netko unaprijed zna sve odgovore?*) jer mu se nije sviđjelo što ga je G2 optužio da laže. G2 se čudi što ga G1 to uopće pita

i kreće objašnjavati, ali odustaje od objašnjavanja i uvredljivom riječju govori da je G1 *bedast*, da glumi i da zna istinu, ali ju skriva (*Pa zato jer su vam rečeni... ne glumimo, ne pravimo se bedasti.*). G2 je svojim postupcima pokazao da ne brine o obrazu svojega sugovornika, čak štoviše, cilj mu je okaljati ga što je više moguće i prikazati ga u negativnom svjetlu.

(160)

G1: Zašto bježimo od toga da se tri najvažnija politička lidera...

G2 (ubacuje se): Ali znaju se odgovori. Zašto glumimo da ne znamo odgovore?

G1: Ne znam zašto netko unaprijed zna sve odgovore?

G2: Pa zato jer su vam rečeni... Ne glumimo, ne pravimo se bedasti. Zna se da neće HDZ sa SDP-om, i SDP s HDZ-om. Zašto se Most pravi bedast?

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 24:28 - 24:44)

U sljedećem je primjeru govornik bio izbezumljen sugovornikovim okolišanjem i nakon triju ponavljanja istoga pitanja, na koje nije dobio odgovor, vidno je uznemiren povisio ton, tj. posegnuo za strategijom *uvredljive riječi*: *Zašto vi odmah ne nabavite bolji kuk, zaboga?* Budući da je riječ o voditelju i emisiji s izravnim prijenosom, to je bilo vrlo iznenađujuće.

(161)

G1: Zašto se ne može nadoplatiti koljeno, skuplji, kvalitetniji implantat? Kaznili ste ravnatelja klinike u Lovranu jer je omogućio to svojim pacijentima.

G2: Zato jer je svaki, svaki liječnik de fakto. Ne želimo staviti ga u poziciju moralnog hazarda da je on prodavatelj boljih kukova (pokazuje znak navodnika prstima).

G1: Zašto vi odmah ne nabavite bolji kuk, zaboga?

(Otvoreno, 30. 12. 2015., 37:36 - 38:02)

b) Radijske emisije

Razgovori koji slijede zanimljivi su jer govornik ukazuje sugovorniku na neuljudno ponašanje tj. da je prešao granicu i da mu je nelagodno zbog toga. U prvome je primjeru G1 upitao G2 o djelovanju jedne političarke na što G2 smijući se neumjesno komentira njen fizički izgled,

nazivajući ju *velikom kopanicom*, a ne djelovanje (*Pa to je meni simpatično. Ja nju zovem velika kopanica. Znači, ona se stalno smije, ima duge noge, vozi se na traktoru i sad se zaigrala.*). G1 se iznenadio odgovorom, zbunio se i bilo mu je neugodno, ali je odmah reagirao i ukazao G2 da je pretjerao (*Optu, optužit će vas za seksizam.*) pa se G2 ispričao i pravdao se da je to bio kompliment (*Oprostite, ispričavam se.; Ja sam to rekao kao kompliment, e.*). G1 je zamuckivao te je želio čim prije završiti razgovor o tome (*Nemojmo, ajmo na sadržaj, nemoj...*) pa je zamolio G2 da samo komentira ono što ga je pitao, tj. političko djelovanje navedene osobe, a dopunskim pitanjem *jel'?* provjerava razumiju li se (*Ja vas molim da komentirate ovo izrečeno, jel'?*).

(162)

G1: Kako onda tumačite sve te silne reforme kojima je operirao Most ovih pet tjedana koje su se ipak na kraju svele na fotelje. Evo jučer smo imali priliku pročitati jedan megalomanski zahtjev Ružice Vukovac (...).

G2: Pa to je meni simpatično. Ja nju zovem velika kopanica. Znači, ona se stalno smije, ima duge noge, vozi se na traktoru i sad se zaigrala.

G1: Dobro, dobro nemojte, optu...

G2: Oprostite, ispričavam se.

G1: Optu, optužit će vas za seksizam.

G2: Nije sadržajno.

G1: Nemojmo, ajmo na sadržaj, nemoj...

G2: Ja sam to rekao kao kompliment, e.

G1: Dobro, dobro.

G2: Ja mislim da...

G1: Ja vas molim da komentirate ovo izrečeno, jel'? *Znači, Mostu bi prema onome što su oni izjavili pripala tri mandata, odnosno tri, tri resora, jel'?. Ovo je malo, puno više od tri.*

G2: Ona se naprosto zaigrala, vidjela da ima, da se vlast zakotrljala u pravcu Mosta i naprosto je izgubila osjećaj za mjeru. To se meni ne čini ništa tako dramatično.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 24:35 - 26:00)

U drugome se primjeru G1 obraća osobi u studiju i bez susprezanja poseže za neuljudnim strategijama. Prvo, provocira ga upitom o njegovu pravom imenu zauzimajući tako sugovornikov prostor, tj. postavlja mu previše intimno pitanje, i drugo, nizom ga uvredljivih riječi posprdno ismijava (*I drugo, s obzirom da je začuđujuće kako tako korpulentan može ući u Milanovićevo debelo crijevo, to je nevjerovatno.*). G2 je odmah reagirao i osudio takav vid komunikacije te na taj način obranio sugovornikov obraz kojemu su uvredljive riječi upućene (*Molim vas, pa to je nedopustivo, zaista sramotno! Taj način komunikacije doista nije za javni prostor. Ali govori o onome tko je to rekao, a ne o ljudima koji su ovdje u studiju.*).

(163)

G1: Htio bih samo pitati gospodina Grbina prvo ono osnovno. Koje je njegovo pravo ime? Da li Predrag ili Peđa? I drugo, s obzirom da je začuđujuće kako tako korpulentan može ući u Milanovićevo debelo crijevo, to je nevjerovatno.

G2: Molim vas, pa to je nedopustivo, zaista sramotno. Taj način komunikacije doista nije za javni prostor. Ali govori o onome tko je to rekao, a ne o ljudima koji su ovdje u studiju. Sljedeći poziv, ja se nadam da će biti civiliziran.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 44:43 - 45:10)

U sljedećem je primjeru usijana atmosfera, različite se neuljudne strategije nižu jedna za drugom, jedan je sugovornik vrlo uzrujan, a ostali sugovornici ne mare, naprotiv, njegovu slabost iskorištavaju kako bi okaljali njegov obraz, tj. ismijavaju ga i napadaju i pri tome se zabavljaju. Razgovor započinje G1 koji je vrlo uznemiren, glas mu podrhtava, zamuckuje, govori jako brzo s pogreškama. Uzbuđeno kritizira jednog političara za kojega navodi da *nema pojma (Nedopustivo je da nam se dovede, oktroira premijer koji nema pojma uopće o Hrvatskoj.)*. G2 propitkuje dalje o istom političaru, ali G1 ne sluša pitanje do kraja, nego nastavlja nizati neuljudne strategije (*kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad, povezivanje sugovornika s negativnim aspektima, omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika*) pa u jednom trenutku G1 i G2 govore istovremeno (*strategija ometanje sugovornika*). U glasu se i dalje osjeća velika nervoza, glas podrhtava, govori glasnije, neprestano zamuckuje i bira krive riječi. Nakon izrečenih neuljudnih strategija prekida ga G3 (*strategija ometanje sugovornika*) rekavši mu hladnim glasom

da pretjeruje sa svojim izlaganjem i da malo *smanji doživljaje* (*Dajte, Helena, malo smanjite doživljaje.*) te na taj način vrijeđa njegov obraz strategijama: *nepokazivanje brige i simpatije* te *upotreba tabu riječi*. G2 odmah želi umiriti situaciju kratkim *Dobro*, ali G1 je bijesan i svjestan ugrožavanja vlastitog obraza i odmah se zauzima za njega: *Ali, ne, gospodine Letica, nećemo se tako razgovarati. Imam pravo na svoje mišljenje! Pa nemojte mi vi...* G3 ne reagira i ne mari i još jednom napada obraz ponavljajući *smanjite doživljaje*. Nakon toga slijedi verbalni okršaj između G1 i G3: neprestano ubacivanje u riječ, izbjegavanje slaganja te oštri prijekori. U razgovor se zatim ubacuje G4 strategijom *izbjegavanje slaganja* (*Ne bih se ja složio.*) kako bi podržao G3 na što on odgovara uljudnom strategijom (*Apsolutno.*). To je G1 dodatno uzrujalo, počeo je vikati *ne* tri puta i nadodaje *samo malo* kao vapaj da dođe do riječi (*Ne, ne, ne! Samo malo*). Kratko uspijeva, ali se ponovno javlja G3 i suprotstavlja mu se (*Ne, on ima ustavno pravo biti na tom položaju.*). Razgovor dolazi do vrhunca jer su G1 preuzeli osjećaji, glas mu je drhtao, umalo je zaplakao, a u tom trenutku G3 ponovno niže uvrede (*On dolazi iz jednog svijeta iz stare demokracije, nego ćete ih vi ikada razumjeti.*) koje G1 prepoznaje i brani svoj obraz iskazom *Nemojte me vrijeđati.*, a G3 hladno odgovara da to nisu uvrede (*Ne vrijeđam.*). Na samome je kraju razgovora G1 došao do emocionalnog kraha, više i očajno traži za riječ strategijom *izazovi* (*...mogu li ja završiti? Gospodo, samo malo!*). G2 mu predaje riječ, tj. pokušava mu spasiti okaljani obraz (*Molim vas završite, da. Izvolite završite*). Razgovor završava G4 koji se posprdno smije i izjavljuje *Ja dajem moje vrijeme, evo* te na taj način poručuje kako ga je cjelokupni razgovor zabavljao te da nema niti malo poštovanja prema sugovorniku G1. Sudionici su razgovora osjetili da se G1 uznemirio pa su iskoristili njegovu slabost kako bi preuzeli dominantnost u razgovoru.

(164)

G1: Ja i dan danas zagovaram nove izbore. Nedopustivo je da nam se dovede, oktroira premijer koji nema pojma uopće o Hrvatskoj. Njegova predodžba o Hrvatskoj su djeca u narod..., u hrvatskoj budućnosti su djeca u narodnoj nošnji, a ne djeca pred 3D printerima. Ovaj, i, i, neka moderna Hrvatska.

G2: Zašto to mislite s obzirom da je on došao iz visoko razvijenoga svijeta? Bio je i čelnik jedne visoko profitetne tvrtke?

G1: Vidite zato što... To što netko dolazi iz visoko razvijenog... Ne, to što netko dolazi iz tvrtke, ne znači da se, da se zna baviti politikom. Mi vidimo da on ne zna elementarne stvari

o Hrvatskoj. On kad priča o manjinama, on priča o imig., o ekonomskim imigrantima u Kanadi, on ih izjednačuje sa a, a, autohtonim nacionalnim manjinama u Republici Hrvatskoj ili Europi. On potpuno, uopće ne razumije te pojmove. On uopće ne razumije... Njemu.. Kako će on sutra potpisivati dokumente? Mi ćemo, ljudi, prodavati državnu imovinu. Tako oni barem namjeravaju. Kako ćemo mi znati da je on znao što uopće potpisuje. On uopće ne razumije. On kad priča o antifašizmu, komunizmu, a, a, a, fašizmu. On uopće ne zna a, a tijekom povijesti Hrvatske. Šta smo mi prošli...

G3: Dajte, Helena, malo smanjite doživljaje.

G2: Dobro.

G1: Ali, ne, gospodine Letica, nećemo se tako...

G3: Smanjite doživljaje.

G1: ... razgovarati. Imam pravo na svoje mišljenje. Pa nemojte mi vi...

G3: Pa nije to nikakvo... To je vrijeđanje ljudi koji žive...

G1: A meni je vrijeđanje, a meni je vrijeđanje...

G4: Ne bih se ja složio.

G1: Ne, ne, ne! Samo malo!

G3: Apsolutno!

G1: Meni je vrijeđanje hrvatskog, hrvatskih građana i hrvatskog naroda da nam se radi ovo što se radi.

G3: Ne, on ima ustavno pravo biti na tom položaju. On dolazi iz jednog svijeta iz stare demokracije...

G1: Ima, gospodine Letica previše...

G3: ... i bolje razumije sve demokratske procese nego ćete ih vi ikada razumjeti.

G1: Ne, ne! On da razumije, ne..

G3: Nego ćete ih vi ikada razumjeti.

G1: Nemojte me vrijeđati.

G3: Ne vrijeđam.

G1 (više): On da razumije - mogu li ja završiti? Gospodo, samo malo!

G2: Molim vas završite, da. Izvolite završite.

G1: Ili žene nemaju pravo govora?

G2: Ne, ne, imaju itekako. Itekako.

G4 (smije se): Ja dajem moje vrijeme, evo.

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 15:17 - 17:00)

U uvodnoj se špici jedne radijske emisije pojavljuje strategija *uvredljive riječi* kada novinar etiketira jednog političara uvredljivim riječima, tj. naziva ga *tankoćutnim* i *izdajnikom*, a dalje ga nastavlja podejnjivati i kritizirati zbog njegovih postupaka s određenom dozom gađenja (... *ali koga briga za birače kad se predoziran mirisom vlasti svom silinom uključiš u brutalnu igru za političko prijestolje.*).

(165)

Pa ako je tankoćutnoga Petrova po vlastitom priznanju boljelo medijsko šamaranje zacijelo će njihove brojne razočarane birače zaboljeti izdaja predizbornih obećanja, ali koga briga za birače kad se predoziran mirisom vlasti svom silinom uključiš u brutalnu igru za političko prijestolje.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2016., 4:51 - 5:08)

Za neuljudnom strategijom u sljedećem primjeru poseže G2 nakon što ga je G1 etiketirao kao *političkog aktivista*. Odmah ga je zaskočio, prekida ga i glasno strategijom *oštar prijekor* negira ono što je G1 rekao te vidno uznemiren dodaje *k vragu* kako bi to još više naglasio i posramio ga (*Ne, ne, ma, kakav aktivist k vragu! Nisam ja nikakav aktivist!*).

(166)

G1: Kad govorimo o vrijednosnim pozicijama, s obzirom da sam se ja legitimirala kao neko tko dolazi iz kuće ljudskih prava, bilo bi dobro da kažemo, da i profesor ne govori samo kao profesor, nego ujedno i politički aktivist i...

G2: Ne, ne, ma, kakav aktivist k vragu! Nisam ja nikakav aktivist!

(Poligraf – politički grafikon, 8. 1. 2015., 21:48 - 23:09)

c) Novinski tekstovi

U sljedećem primjeru G1 postavlja pitanje kako bi saznao određene informacije na što G2, izazvan pitanjem koje mu se ne sviđa jer mu se iznova ponavlja, bez susprezanja veoma neugodno odgovara ne štedeći obraz G1, a svojim mu slikovitim odgovorom poručuje da je glup (*Samo totalitarno formativnim mozgovima to ne ide u glavu.*).

(167)

G1: Je li vrijeme da napokon detaljnije saznamo okolnosti vašeg sastanka s Milanovićem u Kontromanovićevoj kući: kako je do toga došlo, tko je koga zvao, zašto na tako vidljivom mjestu, u stanu štíćene osobe itd.?

G2: S Milanovićem sam u zadnjih nekoliko mjeseci razgovarao više puta i ne znam koliko puta moram naglasiti da u tome ne vidim ništa sporno ni čudno. Samo totalitarno formativnim mozgovima to ne ide u glavu.

(Globus, 27. 11. 2015., broj 1303, str. 15)

Kao i u prethodnom primjeru G2 u primjeru niže posprdno komentira pitanje G1 uvredljivim riječima (*Pa to je kao da me pitate jesam li kreten? To je idiotizam i apsurdna tvrdnja.*).

(168)

G1: Jesu li, prema vama, migranti doista opasnost za katoličku Europu, kako neki tvrde?

G2: Pa to je kao da me pitate jesam li kreten? To je idiotizam i apsurdna tvrdnja.

(Globus, 27. 11. 2015., broj 1303, str. 58.)

I u primjerima koji slijede G2, iznoseći mišljenje o određenim osobama, olako bez zadržke poseže za uvredljivim riječima poručujući da nema ni minimum poštovanja prema navedenim osobama te da ga za to nije briga. U prvome primjeru navodi da *prde u prašinu* insinuirajući da ne rade ništa, a u drugome ih naziva *podrpašima* i *uhljebima*.

(169)

G1: Kako vidite vladavinu premijera Vučića i predsjednika Nikolića? Što mislite o njima?

G2: Sjećate li se jedne pjesme Johnyja Štulića? Njeni stihovi idu ovako: „Kamo dalje, rođače, iz pijeska vire krunisane glave, što to rade? Prde u prašinu.“. Eto što mislim o njima.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 75.)

(170)

G1: Što podrazumijevate pod reformom izvršne i parlamentarne vlasti?

G2: Pod reformom parlamentarne ono zbog čega sam dobio kaznenu prijavu, a to je preferencijalno glasovanje, da se najmanje 50 posto ljudi na listi bira preferencijalnim putem kako bi građani imali mogućnost glasati za ljude, a ne političke podrepaše i uhljebe.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 22.)

U razgovoru koji slijedi G2 upotrebljava više neuljudnih strategija koje odaju da mu osobe o kojima je riječ nisu drage te da nema dobro mišljenje o njima. Naziva ih *najobičnijim levatima* i *običnim službenicima*, tj. poseže za strategijom *uvredljive riječi*, a nakon toga još jednom neuljudnom strategijom kritizira njih i njihovo djelovanje prikazujući ih *neradnicima* i *nesposobnima* (*Oni ništa ne odlučuju niti mijenjaju. Mi želimo mijenjati, ali se bojimo jer tko zna što će biti kada nam bude dobro.*). Razgovor završava strategijom *psovka* (*I kad nam izvade kitu iz dupeta.*) kojom ih je vulgarno ocrnio.

(171)

G1: Već 25 godina svi koji dođu na vlast obećavaju da će nam biti bolje. Kako vjerovati bilo kome tko dođe na vlast kada nam iz godine u godinu nije bolje?

G2: Naši političari su najobičniji levati koji rade samo za osobni interes. Obični službenici koji ionako obnašaju naredbe vanjske politike, pa to nije ništa čudno. Oni ništa ne odlučuju niti mijenjaju. Mi želimo mijenjati, ali se bojimo jer tko zna što će biti kada nam bude dobro. I kad nam izvade kitu iz dupeta.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 66. i 68.)

Kao što se može primijetiti u ranijim primjerima, vrlo se često u iskazima pojavljuje više neuljudnih strategija i teško je izdvojiti jednu od njih, a da se izuzme druga jer se isprepliću. Tako i u sljedećem primjeru u kratkom iskazu govornik upotrebljava čak tri neuljudne strategije: *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika, kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad te uvredljive riječi*. Političara naziva *psihijatrom* insinuirajući da je psihički bolestan.

(172)

Ja sam legalist i nisam u tome ništa kriv, a razapinju me kao Isusa na križu. Međutim, iza mene je ostalo barem nešto, a iza psihijatra Petrova i njegovog vječitog volontera Nikole Grmoje neće ostati ništa.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 12.)

Govornici ne biraju uvredljive riječi kada komentiraju svoje protivnike, najčešće političke, ili osobe koje im iz nekog razloga nisu drage. U njihovim se iskazima osjeća gnjev kojega drže u sebi, a izražavaju ga verbalno. U primjeru niže može se primijetiti ispreplitanje više neuljudnih strategija koje su okrunjene uvredljivim riječima *uvlačiguzi i politički uhljebi*.

(173)

Na našoj listi je polovica žena. Ali nije li paradoksalno da se oni koji su donijeli zakon, tog zakona već na prvom testu ne pridržavaju? Pa kako će oni sutra voditi Hrvatsku, koja je njihova poruka biračima. Znao je Tito govorio: „Drugovi, nemojte se držati zakona k'o pijan plota. Zakon može biti i harmonika.“. E to je njihova poruka biračima. Uvlačiguzi i politički uhljebi koji su blizu svom lideru, čekaju kako će svake četiri godine doći na listu i biti u Saboru.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 22.)

Političari su često meta ismijavanja i olako im se dodjeljuju uvredljive riječi kao i u primjeru koji slijedi. Svoj neuljudni iskaz govornik započinje poput priče s prizvukom ismijavanja (*Negdje su nestali Karamarko i Milanović. Valjda su dva dana uzeli odmor. I k'o svaki normalni noj zabili su glavu u zemlje*), ubacuje uvredljive riječi (*I k'o svaki normalni noj zabili su glavu u zemlje*) i završava s kritikom (*Da ne vide nikakve veće probleme. A ni manje.*).

(174)

Negdje su nestali Karamarko i Milanović. Valjda su dva dana uzeli odmor. I k'o svaki normalni noj zabili su glavu u zemlje. Da ne vide nikakve veće probleme. A ni manje.

(*Globus*, 20. 11. 2015., broj 1302, str. 6.)

Komentirajući političare, govornici navode niz uvredljivih riječi koje se odnose na njihov vanjski izgled. Iako vanjski izgled nema nikakve veze s njihovim političkim djelovanjem, komentiraju ga jer ne biraju sredstva kojima bi pokazali koliko ih ne vole. Za jednoga od njih govornik kaže da ima *rendgenski vid i njuh osjetljiv na jugofile skrivene u koferu*, za drugoga da *izgleda kao tužni pas tragač s obješenim ušima*, a za trećega da *bi mogao služiti k'o veliki ventilator od 100 kila*.

(175)

Jauk Jugoslavije kruži Hrvatskom, nevidljiv je većini, a prepoznati ga umije jedino šef HDZ-a sa svojim rendgenskim vidom i njuhom osjetljivim na jugofile skrivene u koferu.

(*Nacional*, 23. 6. 2015., broj 895, str. 4.)

(176)

Da Ilić zapravo nije rekao što je rekao, potrudio se objasniti koalicijski partner Karamarko koji sve više izgleda kao tužni pas tragač s obješenim ušima.

(*Nacional*, 8. 12. 2015., broj 919, str. 17.)

(177)

Stanje u Hrvatskoj je takvo da se Čačić javio da on može sastaviti novu vladu. Momentalno je na strani Milanovića. Ali je rek'o da ne znači da će s njim i ostati. Može se okrenuti i

Karamarku i Mostu i tako masu puta. Šteta što dolazi zima. Da je ljeto, mogao bi služiti' k'o veliki ventilator od 100 kila. Krivo je shvatio pjesmu Dečko, 'ajde o'ladi.

(*Globus*, 20. 11. 2015., broj 1302, str. 5.)

Nezadovoljan zbog političkog djelovanja i ponašanja jedne političarke, govornik u sljedećem primjeru neukusno i bez susprezanja očajno niže uvredljive riječi kada komentira njen fizički izgled i odijevanje (... *a i ne vidi njene ubojite modne kombinacije koje si službenice na istoj plaći ne mogu priuštiti? Fascinantna transformacije djevojke sa sela u političkog vampa za kojim uzdišu i oni s druge strane političkog spektra...*). Osim toga, posprdno komentira njezino djelovanje posežući za strategijom *izazovi* (*Kome se obraća Josipa Rimac, ad Hrvaticama i Hrvatima poručuje da će se, kad njeni osvoje apsolutnu vlast, boriti protiv svake vrste korupcije? I to baš ona?!).*

(178)

Kome se obraća Josipa Rimac, ad Hrvaticama i Hrvatima poručuje da će se, kad njeni osvoje apsolutnu vlast, boriti protiv svake vrste korupcije? I to baš ona?! K'o da nije narod, pa makar i tradicionalno, glasao za HDZ, slijep i gluh i ne zna ništa o njenom stanu, a i ne vidi njene ubojite modne kombinacije koje si službenice na istoj plaći ne mogu priuštiti? Fascinantna transformacije djevojke sa sela u političkog vampa za kojim uzdišu i oni s druge strane političkog spektra, vjerujem, nije zaslijepila sve koji misle desno.

(*Nacional*, 3. 11. 2015., broj 914, str. 25.)

3.2.6.2. *Psovke*

U istraženom skupu podataka a) televizijskih i c) radijskih emisija strategija *psovke* nije pronađena, a potvrđuje se samo u c) novinskim tekstovima.

c) **Novinski tekstovi**

G1 je upitao G2 da komentira aktualnu političku situaciju i političke aktore na što G2 u jednom dahu odgovara nizom neuljudnih izraza ne skrivajući loše mišljenje o njima, a što se može primijetiti odmah na početku iskaza koji započinje oštrim prijekorom: *Gadi mi se sve to skupa*. Kako bi prikazao koliko su nesposobni, nastavlja u istom tonu i kombinira uvredljive riječi i *psovke* navodeći da su im programi *naškrabane crtice koje su prepisali iz neke vukojebine*. Ali tu nije stao,

nego ih nastavlja omalovažavati, podcjenjivati i ismijavati nizom neuljudnih izraza postavivši sebe vrijednosno iznad njih (*Ne zanimaju me! Mogu mi samo drva za zimu iscijepati*). Naziva ih *najobičnijim službenicima i likovima iz bajke*.

(179)

G1: Karamarko i Zoran Milanović nakon parlamentarnih izbora pokušavaju uvjeriti Božu Petrova i Mosta da upravo oni imaju pravo rješenje i da zapravo imaju istu viziju Hrvatske. Što mislite o političkoj situaciji? Tko ima najviše šanse da osvoji većinu i formira vladu?

G2: Gadi mi se sve to skupa. Izbori su pali na manji nivo od Eurovizije. Programi su im naškrabane crtice koje su prepisali iz neke vukojebine. Most se očito ne snalazi i nije očekivao ovo. Radije bih dao nekom slučajnom medvjedu iz šume da nam bude premijer nego ovima. Posebno ne Petrovu. On je očito željan moći kao i ostali. Sve skupa naše političare smatram najobičnijim službenicima. Ne zanimaju me! Mogu mi samo drva za zimu iscijepati. Kad im vlastiti ego i interesi ne budu na prvom mjestu, onda neka se jave. Jedino što hvala Bogu Vilibor Sinčić nije u utrci. On je stvarno lik iz bajke.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 66.)

Dalje u razgovoru nastavlja oštro komentirati političare nazivajući ih *teroristima, idiotima, levatima i p...* Ne može se znati je li izrekao posljednju riječ pa je cenzurirana, ali je u svakom slučaju pokazao da ne preže pred uvredljivim riječima jer su svi njegovi odgovori u tom smjeru (*Teroriziraju nas i jebu u mozak već 20 godina, a mi veliki ljubitelji žrtve samo šutimo.*).

(180)

G1: I dalje ste zaokupljeni lokalnim moćnicima, aferama, primitivcima i hrvatskim običajima. Kako na vas utječe sve veća opasnost od terorizma?

G2: Ovaj događaj u Parizu je stvarno užasan i svijet postaje pun straha i mržnje, a to ne smijemo dozvoliti. Samo strah, paranoja, sigurnost i slične riječi ćemo sada slušati. Što se nas u Hrvatskoj tiče, ovdje su teroristi ipak više u domaćim redovima. Tu ni teroristi ne bi došli da znaju kakvi su ovi naši idioti. Teroriziraju nas i jebu u mozak već 20 godina, a mi veliki ljubitelji žrtve samo šutimo.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 68.)

(181)

G1: Često vam je na meti politička desnica, a još češće primjeri primitivizma u našem društvu. Znači li to da ste politički orijentirani lijevo?

G2: Ovdje više ne postoji ni prava desnica, ni prava ljevica. Danas su svi jednostavno rečeno obične p... koji su prodali svoje ideale bez problema. Ako si idiot, bar se drži toga, ali oni nisu ni to uspjeli. Dao Bog da svi imali velike kuće i jahte i džipove, ali će i dalje biti levati i nitko ih neće poštovati.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 69.)

U sljedećem je primjeru govornik vrlo hrabro posegnuo za neuljudnim strategijama komentirajući jednoga političara. Ne štedi ga i niže uvredljive riječi (... *sad kad je već izabran u Sabor, pustio s lanca sve obzire...*), tabu riječi (... *koji nikada nije masturbirao...*) te ga omalovažava, podcjenjuje i ismijava na najžešći mogući način (... *i napokon priznao što zapravo misli o izbjeglicama i muslimanima i općenito drugačijima, od kojih bi se branio bodljikavom žicom, a po mogućnosti i plinom.*). Može se primijetiti da je prešao granicu ukusa i nije ugodno čitati navedeno.

(182)

Nikako ne treba zanemariti ni posljednje izljeve iskrenosti predstavnika Domoljubne koalicije Ladislava Iličića, onoga koji nikada nije masturbirao, a koji je, sad kad je već izabran u Sabor, pustio s lanca sve obzire i napokon priznao što zapravo misli o izbjeglicama i muslimanima i općenito drugačijima, od kojih bi se branio bodljikavom žicom, a po mogućnosti i plinom.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 17.)

I u primjeru koji slijedi govornik ne bira neuljudne strategije, niže ih jednu za drugom jer je frustriran temom o kojoj je riječ. Iskaz započinje strategijom *psovka (Trojicu od četvorice rastavljenih očeva i nešto majki boli dupe za njihovu djecu.)*, zatim slijedi *kritiziranje sugovornika (Više od 700 000 takvih brižnih, spremnih na sve za djecu, ništa im ne daje.)*, a naposljetku i *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje (Možda ih sprečavaju četnici u Srbiji, Draža Mihailović, Evropska Unija, ili ustaše, ili partizani, ili udbaši.)*.

(183)

Trojicu od četvorice rastavljenih očeva i nešto majki boli dupe za njihovu djecu. Više od 700 000 takvih brižnih, spremnih na sve za djecu, ništa im ne daje. Možda ih sprečavaju četnici u Srbiji, Draža Mihailović, Evropska Unija, ili ustaše, ili partizani, ili udbaši.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 4.)

3.2.6.3. Razgovor o osjetljivim temama

Primjeri strategije razgovor o osjetljivim temama u istraženom skupu podataka a) televizijskih i b) radijskih emisija nisu pronađeni, a u novinskim je tekstovima potvrđeno nekoliko primjera.

c) Novinski tekstovi

U sljedećim su primjerima govornici dali do znanja svojim sugovornicima da im se ne sviđaju postavljena pitanja te da su prešli granicu bliskosti koju s njima imaju, bolje rečeno nemaju. Tako u dolje navedenom primjeru G1 propitkuje G2 o ljubavnom životu (*Jeste li pronašli mjesta za ljubav? Jeste li zaljubljeni?*) na što G2 odgovara strategijom *oštar prijekor* (navodeći da njegov život nije *švedski stol*) jasno poručujući da je pitanje neprimjereno te da o toj temi ne želi razgovarati. G1 je oštru kritiku zanemario, ponašao se kao da ju nije čuo te ponovno postavlja pitanje o privatnom životu, ovaj put preoblikovano. Iako je nakon prvog pitanja G2 bio prilično uzrujan, nakon drugog se pitanja smekšao i odgovorio na pitanje uljudnom strategijom *ograde*.

(184)

G1: Jeste li pronašli mjesta za ljubav? Jeste li zaljubljeni?

G2: Nije moj život švedski stol i poštjednja bih javnost svoga privatnog života.

G1: U kojem biste smjeru voljeli da se dalje razvija vaš privatni život?

G2: Ne mislim da sam zbog nečeg posebna u odnosu na svoju generaciju, želim da ljudi za mene znaju zbog onoga što sam napravila, a ne zbog imena.

(Story, 24. 6. 2015., broj 25, str. 33.)

Dalje u razgovoru G1 nastavlja propitkivati o osjetljivim temama, tj. o zdravstvenom stanju G2 koji opet ponavlja, ovaj put smireno i strpljivo, da su to teme o kojima ne želi razgovarati te da

cijeni sve koji takvu odluku poštuju (*Nisam željela tada, niti želim sada, a ne smatram to ni potrebnim, s javnosti dijeliti sve detalje iz svoga života i cijenim sve koji to poštuju. Moj je život moja stvar.*).

(185)

G1: Jeste li čitali medijske napise u tom razdoblju? Kako ste se osjećali?

G2: Nisam imala potrebu demantirati neke novinske napise koji govore proizvoljno o mom zdravstvenom stanju, a bili su neistiniti. Tada mi je najmanje bilo važno što mediji prenose. Nisam željela tada, niti želim sada, a ne smatram to ni potrebnim, s javnosti dijeliti sve detalje iz svoga života i cijenim sve koji to poštuju. Moj je život moja stvar – shvaćam da takav stav ostavlja prostor za insinuuacije. To što mediji pišu sve je dio nekakvog cirkusa u kojem jesam, to već prihvaćam potpuno pasivno i ne pravim dramu zbog toga.

(*Story*, 24. 6. 2015., broj 25, str. 33.)

Granica je između strategije *razgovor o osjetljivim temama* i strategije *zauzimanje sugovornikova prostora* vrlo mala, odnosno isprepliću se, te se u primjeru razgovora može primijetiti da sugovornici signaliziraju da je granica prijeđena i da su pitanja neumjesna:

(186)

G1: Znači, Milanović je za vas suradljiviji od Karamarka?

G2: Postavljate mi „teška“ pitanja o suradnji s čovjekom koji me je izbacio iz stranke i jasno pokazao što misli o ljudima koji mu se ne pokoravaju.

(*Globus*, 11. 9. 2015., broj 1292, str. 17)

3.2.7. Upotreba nepoznatog ili tajnog jezika

Strategija *upotreba nepoznatog ili tajnog jezika* nije pronađena u niti jednom mediju, tj. u istraženom skupu podataka a) televizijskih emisija, b) radijskih emisija i c) novinskih tekstova.

3.2.8. Prijetnje

Primjeri se ove neuljudne strategije pojavljuju u b) radijskim emisijama i c) novinskim tekstovima, ali ne i u a) televizijskim emisijama.

b) Radijske emisije

Govornik započinje razgovor strategijom *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad*, a u jednom ga trenutku i ismijava, kada posprdno navodi da je akademik i da bi trebao znati što govori (...*a isto bih zamolio gospodina Reintera, bar je čovjek akademik, zna što priča.*). Nakon izrečene kritike nastavlja s neuljudnom strategijom *prijetnje* koja još više naglašava nezadovoljstvo i netrpeljivost koju osjeća prema spomenutoj osobi: *Čujte, on kaže danas znaju se neke stvari. Gospodine Reinter, koje se stvari znaju jer ja da sam sad u Uskoku sad bih vas dočekaao na izlazu iz emisije.* Iskaz završava strategijom *oštar prijekor* ističući da se s djelovanjem svojega sugovornika ne slaže u potpunosti.

(187)

G1 (poziv slušatelja): Ja sam recimo više lijevi glasač, ali ovo što gospodin Milanović radi je stvarno nevjerojatno, ne mogu da vjerujem da sebi čovjek to može dozvolit' da danas govori ovako, a sutra onako, a isto bih zamolio gospodina Reintera, bar je čovjek akademik, zna što priča. Čujte, on kaže, danas znaju se neke stvari. Gospodine Reinter, koje se stvari znaju jer ja da sam sad u Uskoku sad bih vas dočekaao na izlazu iz emisije. Ne možemo govoriti u trećem licu. U Hrvatskoj se cijelo vrijeme govori u trećem licu, zna se: ovaj ili onaj je napravio ovo ili ono. I dajte, preko tih nekih stvari moramo da prijedemo, da govorimo šta, tko i kako. Ne možemo tako govoriti.

(Poligraf – politički grafikoni, 18. 12. 2015., 41:00 - 41:39)

Sljedeći je razgovor vrlo napet jer se izmjenjuju različite neuljudne strategije iza kojih se krije netrpeljivost koju osjećaju sudionici razgovora jedni prema drugima. Razgovor započinju G1 i G2 koji izričito pokazuju svoje neslaganje, prekidaju se, odnosno, negiraju iskaze jedan drugome. G3 koji sluša njihovo nadmetanje, a koji je istomišljenik G1, ubacuje se i strategijom *zauzimanje sugovornikova prostora* navodi razlog neslaganja G1 i G2, a to je političko opredjeljenje G1 (*Gledajte, Helena je očito, kako bi se reklo, jedna dosljedna ljevičarka...*). Na to je G1 odmah reagirao uzrujano, prekinuo je G3 na što je on tražio da ga se ne prekida (*Samo malo, pustite...*), iako se on prvi ubacio u razgovor ne mareći o drugim sugovornicima. G1 odgovara strategijom *oštar prijekor* dajući mu do znanja da je prešao socijalnu granicu koja postoji među njima te da nema pravo iznositi neistinite činjenice o njemu. Na to se ubacuje G4 (voditeljica) koji staje u obranu G1, a nakon što je G1 uzrujano rekao: *Gospodin Milanović je za mene rekao da ću biti*

kruha gladna, G1 i G3 započnu se posprdno smijati bez poštovanja i empatije, a G1 ironično nadodaje *Tako je rek'o*. Trenutak je bio vrlo neugodan i G1 je to osjetio, bio je uzrujan i podrhtavao mu je glas pa je još jednom ponovio da ga nemaju pravo etiketirati (*Ja sam naprosto hrvatska građanka, vi nemate pravo meni određivati tko sam i etiketirati me.*) naglašavajući riječi *nemati* i *određivati*. Svjestan da ga ismijavaju i ne shvaćaju ozbiljno te da neće prestati, u očaju poseže za strategijom *prijetnje* kako bi se obranio i pokazao im da su pretjerali: *Gospodine Letica, ako ja krenem etiketirati vas, ova emisija će otić' u pakao*. G1 i G3 su se od samoga početka razgovora smjestili u nadređeni položaj te u niti jednom trenutku nisu marili o obrazu G1, nego su se zabavljali ismijavajući ga. Vidjevši da je razgovor otišao u krivom smjeru, G4 postavlja sljedeće pitanje.

(188)

G1: Ali Josipović i Milanović ovoga su puta ponovno počeli vadit' kosture. Znači...

G2: Tko je prvi vadio kosture, gospodine Despot?

G1: Josipović i Milanović, ovoga, su krenuli ponovno ideološke ratove i to je problem.

G2: Tko je otvorio, ne...

G1: Je, je, je, je.

G2: Tko je otvorio ideološke ratove? Tomislav Karamarko s kevinom jamom.

G1: Ne, ne, to je kasnije bilo.

G3: Gledajte, Helena je očito, kako bi se reklo, jedna dosljedna ljevičarka i ja...

G2: Gospodine Letica!

G3: Samo malo, pustite...

G2: Vi nemate pravo mene etiketirati. Gospodine, ja imam problema sa lijevom i sa desnom vlašću.

G4: Helena je osoba koju su inače pratile tajne službe i ima neugodna iskustva u životu.

G2: Gospodin Milanović je za mene rekao da ću biti kruha gladna.

G1: Tako je rek'o.

G2: Ja sam naprosto hrvatska građanka, vi nemate pravo meni određivati tko sam i etiketirati me.

G3: Ja ništa vam ne određujem, ja samo...

G2: Gospodine Letica, ako ja krenem etiketirati vas, ova emisija će otić' u pakao!

G4: Dobro, neće otići u pakao, neće otići u pakao. Izvolite doslovce jednu rečenicu pa da postavim sljedeće pitanje, molim vas lijepo.

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 31:07 - 31:51)

Razgovor koji slijedi nadovezuje se na prethodni, ali su drugi akteri. G1 traži od G2 da komentira prethodni razgovor na što se drugi sudionici u studiju krenu smijati zbog čega se G2 uzrujao i odgovorio strategijama: *oštar prijekor (Pa niste zanimljivi, sorry, nemojte mi, meni vam je ono, pun kufer prvo etiketiranja...), prijetnjom (Dakle, ja izađem iz ovog studija ako još netko nekome kaže da je ljevičar ili desničar.)* te ponovno *oštrim prijekorom* udarajući pri tome rukom o stol (*Mi imamo svoje stavove osobne, imamo mi svoje osobne stavove. Ako ste me pozvali, pozvali ste me jer imam stav.*) pokazavši koliko mu se nije svidio prethodni razgovor i ponašanje pojedinih sudionika. G3 mu govori da ne udara po stolu, na što G2 odgovara da hoće *jer mi je više pun kufer toga da će mi netko određivat' što mislim*. Završava strategijom *prijetnje (Na tržištu sam, zarađujem novce za sebe, nisam na ničijoj plaći. Imam pravo mislit' svojom glavom. Ako ne mogu mislit' svojom glavom u ovoj državi, mičem se odavde. Selim.)* poručujući da je nezadovoljan atmosferom i odnosima u studiju jer su neki sugovornici svojim nastupom sebe postavili u nadređeni položaj, tj. podcjenjuju druge sugovornike. Nakon prvog odgovora G2, G1 je primijetio da je uzrujan i pokušao je završiti razgovor više puta i smiriti situaciju (*Dobro; Dobro, nitko neće izaći iz studija; Tako je.; Dobro: Dobro; Dobro.*), ali je G2 nastavljao nizati neuljudne strategije dok nije izrekao sve što je htio. Može se reći da su i u ovom razgovoru neuljudne strategije opravdane jer je pojedinim sudionicima trebalo dati do znanja da je njihovo ponašanje nedopustivo te da im treba stati na kraj, tj. da granice u komunikaciji moraju postojati.

(189)

G1: Macane, kolega Macane...

G2: Što?

G1: Pa evo, sve ste slušali, što... (smijeh u studiju) Evo, evo ga, evo, evo ga, evo, evo ga...

G2: Pa niste zanimljivi, sorry, nemojte mi, meni vam je ono, pun kufer prvo etiketiranja...

G1: Dobro.

G2: Dakle, ja izađem iz ovog studija ako još netko nekome kaže da je ljevičar ili desničar.

G1: Dobro, nitko neće izaći iz studija.

G2 (lupa rukom o stol): Mi imamo svoje stavove osobne, imamo mi svoje osobne stavove. Ako ste me pozvali, pozvali ste me jer imam stav.

G1: Tako je. E, sad.

G3: Nemoj tuč', nemoj tuč'.

G2: Ali, hoću tuč'!

G1: Dobro.

G2: Jer mi je više pun kufer toga da će mi netko određivat što mislim!

G1: Dobro.

G2: Na tržištu sam, zarađujem novce za sebe, nisam na ničijoj plaći. Imam pravo mislit' svojom glavom. Ako ne mogu mislit' svojom glavom u ovoj državi, mičem se odavde. Selim.

G3: Točno.

G1: Dobro.

(Poligraf – politički grafikoni, 29. 1. 2016., 31:54 - 32:30)

c) Novinski tekstovi

Pitanje koje je G1 uputio G2 nije mu se svidjelo, tj. iz odgovora se može naslutiti da mu je isto pitanje postavljeno više puta. Iako je odgovorio, završio je iskaz neuljudnom strategijom *prijetnje* (*A odgovarat ću vam 15 puta, dok mi jezik ne zadeblja.*), tj. u neuljudnom tonu.

(190)

G1: Ali, kao što ste rekli, nezamislivo vam je da podržite Karamarkovu ili Milanovićevu vladu ako vi ne budete premijer?

G2: Ne, ja mogu podržati samo onu vladu koja će biti na tragu programa koji nudi Koalicija rada i solidarnosti. Ništa drugo. A odgovarat ću vam 15 puta, dok mi jezik ne zadeblja.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 23.)

3.2.9. Povezivanje sugovornika s negativnim aspektima

a) Televizijske emisije

G2 kritizira ponašanje jednog političara uspoređujući ga s negativnim aspektima, tj. pijancem u gostionici (...način na koji je gospodin Milanović se obraćao predsjednici i upadao u riječ je jedan onako, stvarno jedan nastup čovjeka, polupijanog u birtiji, moglo bi se tako reći. To je bilo vrlo ružno, to je stvarno bilo tako, kao negdje u nekakvoj birtiji oko ponoći kad malo kočnice popuste.). Na to se G1 obratio G3 i tražio njegov komentar na ono što je rekao G2, ali se G3 ogradio i rekao da on nije bio na sastanku te da G2 iznosi svoje dojmove na što G2 odmah reagira, tj. prekida ga strategijom oštar prijekor (*To nisu dojmovi!*). G2 neometano nastavlja govoriti pokazujući da mu tema nije zanimljiva i da nema više što komentirati, tj. da ne želi surađivati u daljnjem razgovoru.

(191)

G1: Jedan detalj još vezan za današnje pregovore na Pantovčaku, koji se pojavio u medijima, je izjava vašeg kolege gospodina Tepeša koji je na svom facebook profilu optužio tehničkog premijera Milanovića za nepristojnost.

G2: Pa on njega nije optužio, gospodin Tepeš je bio vrlo blag jer način na koji je gospodin Milanović se obraćao predsjednici i upadao u riječ je jedan onako, stvarno jedan nastup čovjeka, polupijanog u birtiji, moglo bi se tako reći. To je bilo vrlo ružno, to je stvarno bilo tako, kao negdje u nekakvoj birtiji oko ponoći kad malo kočnice popuste. Tako se gospodin Milanović danas ponašao u uredu, dakle, gore na sastanku kod predsjednice republike. Ne poštujući uopće ni nas koji smo tamo bili kao kolege, a pogotovo ne poštujući instituciju predsjednice RH.

G1 (obraća se G3): Pretpostavljam da ste u SDP-u vidjeli te optužbe ili komentare, kako god hoćete, koji su se pojavili u medijima?

G3: Ja na sastanku nisam sudjelovao tako da...

G1: Ni ne mislim tu...

G3: ... gospodin Hrg iznosi svoje dojmove, a...

G2: To nisu dojmovi!

G3: ... tako da onda ne mogu niti komentirati riječi gospodina Tepeša. Tako da, bespredmetno je.

(Otvoreno, 14. 12. 2015., 19:53 - 21:10)

b) Radijske emisije

U primjeru koji slijedi G1 povezuje sugovornikovo djelovanje i ponašanje s negativnim aspektima, tj. *vrećom rogova*. Navedenim frazemom insinuirá da je dvoličan, tj. da se s političarima druge stranke ne slaže iako javnosti prikazuje suprotno. G2 na neuljudnu strategiju odgovara kratkim iskazom ne skrivajući neslaganje (*Pa ne mogu se s time složiti.*), ali ostajući dostojanstven jer ne uzvraća istom mjerom. Iako ga je sugovornik uvrijedio svojim iskazom, njega to nije dirnulo i nije se želio spuštati na njegov nivo.

(192)

G1: Gospodine Grbin, prema vani, kad je u pitanju Domoljubna koalicija i HDZ nastupate zajedno, unutra ste, rekli bi vreća rogova.

G2: Pa ne mogu se s time složiti.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 21:52 - 22:00)

Može se primijetiti da je G1 u sljedećem primjeru izgubio kontrolu. Zamolio je za riječ uljudnom strategijom *umanjivanje nametanja*, tj. *ogradom* (*Molim vas lijepo, vas u studiju. Dobronamjerno hoću reć', dobronamjerno.*), koju je na koncu i dobio, i nitko nije očekivao da će se jako uzrujati i početi vikati, tj. da će neuljudnom strategijom *povezivanje sugovornika s negativnim aspektima* vrijeđati sugovornike (*Gospođa Puljiz, gospođa Puljiz jeste vi sigurni da nema izdajnika i hrvatskih neprijatelja koji hodaju Hrvatskom? Ima, ima, ima i tu i u studiju! Ima ih!*). Njegova su

vika i uzrujanost sugovornicima bili smiješni, osim G2, tj. voditeljici, koja ga odmah prekida oštro osudivši takvu komunikaciju nazvavši ju mržnjom. G3, tj. osoba kojoj se G1 obratio, iskazuje neslaganje s G1 ostajući pri tome smiren, tj. ne upušta se u daljnje rasprave i vrijeđanje.

(193)

G1: Molim vas lijepo, vas u studiju. Dobronamjerno hoću reć', dobronamjerno.

G2: Dobro, ali kratko vas molim.

G1: Gospođa Puljiz, gospođa Puljiz jeste vi sigurni da nema izdajnika i hrvatskih neprijatelja koji hodaju Hrvatskom? Ima, ima, ima i tu i u studiju. Ima ih.

G2: Završavamo razgovor, završavamo razgovor, evo to je ta, to je ta mržnja.

G3: Za mene je izdajnik svatko tko je ukrao naš, tko je kršio hrvatske zakone. Oni koji su nas opljačkali, to su za mene grozni izdajnici. Mislim. Ali na kraju krajeva o čemu mi pričamo. Ne postoji više, a a kazneno djelo izdaje uopće u hrvatskim zakonima.

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 47:01 - 48:20)

G1 u sljedećem primjeru uzrujanim tonom kritizira sugovornika (*Gospodine Letica, vi uzmete sebi pravo etiketirati, a kada se tome suprotstavite, vi onda a, a, kažete da je riječ o zapjenjenosti.*) i naziva ga *manipulatorom* jer prepoznaje manipulativan ton (*Vi ste jedan manipulator i služite se istim metodama k'o gospodin Karamarko.*). G2 na iskaz G1 iz pozadine više šest puta *to* (*To, to, to, to, to, to!*), smije se i na taj način pokazuje da nema poštovanja, niti prema osobi koja govori niti prema osobi o kojoj se govori, te da ga zabavlja verbalni sukob koji je u nastajanju i da navija za njega. G3 oštrim prijekorom prekida takvu komunikaciju jer vidi da su sugovornici pretjerali.

(194)

G1: Gospodine Letica, vi uzmete sebi pravo etiketirati, a kada se tome suprotstavite, vi onda a, a, kažete da je riječ o zapjenjenosti. Vi ste jedan manipulator i služite se istim metodama k'o gospodin Karamarko.

G2 (u pozadini): To, to, to, to, to, to!

G3 (G2 se smije u pozadini): Molim vas, molim vas! E, sad zaista moram prekinuti, moram ovo zaista prekinuti. Ne samo što će nas vrijeme prekinuti, možete nastaviti nakon emisije.

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 49:34 - 49:50)

c) Novinski tekstovi

Na pitanje koje mu je G1 postavio u primjeru niže G2 nije želio odgovoriti pa je neuljudnim iskazom pokazao koliko mu je pitanje zasmetalo. U svom, pomalo misterioznom odgovoru, spominje Josepha Goebbelsa (*To pitajte Josepha Goebbelsa, na tome bi vam i on pozavidio. To je iz njegove kovačke radione.*), tj. njemačkog političara i velikog obožavatelja Adolfa Hitlera, s namjerom da uvrijedi sugovornika jer ga na neki način uspoređuje s njim. Usput ga i ismijava navodeći da bi mu *na tome i on pozavidio*.

(195)

G1: Od postavljanja braniteljskog šatora u Savskoj 66 postoje špekulacije da je to bilo povezano s vašim uhićenjem. Kako to komentirate?

G2: To pitajte Josepha Goebbelsa, na tome bi vam i on pozavidio. To je iz njegove kovačke radione.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 23.)

U sljedećem je primjeru G2 oštro osudio djelovanje jednoga političara te ga je nazvao *sveopćim zlom*.

(196)

G1: Kako vidite Putina u odnosu prema Ukrajini, ali i njegovu sve veću ulogu u vanjskoj politici, posebno kada su u pitanju Sirija i takozvana Islamska država?

G2: Putin je danas utjelovljenje sveopćeg zla. On se suprotstavio cijelom svijetu koji razmišlja, a svoje sugrađane Ruse okrenuo je protiv cijeloga svijeta. Zato on mora biti smijenjen i osuđen pred međunarodnim sudom.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 65.)

3.2.10. Omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika

a) Televizijske emisije

Za strategijom *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* poseže G1 kada komentira jednog političara (*... jer očito 12 sati je maksimum koji on može držat' riječ*) kako bi

istaknuo da je nesposoban, tj. glup, i da ne zna raditi svoj posao. U njegov se iskaz ubacuje G2 koji kratkim *Da* iskazuje slaganje zbog kojega je G1 drago, a to pokazuje kratkim *Evo*, u značenju *vidite da je istina i da je tako*, a zatim nastavlja kritizirati djelovanje političara, tj. poseže za drugom neuljudnom strategijom.

(197)

G1: Ono što je gospodin Karamarko jučer najavio nije se dogodilo jer očito 12 sati je maksimum koji on može držat' riječ. Dakle, mi smo napravili ono na što smo se obvezali. HDZ je mogao reći da oni podržavaju. Ja sam siguran da je gospodin Karamarko digao se i rekao da Domoljubna koalicija podržava gospodina Podolnjaka da bi gospodin Podolnjak tada prihvatio kandidaturu, da bi mi danas... (gleda u G2).

G2: Da.

G1: Evo. Da bi mi danas imali konstituiran hrvatski sabor i da ne bi trošili vrijeme i energiju hrvatskog naroda na ovo prepucavanje. A to se nije dogodilo.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 16:33 - 17:02)

Sljedeći je razgovor zanimljiv jer se izmjenjuju strategije negativne uljudnosti i strategije neuljudnosti. Razgovor započinje G1 postavljanjem pitanja G2 koji odgovora strategijom negativne uljudnosti, tj. *ogradama*, a koja se prepoznaje u izrazima *ja ne znam; pa gledajte, treba preispitati, vidjeti; Ja ne znam sutra kad se počne raditi što ima, što nema*. Nakon ograda daje konkretan odgovor, kojim G1 nije zadovoljan, pa se ubacuje i prekida G2 strategijom *ometanje sugovornika*, preispitujući izrečeno. Tek što je G2 počeo govoriti, G1 ga prekida te ga omalovažava i podcjenjuje želeći reći da je nesposoban, tj. da je ono o čemu govori nemoguće, i da ne iznosi gluposti (*Pa vama treba čarobni štapić*). Unatoč tome, G2 iz trećeg pokušaja pokušava odgovoriti na pitanje i objasniti svoju misao, ali G1 je uporan sa svojim upadicama i ne sluša ga što govori, ne pokazuje interes, prekida ga, ismijava i postavlja više pitanja odjednom, a sve s ciljem kako bi ga ocrnio, ismijao, kako bi naglasio njegovu nesposobnost te kako bi kritizirao njegov rad. G1 je postavio još jedno pitanje, a sve što je G2 uspio reći je: *Ali vidite...* jer ga je G1 po četvrti put prekinuo. Ovaj je put G2 tražio vrijeme kako bi odgovorio na pitanje (*Samo da odgovorim na ovo pitanje*), tj. da ga se ne prekida, strategijom negativne uljudnosti *umanjivanje nametanja*. Od samoga je početka razgovora G1 želio dominirati u komunikaciji te njegova pitanja nisu bila u

funkciji pitanja, nego provokacije, ali G2 je unatoč neuljudnim napadima ostao dostojanstven i uljudan, tj. nije se dao isprovocirati.

(198)

G1: Vaš kolega s fakulteta, Lovrinčević, je rekao da nevladinom sektoru se može uzeti milijarda, dvije kuna?

G2: Pa gledajte, sve treba preispitati. Ja ne znam sutra kad se počne raditi što ima, što nema. Treba preispitati, vidjeti. Ali sada da skratim. Ja mislim da bi negdje oko 10 milijardi kuna bilo realno moguće napraviti, a da ono što javnost najviše zanima je li, bez rezanja plaća u javnom sektoru.

G1: Znači bez rezova smanjiti deset milijardi kuna?

G2: Gledajte, pa ja sam rekao...

G1: Pa vama treba čarobni štapić.

G2: Ovo su rezovi, pazite. Deset milijardi pa to su strašni rezovi. Zašto...

G1: Je li problem što ne kontrolirate Narodnu banku?

G2: Ali vidite...

G1: Ona ima autonomiju u ovom činu.

G2: Samo da odgovorim na ovo pitanje.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 9:05 - 9:45)

Vrlo dobar primjer ove strategije ogleđa se u iskazu G1 koji ismijava svoje kolege političare ne skrivajući koliko mu nisu dragi (*...nismo mi Nostradamusa unijeli u politički sustav kao relevantnu osobu, to su unijele kolege iz HDZ-a...*).

(199)

G1: Kako ćete sutra objasniti da vam treba još nekoliko dana? Što će biti vaš argument?

G1: Najprije će objasniti oni koji budu išli gore. Ne bih ja pretpostavljao što će biti sutra, nismo mi Nostradamusa unijeli u politički sustav kao relevantnu osobu, to su unijele kolege iz HDZ-a tako da oni mogu pretpostavljati što hoće.

(Otvoreno, 21. 12. 2015., 35:33 - 36:06)

U primjeru koji slijedi pitanje koje je postavio G1 odnosilo se na G2, ali G3 je prekinuo G2 čim je počeo govoriti i odgovara umjesto njega kritizirajući rad njegove stranke (*Trebali su davno bit' kak' su rekli.*) što se G2 nije svidjelo te mu odgovorom nije ostao dužan (*Nemojte se vi brinuti za HDZ.*). G3 ga dalje izaziva svojim iskazom na koji se nadovezuje G4 koji iskorištava napetu situaciju kako bi se zabavio i izbacio iz takta G2 (*To je lijepo, vidite da je moguće zajedništvo.*). G2 se vidno uzrujao te svoj iskaz završava strategijom *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje* G3 (*Bri, brinite se vi više za SDP jer SDP se raspada...*).

(200)

G1: Ima li u HDZ-u naznake izbora po principu jedan čovjek, jedan glas?

G2: U HDZ-u...

G3: Trebali su davno bit' kak' su rekli.

G2: Nemojte se vi brinuti za HDZ.

G3: Samo, samo pazim na vaš statut kad vi pazite na naš.

G4: To je lijepo, vidite da je moguće zajedništvo.

G2: Bri, brinite se vi više za SDP jer SDP se raspada, a HDZ je vrlo monolitan. Ovaj što se tiče...

(Otvoreno, 21. 12. 2015., 44:05 - 44:35)

b) Radijske emisije

U sljedećem je primjeru G1 uzeo maha i nadugačko i naširoko, s velikim žarom, kritizira te omalovažava, podcjenjuje i ismijava jednog poznatog političara, govori dosta nepovezano i s greškama jer mu je cilj u što kraćem vremenu navesti što više negativnih činjenica vezanih uz njega. Neke riječi posebno naglašava, a druge ponavlja, opet kako bi ih naglasio, a sve s ciljem ismijavanja i kritike. Doza ismijavanja može se iščitati i u njegovu glasu koji zvuči poput

karikiranja. Na njegovu kritiku G2 (voditeljica) odgovara neslaganjem, tj. želi reći da nije u potpunosti u pravu, ali se G1 odmah ubacuje i prekida ga, a G2 izrazima *Dobro, dobro* pokušava zaustaviti prekidanje, ali se G1 ne da omesti i nastavlja govoriti, tj. želi dokazati da je u pravu. G2 po drugi put govori *Dobro, dobro* i postavlja novo pitanje o političaru o kojemu je bilo riječi, a G1 ga na slikoviti način omalovažava, podcjenjuje i ismijava neuljudnom strategijom.

(201)

G1: To je kopernikanski obrat koji je napravio Milanović, isključivo zbog toga da zadrži svoju dragocjenu fotelju, iz nikakvog drugog razloga, jer mu je postalo jasno da su se Most i HDZ, zapravo, su dogovorili i imaju zajedničke platforme i imaju vrlo slične ideje u reformama, da će u reformama postaviti vladu bez, ovaj SDP-a i njihove koalicije, i omilila mu se vlast i naravno nije to htio pustiti. To učiniti nakon svega onoga što je rekao je zapravo toliko nevjerodostojno da nitko više ne može vjerovati. Niti ljudi iz Mosta mu ne mogu vjerovati jer ih je tol'ko izvrijeđao, niti iz HDZ-a ljudi ne mogu vjerovati da on iskreno više misli, niti građani mogu više vjerovati da iskreno misli, dakle, SDP i njihova koalicija kad kažu da sad žele razgovarati o programima i sve skupa. Pa sjetimo se priča o programima, pa oni su upravo ismijavajući, ismijavajući reforme sebe reklamirali. Sjetimo se onih velikih mega plakata (kašalj) na kojima je u prvom planu an fas bio gospodin Milanović koji je nudio, ne znam fantastičnu uspješnu Hrvatsku koju su oni eto ostvarili. Građani znaju jako dobro kako dobro žive. A s leđa je bio slikan gospodin Karamarko s ogromnim škarama jer on će kao rezati i raditi reforme. I dakle reforme su nešto što valja ismijati pa valjda sprdnju napraviti oko toga itd. Pa prema tome, oni su bili protiv reformi, zagovarali su cijelu svoju kampanju protiv reformi, a sad kad su vid'li da i HDZ i Most žele reforme, onda, naravno, su zbog svojih fotelja odlučili malo drugačije.

G2: Dobro, no prije replike, činjenica je da je i HDZ želio premijera i da gospodin Karamarko nije potpuno odustao iako je dao mogućnost da to ne bude on, naravno da svaka stranka...

G1: Od samog početka, od samog...

G2: Dobro, dobro.

G1: ...početka je to bilo vrlo jasno s naše strane.

G2: Dobro, dobro. Ali želi li Milanović zapravo dokazati kako neki kažu, evo iz SDP-a i neki drugi analitičari da je Most projekt HDZ-a? Dakle, želi li on tim povratkom u igru dokazati kako kažu da je Most projekt HDZ-a?

G1: Gledajte, ja mislim da je Milanović kao čovjek koji je došao na kolodvor i vidi da vlak kreće i odlazi i onda razmišlja da li da kupi kartu ili ne kupi kartu, ali pogleda u kupe i veli u tom kupeu sjede ljudi koji su meni potpuno neprikladni, ja njih ne trpim, ja s njima ne mogu tri riječi progovoriti itd., ja neću kupiti kartu za taj vlak. Onda se vrati i kad čuje da nema sljedećeg vlaka onda najedamput počne trčati za tim vlakom i baca se u vagon. To je to.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 14:53 - 16:55)

Govornici u razgovorima ne prežu pred verbalnim sredstvima kako bi pokazali da sugovornik nije u pravu. Neuljudnim strategijama odbacuju navode koji im se pripisuju, a u isto vrijeme pokušavaju okaljati drugog sugovornika. Strategija obrani sebe, okaljaj drugoga može se vidjeti u primjeru koji slijedi. Sugovornici se ne slažu u temi dodjeljivanja hrvatskog državljanstva iz čega proizlaze strategije *uvrede te omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje*. G2 je isprovociran pitanjem G1 što se može iščitati u uzrujanom odgovoru i karikiranju: *Daj, daj, daj, privest ćemo ga, zarobit', ispitivat' deset dana i onda presudit. Dajte, molim vas, nemojte vulgarizirati*. Želi reći da je G1 smiješan, tj. da su mu komentari i pitanja glupi.

(202)

G1: Ali mene zanima kako ćete vi to procijenit? Dal' ćete vi svakog staviti na nekakav test hrvatskog identiteta?

G2: Daj, daj, daj, privest ćemo ga, zarobit', ispitivat' deset dana i onda presudit. Dajte, molim vas, nemojte vulgarizirati.

(Poligraf – politički grafikon, 8. 1. 2016., 31:24 - 33:09)

U razgovorima govornici veoma često nastoje prikazati svojega sugovornika glupim. Tako u primjeru niže G1 započinje govor neiskrenim markerima navodeći da je gost u emisiji zanimljiv, a zapravo misli suprotno (*A interesantan mi je ovaj vaš gost gospodin Tepeš, jel' tako?*). Zanimljivo je da se nije izravno obratio osobi koju komentira i njoj uputio svoj iskaz, nego voditeljici, tj. G1,

kako bi njegov govor bio dramatičniji te kako bi još više naglasio svoj ironičan stav. Nastavlja sa strategijom *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje* ne štedeći sugovornika i njegove istomišljenike. Želi ih prikazati kao glumce, lašce i manipulatore, tj. da se prave glupima (*Oni ništa ne znaju, oni nisu pročitali, oni nisu čuli. Pa ja ne znam šta je ovo.*).

(203)

G1: A interesantan mi je ovaj vaš gost gospodin Tepeš, jel' tako?

G2: Da.

G2: A i ne samo on već i još neki koji su se sinoć pojavili na Dnevniku. Oni ništa ne znaju, oni nisu pročitali, oni nisu čuli. Pa ja ne znam šta je ovo.

(Poligraf – politički grafikon, 22. 1. 2016., 40:39 - 41:56)

c) Novinski tekstovi

Sljedeći su primjeri odlični primjeri ove strategije u kojima se osim strategije *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* nižu uvredljive riječi kako bi se osobe o kojima je riječ što je više moguće prikazale u lošem svjetlu.

U sljedećem se primjeru govornik potrudio što slikovitije prikazati osobe o kojima je riječ u negativnom svjetlu pri čemu se osjeća određena doza gađenja. Svoje nezadovoljstvo započinje strategijom *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad (I eto, tek što smo se oporavili od predsjedničkih, već stižu parlamentarni, a onda će i lokalni – da ti pozli od silne demokracije za koju smo se tako grčeviti borili.)*, zatim slijedi strategija *otvoreno isticanje duga (Ne znaš je l' gore gledati i slušati one iste od prije dvadeset godina, o kojima sve znaš i koji su u međuvremenu namirili potrebe uže i šire familije...)*, a vrhunac neuljudnosti postiže strategijom *omalovažavanje, ismijavanje i podcjenjivanje sugovornika (... ili ove mlade lavove koji riču iz svojih jazbina u provinciji, lokalne moćnike u talu s opskurnim tajkunima, stranačke nade namontirane u Chanel, Vuitton, Pradu, Givenchy i sve te marke koje se osobito cijene izvan metropole, željne vlasti, slave, medija i para...)*.

(204)

I eto, tek što smo se oporavili od predsjedničkih, već stižu parlamentarni, a onda će i lokalni – da ti pozli od silne demokracije za koju smo se tako grčeviti borili. Ne znaš je l' gore

gledati i slušati one iste od prije dvadeset godina, o kojima sve znaš i koji su u međuvremenu namirili potrebe uže i šire familije i naučili nositi odijela, jednobojne kostime do koljena, rezati nokte, pristojno se šišati i čistiti cipele, ili ove mlade lavove koji riču iz svojih jazbina u provinciji, lokalne moćnike u talu s opskurnim tajkunima, stranačke nade namontirane u Chanel, Vuitton, Pradu, Givenchy i sve te marke koje se osobito cijene izvan metropole, željne vlasti, slave, medija i para.

(*Nacional*, 3. 11. 2015., broj 914, str. 24.)

Govornik u sljedećem primjeru započinje iskaz dostignućima znanstvenika koji su poslužili kao uvertira za niz neuljudnih strategija koje slijede, a odnose se na jednoga političara. Neuljudnost započinje neprimjerenim sarkastičnim markerima kada navodi da bi mu dostignuća znanstvenika pomogla (*Ovo bi moglo pomoći Ivi Josipoviću.*), a kasnije u iskazu još jednom poseže za ovom strategijom kada pokazuje empatiju, naravno neiskrenu (*Kičma mu se skroz potrošila. Žalosno je gledati u kakvom je stanju.*). Naziva ga *kišnom glistom* (*Okolo se k'o kišna glista uvija oko svih stranaka ne bi li se ogrebao za Sabor.*) te ga ismijava (*Možda bi mu u Rijeci mogli u 3D tehnicu izraditi barem deset plastičnih pršljenova. Za početak da se manje uvija. A s vremenom i ostala 23. Ipak treba dosta truda da se od kišne gliste napravi kralježnjaka.*) bez imalo takta i brige o obrazu. Zapravo, brine, ali da ga što više okalja.

(205)

Doktor u Rijeci u suradnji sa znanstvenicima zagrebačkog Fakulteta strojarstva i brodogradnje postigli su svjetski uspjeh. Pacijentu su uspješno ugradili plastični kralježak. Napravljen uz pomoć 3D printera. Svaka čast. Ovo bi moglo pomoći Ivi Josipoviću. Okolo se k'o kišna glista uvija oko svih stranaka ne bi li se ogrebao za Sabor. Kičma mu se skroz potrošila. Žalosno je gledati u kakvom je stanju. Možda bi mu u Rijeci mogli u 3D tehnicu izraditi barem deset plastičnih pršljenova. Za početak da se manje uvija. A s vremenom i ostala 23. Ipak treba dosta truda da se od kišne gliste napravi kralježnjaka.

(*Globus*, 11. 9. 2015., broj 1292, str. 4.)

G1 u primjeru koji slijedi želi ukazati G2 da je pretjerao s uvredljivim riječima u svojoj pjesmi o jednoj poznatoj manekenki (*Ne bojite se da bi vas mogla tužiti?*), ali G2 u tome ne vidi nikakav problem te se nastavlja zabavljati nižući neuljudne strategije, tj. *upotreba neprimjerenih markera*

(*Mislim da bi ona bila ponosna da to čuje i vidi.*) i omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika (*Čuo sam da nabavlja janjetinu pa eto... To je slika koju sam zamislio i dosta je realna.*).

(206)

G1: U vašem najnovijem singlu „Mače“ Anicu Kovač ste smjestili u zanimljivo društvo: „Ljubav. Vjera. Domovina. Novac. Meso. Oružje. Anica Kovač. Obitelj. Čačkalica. Konac. Pljačka.“ Pritom ste je u spotu prikazali kao Djevicu Mariju. Ne bojite se da bi vas mogla tužiti?

G2: Pa zašto bi me tužila? Pa ne može bolje od toga. To je najljepše moguće društvo i slika. Mislim da bi ona bila ponosna da to čuje i vidi. Čuo sam da nabavlja janjetinu pa eto... To je slika koju sam zamislio i dosta je realna.

(*Nacional, 1. 12. 2015., br. 918, str. 69.*)

Ponekad se govornici prepuste neuljudnim strategijama u razgovorima pa se stječe dojam kao da se zabavljaju dok ih upotrebljavaju. Već se u prvoj rečenici sljedećeg primjera može razaznati da govorniku navedeni političar nije mio jer uvredljivim riječima komentira njegov vanjski izgled nazivajući ga *neizlječivo autističnim velikim vođom s malim ustima (...neizlječivo autistični Veliki vođa s malim ustima Tomo Karamarko)*. Nakon uvoda slijedi ismijavanje, koje je prisutno u svakoj riječi, vrlo lako barata s uvredljivim riječima i neuljudnošću, ne štedi ga, a iz svega navedenog proizlaze negativne konotacije koje mu pripisuje.

(207)

S druge strane, neizlječivo autistični Veliki vođa s malim ustima Tomo Karamarko, uz gromoglasnu pjesmu „Do pobjede“, ulijeće uz arlaukanje najavljiivača na okićenu plavu pozornicu sa svim svojim satelitima, među HDZ-ovu mladunčad koja lamaće zastavama i balonima i opet se obraća samo svojim. Mrmlja nešto o tome da je 63 veće od 51, pa više o pobjedi u koju ni sam baš nije uvjeren, suprotnoj strani poručuje da je već prošlost i zaboravlja čestitati Mostu koji mu treba k'o ozeblom sunce.

(*Nacional, 17. 11. 2015., broj 916, str. 5.*)

Kada sugovornici postavljeno pitanje smatraju glupim, umjesto da odgovore na njega, bez susprezanja to daju do znanja ismijavajući svojega sugovornika (glupo pitanje - glup sugovornik): *Gledate iz jako uskog konteksta.; To je kao da me pitate je li demokracija tolerantnija od pseudodemokracije ili od tiranije.*

(208)

G1: Treba li se ministar turizma hvaliti s otvaranjem 25 novih tijela s obzirom da su možda tek dva, tri iz državnog kataloga?

G2: Gledate iz jako uskog konteksta.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 9.)

(209)

G1: Koliko je Hrvatska danas netolerantno društvo? Vidite li dugoročnu opasnost u pojavama poput kukastog križa na Poljudu?

G2: To je kao da me pitate je li demokracija tolerantnija od pseudo demokracije ili od tiranije.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 92.)

3.2.11. Zauzimanje sugovornikova prostora

b) Radijske emisije

Sljedeći je verbalni okršaj u radijskoj emisiji odličan primjer neuljudne komunikacije u kojoj sugovornici izmjenjuju više neuljudnih strategija, a strategijom *ometanje sugovornika*, tj. prekidanja, prožet je cijeli razgovor. Od samoga se početka razgovora sugovornici ubacuju jedan drugome u riječ, govore istovremeno, a sve s ciljem zauzimanja dominantnosti te prikazivanjem drugoga kao lašca. Kada jedan počne govoriti, drugi se ubacuje i iskazuje neslaganje. Odmah na samom početku razgovora G2 iskazuje neslaganje ponavljajući dva puta rječicu *ne*. Zatim njega prekida G1 i oštrim prijekorom kritizira djelovanje njegove stranke (*Ne, ali ako ćete po etnicitetu, to vam je apsolutno nedopustivo.*). Nakon toga se G2 očajnički bori za riječ ponavljajući riječi *pliz* dva puta (*Ne, ne, čekajte samo malo, pliz, pliz!*), što je neuobičajen izraz za komunikaciju u kojoj sugovornici nisu bliski niti imaju simpatije jedan prema drugome. G1 ne posustaje i opet prekida

G2 na što isprovociran, uznemireno povišenim glasom, vrši pritisak na G1 i želi ukinuti njegovu slobodu mišljenja. Svojim je postupkom naštetio obrazu G1 jer je prešao granicu, čega je G1 svjestan, te mu je izrazom *Samo ja mogu reći koga osuđujem* to jasno dao do znanja. Unatoč tome G2 ne posustaje, vrši pritisak i stvara neugodnu atmosferu, povisuje glas i opet traži javno očitovanje G1 (*Ajde recite javno, ajde recite!*). G1 ponovno počinje govoriti, ali G2 po treći put poseže za neuljudnom strategijom *zauzimanje sugovornikova prostora*, tj. traži javno priznanje i prelazi granicu uljudnosti: *Pa evo recite sad, evo sad je prilika u javnosti recite*. Nije brinuo o sugovornikovu obrazu pa ni onda kada je upozoren da je granicu odavno prešao. U nastavku se može vidjeti tijek cijeloga razgovora.

(210)

G1: ...Oni koji imaju hrvatsko državljanstvo imaju uvjete upisa kao i svi drugi hrvatski državljani bez obzira dal' žive trenutno...

G2: Ne, ne, al' nije samo pitanje hrvatskog državljanstva, mi imamo...

G1: Ne, ali ako ćete po etnicitetu, to vam je apsolutno nedopustivo.

G2: Ne, ne, čekajte samo malo, pliz, pliz!

G1: Ne možete reć' samo Hrvati...

G2: 'Ajde recite to, oprostite, recite to isto Izraelu ili Irskoj. Recite javno da vi osuđujete jednu i drugu zemlju zato što to čini. Osim toga, gledajte, mi nemamo...

G1: Samo ja mogu reći koga osuđujem!

G2: 'Ajde recite javno, ajde recite! I ako se vi zalažete za nekakav humani pristup i tako dalje, i ako se zalažete za sve, pa koja je razlika između, dakle, tih osoba koje imaju državljanstvo i nemaju državljanstvo, a imaju određeni hrvatski identitet izražen. Objasnite mi to. A rekli ste da dolazite iz kućnoljudskih prava.

G1: Da, pa ne, moje je samo pitanje da li...

G2: Pa evo recite sad, evo sad je prilika u javnosti recite.

(Poligraf – politički grafikoni, 8. 1. 2016., 31:24 - 33:09)

c) Novinski tekstovi

U sljedećem primjeru G1 započinje razgovor o osjetljivim temama, a da je prešao granicu, razaznaje se u uzrujanom odgovoru G2. G1 navodi detalje iz privatnog života G2 zbog čega ga G2 prekida i odgovara mu otresito i uvrijeđeno neuljudnim strategijama *oštar prijekor* i *izazovi* kako bi pokazao da to nije u redu: *Ne znam točno zašto je zanimljiva moja privatnost, možda kao psihijatrijsko traženje korijena mog djelovanja?*

(211)

G1: Ne zna se mnogo o vašem privatnom životu. Uspjela sam pronaći da ste rođeni u Sloveniji, a odrasli u centru Zagreba, na adresi Ilica 47, da ste podrijetlom iz obitelji zidara, da su među prvim vašim projektima bile gastarbajterske kuće u Njemačkoj i da ste oba sina školovali u Americi...

G2: Ne znam točno zašto je zanimljiva moja privatnost, možda kao psihijatrijsko traženje korijena mog djelovanja?

(Globus, 11. 9. 2015., broj 1292, str. 96.)

3.2.12. Otvoreno isticanje duga

U a) televizijskim i b) radijskim emisijama nema potvrđenih primjera strategije *otvoreno isticanje duga*.

c) Novinski tekstovi

Jedan je primjer ove strategije zabilježen u novinskim tekstovima, a prepoznaje se u izrazima u kojima govornik ne šteti jednoga političara te bez susprezanja otvoreno iznosi njegov dug, tj. da se *kiti tuđim perjem*:

(212)

Vlada koja nema vlastitih podviga, kiti se tuđima. U zalog svojoj pobjedi stavlja tuđi rad. Milanović je došao pred nečije pogone s namjerom da sebe i svoju vladu sakrije iza nečijih poslovnih rezultata koji su nastali uz nečiji rizik, nečiji trud, nečiji novac, nečiju pamet, i vrlo vjerojatno unatoč svoj sili birokratskih i drugih prepreka koje nije uspjela otkloniti – njegova vlada.

(*Globus*, 11. 9. 2015., broj 1292, str. 7.)

3.2.13. Kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad

a) Televizijske emisije

U primjeru niže G1 obraća se G2 te kritizira njegove postupke s velikim žarom. Za to vrijeme G2 gleda u prazno ispred sebe, iako sjedi pored njega i iako se kritika odnosi na njega. Zanimljivo je da ni G1 ne gleda u G2, a obraća mu se imenom te komentira njega i njegove postupke, iz čega se može zaključiti da ne postoji ni minimuma poštovanja među njima te da je sugovornikov obraz povrijeđen. Budući da G2 nije reagirao, niti uljudno, niti neuljudno, nije proturječio, tj. nije se branio, G1 je nastavio s kritikom. Govori uzbuđeno, ponovno se obraća G2, ali on ni ovaj put ne reagira, mirno sjedi i šuti, ne prekida ga i ne pokazuje nikakve znakove da ga navedena kritika dira ili uznemirava. Ovaj je put G1 kritiku započeo izrazima *Ja ne sumnjam da ste vi čestito igrali...* i može se činiti kao da G1 želi ublažiti kritiku, odnosno pokazati da postoji određeni stupanj poštovanja, tj. razumijevanja koje ima prema G2, ali to se ne može sa sigurnošću znati jer njegovi prijašnji iskazi pokazuju suprotno. Nakon nekog se vremena uključuje G2 te objašnjava svoje viđenje situacije i tek nakon treće rečenice počinje gledati u G1, kojemu njegov komentar nije promijenio mišljenje, ostaje pri svome, a izrazom *nevjerojatno je da niste reagirali* daje do znanja da njegov postupak oštro osuđuje. Ovaj se put G2 ubacuje odmah, odnosno poseže za strategijom *ometanje sugovornika* te izrazom *Niste u pravu, gledajte* poručuje da se ne slaže, a izrazom *Ne razumijete jednu stvar* neuljudnom strategijom *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* poručuje mu da se ne petlja u nešto što ne zna kako funkcionira. U isto vrijeme govori i G1 koji opet kritički napada i osuđuje njegov postupak (*Zašto ste dopustili to cijelo to vrijeme?*). G2 se ponovno povlači, zamuckuje i pokušava objasniti (*Aaaa, 55 kandidata je , aa, aaa minimalna potpora koju morate imati.*), ali G1 ne posustaje i vrši pritisak, osjeća se nervoza i ljutnja u glasu, a u glasu G2 nemoć, te poseže za neuljudnom strategijom *izazovi* kao vapaj očajja, tj. postavlja pitanje o svojim pravima: *Zato što nas pet onako, mislim kaj, nas pet nisu u tom važni?* G1 sliježe ramenima, razmahao se rukama, posprdno se smije, iznenađen je iskazom G2, odnosno njegovi su mu odgovori i objašnjenja smiješni. Tijekom cijeloga je razgovora G1 bio dominantan i napadački raspoložen, postavio se u nadređeni položaj u odnosu na G2 te ga neprestano kritizira i ismijava. Stječe se dojam da G2 nije ugodno u razgovoru, da se ne snalazi i da se pokušavao

povući i prekinuti interakciju s G1, ali nije mu uspijevalo. Zaključio je da G1 neće odustati ako ne iznese svoju obranu pa je to i učinio.

(213)

G1: Moje pitanje gospodinu Podolnjaku glasi: Zašto u trenutku kada je gospodin Leko rekao imamo kandidata s 55 zastupnika nije prekinuo tu muku, ustao se i rekao: „Čekajte, Vi imate podršku za moje ime samo 55 ljudi. To ne odgovara našim stajalištima, momentalno me skidajte kao kandidata“. Vi ste nakon toga imali reakciju gospodina Glavaša, reakciju gospodina Petrine, dakle, prva runda, gospodin Podolnjak šuti, drugi poziv Petrine: očitujte se, šuti. Treći put tek kada se, čini mi se, javio predsjednik sabora, onda vi kažete ako uistinu nema, a notorno je da nema potpisa HDZ-a, ja bih onda ipak.

Nastavlja:

G1: Ja ne sumnjam da ste vi čestito igrali, ali ako je opcija bila da vas se predloži isključivo s podrškom SDP-a i HDZ-a, kako se dogodilo da se pojavi list (maše komadom papira da demonstrira) u saboru na kojem je vaše ime s 55 zastupnika, a da vi promptno ne reagirate i prekinete, i prekinete i prokažete onoga tko je cijelu priču zakuhao na način mimo dogovora vas, mimo dogovora Mosta i mimo svega onoga što ste vi i gospodin Petrov govorili.

G2 (odgovora nakon nekog vremena): Moram reći da sam ja smatrao i smatram i dalje da je stanka morala biti odobrena. Daaa ne vjerujem u te proceduralne smicalice da se ne može odobriti stanka u takvom važnom trenutku. Dakle, odlučivanja (kima glavom lijevo desno) prilikom konstituiranja, da je zapravo onemogućena (počinje gledati u G1) određena rasprava o svim mogućim preduzima. Dakle, mi bismo tada vidjeli tko je predložen, da li iza toga postoji konsenzus. Kada bismo vidjeli da ne postoji, ja bih normalno rekao da otklanjam kandidaturu. Ne bih bio zatečen na taj način. Mislim da je trebalo odobriti stanku i mi bismo je tražili da to nije učinjeno prije.

G1: Ali kad je gospodin Leko rekao da je samo 55 vas podržava, nevjerojatno je da niste reagirali. Čekajte, zašto samo 55? Dakle, ni predstavnici Mosta nisu na tom popisu.

(Govore istovremeno):

G2: Niste u pravu, gledajte. Ne razumijete jednu stvar.

G1: Zašto ste dopustili to cijelo to vrijeme?

G2: Aaaa, 55 kandidata je, aa, aaa minimalna potpora koju morate imati. To je jedan trećina zastupnika.

G1 (ubacuje se): Zašto MOST-a nema na tom popisu?

G2: Zato što nas pet onako, mislim kaj, nas pet nisu u tom važni?

G1: Pa nema veze, pa bilo bi pa to sumnja na to kao da ste vi sa SDP-om igrali kad nema Mosta na popisu?

G2: Gospodin Mlakar je mogao u ime zastupnika koa, Domoljubne koalicije reći: „Mi smo suglasni s prijedlogom koji je već potpisan od 55 zastupnika i mi ćemo glasati za.“

G1 (maše rukama i posprdno se smije): Pa valjda bi vam to dojavili, pa nije to, pa to je biranje predsjednika sabora..

G2: Hoću reći da mi nismo tu informaciju dobili. Oni su došli s kluba zastupnika. I mi doista to nismo znali.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 6:08 - 10:14)

Kao i u prethodnom primjeru, u razgovoru koji slijedi sudjeluju dva sugovornika među kojima se osjeća velika netrpeljivost. Tako na samom početku razgovora G1 upućuje kritiku G2 (*Da je bio u interesu fokus tih građana, onda bi se rješavalo na početku mandata, a ne na kraju mandata.*), ali ne gleda u njega nego u voditelja i samo je u jednom trenutku pogledao u njega kako bi mu poručio da se njemu obraća. Na kritiku je G2 odmah reagirao kratko i jasno (*Rješavalo se više puta*), nimalo uzrujan. G1 nastavlja s kritikom i gleda u sugovornika te neuljudnom strategijom *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje* posprdno komentira nesposobnost G2 jer ne zna raditi svoj posao (*... jer ti ljudi su trebali čekati sve te godine da se netko sjeti rješavat taj problem, a kad ga je uhvatio se rješavat, onda ga je riješio na način da još i dalje upitnik nad glavom visi.*) i tada pogled skreće s njega jer je svjestan da ugrožava njegov obraz. Pokazivanjem upitnika iznad glave teatralno naglašava sve što je rekao. G3, odnosno voditelj, prekida ih pitanjem, ali ne stječe se dojam da je neuljudan, više da želi ubrzati komunikaciju, tj. dovesti ju do vrhunca. G2 bez

susprezanja odgovara da za njih nema upitnika poručujući da se ponovno ne slaže s kritikom te ne ostaje dužan i upućuje kritiku G1 koju započinje izrazom *žao mi je* u sarkastičnom tonu (... *a meni je žao da vi kao predstavnik buduće vlade, da kao predstavnik buduće vlade evo javno, na televiziji zagovarate model koji bankama najviše odgovara, a to da Hrvatska izgubi taj spor.*). U ovom dijelu razgovora dolazi do obrata jer riječ preuzima G2. Na njegovu kritiku G1 odgovara kratkim *Ne*. G2 nastavlja s kritikom, G1 odgovara s tri kratka *ne* i komunikacija se dalje nastavlja tako da na sve što G2 kaže, G1 odgovara s kratkim *ne* (tri puta). Za razliku od prethodnog primjera, G2 se niti malo ne ustručava suprotstaviti G1 jer je naišao na sugovornika sebi ravnom koji bez zadržke odgovara, boreći se za svoj obraz. U prethodnom je primjeru G2 naštetio svom obrazu kako bi ušutkao G1, odnosno završio neugodan razgovor, i iako se kasnije počeo boriti za njega, nije mu polazilo za rukom.

(214)

G1: Ja sam htio reći da od toga sukoba vlade odlazeće s bankama će najveću štetu ne pretrpjeti banke nego porezni obveznici jer će se sve na kraju na njihova leđa prevaliti zbog toga što cilj nije bio primarni rješavanje problema građana zaduženih u švicarskom franku, nego, što kolega kaže Lovrinović, stjecanje političkih poena pred izbore. Da je bio u interesu fokus tih građana, onda bi se rješavalo na početku mandata, a ne na kraju mandata.

G2: Rješavalo se više puta.

G1 (gleda u G2): Da je bio interes rješavanje problema građana, ne bi se ovaj model primijenio, nego jedan drugi jer ti ljudi su trebali čekati sve te godine da se netko sjeti rješavat taj problem, a kad ga je uhvatio se rješavat', onda ga je riješio na način da još i dalje upitnik nad glavom visi. Kako će to u sudskom sporu...

G3: Kad? Za deset dana ističe ovaj tečaj fiksni?

G2: Za nas nema upitnika, a meni je žao da vi kao predstavnik buduće vlade, da kao predstavnik buduće vlade evo javno, na televiziji zagovarate model koji bankama najviše odgovara, a to da Hrvatska izgubi taj spor.

G1: Ne.

G2: To je zabrinjavajuće da vi kao predstavnik Republike Hrvatske budući da će hrvatski obveznici to platiti što znači sugerirate...

G1: Ne, ne, ne! Ja nisam...

G2: ... da bi banke trebale tužiti...

G1: Ne.

G1: Republiku Hrvatsku i da će taj spor dobiti...

G2: Ne.

G1: Ja mislim da to tako neće biti.

G2: One su tužile. Ja im ne sugeriram ništa nego...

G1: Ali i govorite njima...

G2: Konstatiram šta se dogodilo.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 30:14 - 31:38)

b) Radijske emisije

U sljedećem se primjeru G1 napadačkim tonom obraća G2 te ga kritizira nazivajući ga *neradnikom*. Kritiku započinje neuljudnom strategijom *izazovi*, tj. u obliku pitanja, ali ono je tu više kao teatralni uvod, odgovor ga ne zanima niti ga očekuje, već na njega odgovara s kratkim *ništa* koje posebno naglašava kako bi istaknuo nezadovoljstvo s radom G2. Zatim ga ponovno ponavlja pridodavši u sarkastičnom tonu izraz *uz svo dužno poštovanje* koji nije ovdje u stvarnom značenju, tj. kako bi brinuo o njegovu obrazu, nego kako bi ga još više okaljao. G2 reagira protunapadom, odmah na početku izrazom *to je potpuno netočno* izražava neslaganje, a dalje nastavlja sa strategijom *izazovi* (*...tko bi uopće tamo obitavao da HSS nije obnašao u dva mandata tu vlast u poljoprivrednom sektoru? Dakle, gdje bi danas bila hrvatska poljoprivreda?*) kako bi se obranio te kritiku prebacuje na G1 i njegove suradnike kako bi prikazao da su zapravo oni neradnici, a ne on: *Znamo jako dobro što je učinio vaš čelnik, gospodin Jakovina, posljednje četiri godine. Dakle, kada je HSS obnašao tu dužnost, tada je neusporedivo bio, neusporediva su bila veća izdvajanja za selo i poljoprivredu.*

(215)

G1: Imali ste osam godina da provedete reforme u poljoprivredi i šta ste napravili? Ništa! Uz svo dužno poštovanje, gospodo, ništa!

G2: To je potpuno netočno! Postavlja se pitanje što bi bilo danas s hrvatskim selom, tko bi uopće tamo obitavao da HSS nije obnašao u dva mandata tu vlast u poljoprivrednom sektoru? Dakle, gdje bi danas bila hrvatska poljoprivreda? Znamo jako dobro što je učinio vaš čelnik, gospodin Jakovina, posljednje četiri godine. Dakle, kada je HSS obnašao tu dužnost, tada je neusporedivo bio, neusporediva su bila veća izdvajanja za selo i poljoprivredu.

(Poligraf – politički grafikon, 15. 1. 2016., 34:18 - 35:11)

Koliko sugovornici mogu biti uzrujani, može se primijetiti u primjeru koji slijedi u kojemu sugovornica, koja je bila pod stresom tijekom cijele emisije, oštro i bez zadržke kritizira jednog političara, navodeći da su njegovo ponašanje i postupci nedopustivi, a kako bi to što više naglasila rastavlja riječ nedopustivo na slogove (*Ne do pu sti vo!*) i povisuje glas kako bi ju svi čuli i kako bi skrenula pažnju na sebe. Ponovno je prisutan određeni stupanj teatralnosti kako bi iskaz dobio na svojoj težini.

(216)

G1: Ono što je učinio gospodin Crnoja, više je prekršaja napravio, zloupotrijebio je prava koja su mu dana kao branitelju, koja smo mi kao zajednica njima dali zato što su nas obranili i nedopustivo je da gospodin Karamarko kaže da je on žrtva harange i da je on potpuno ispravan i da mu još posebno se zahvaljuje premijer. Ne do pu sti vo!

(Poligraf – politički grafikon, 29. 1. 2016., 46:38 - 46:56)

Na samom početku sljedećeg razgovora G1 iskazuje neslaganje s G3 (*Ovo što govori gospodin Matić jednostavno ne odgovara činjenicama.*), a on mu uzvraća kritiziranjem njegova rada (*Dakle, ovo što je, ovo što kolege iz HSS-a govore, oni su vodili resor poljoprivrede dugi niz godina, dva mandata u Hrvatskoj da bi se u ovim izborima pričalo o reformi poljoprivrede. Prema tome. Gospodo, imali ste priliku napraviti sve što možete u poljoprivredi.*) navodeći da mu je žao zbog njegova neuspjeha i neuspjeha njegove stranke, a sve to sa sarkastičnim prizvukom jer to, zapravo,

ne misli (*Nažalost, evo meni je žao što je HSS kao jedna povijesna hrvatska stranaka koja je imala veliko značenje za stvaranje hrvatske države...*). G2 (voditeljica) je primijetio neuljudan prizvuk i prekida ga te traži da u središtu razgovora bude današnja situacija, ali G3 još jednom izriče žaljenje dvama izrazima (*meni je žao i nažalost*) kao provokaciju koju G1 prepoznaje i ironično se smije i na tom mjestu razgovor završava.

(217)

G1: Ovo što govori gospodin Matić jednostavno ne odgovara činjenicama. Činjenice su takve da dokument koji su potpisali čelnici stranaka jasno govori da HSS ovog trenutka ima tri saborska mandata. To je činjenica.

G2: Dobro.

G3: Ako mogu samo se uključiti'. Dakle, ovo što je, ovo što kolege iz HSS-a govore, oni su vodili resor poljoprivrede dugi niz godina, dva mandata u Hrvatskoj da bi se u ovim izborima pričalo o reformi poljoprivrede. Prema tome. Gospodo, imali ste priliku napraviti sve što možete u poljoprivredi. Nažalost, evo meni je žao što je HSS kao jedna povijesna hrvatska stranaka koja je imala veliko značenje za stvaranje hrvatske države, pogotovo početkom stoljeća Stjepana Radića....

G2: Dobro, nemojmo se sada tako duboko vraćati, idemo na današnju situaciju.

G3: Meni je žao se da se oni danas, nažalost, nisu reformirali.

G1 (ironičan smijeh)

(Poligraf – politički grafikoni, 15. 1. 2016., 29:48 - 30:35)

c) Novinski tekstovi

U novinskim tekstovima govornici vrlo često pribjegavaju strategiji *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad*. U sljedećem primjeru nema rečenice ni riječi u kojima govornik ne kritizira te je od početka do kraja iskaza u istom tonu, odnosno započinje ga i završava kritikom.

(218)

SDP ne bira sredstva – upotrijebio je starog čovjeka punog strahova, frustracija i problema iz prošlosti. Upravo to koriste da bi ga usmjerili prema meni. To je jedna u nizu njihovih

smicalica protiv mene. Pitanje je što će još biti. No jako je dobro razumljivo što se događa – SDP se više ne bavi državom, gospodarstvom... Ili da bar pokušaju nešto pozitivno napraviti. Jedino im preostaje pokušati nas diskreditirati. I tako poentirati, nešto postići na izborima. Trud im je uzaludan“, rekao je Karamarko.

(Nacional, 23. 6. 2015., broj 895, str. 11.)

Kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad prva je neuljudna strategija u sljedećem primjeru kojom govornik izražava svoje nezadovoljstvo. Kritizira Vladu i nekompetentne ministre koji obećavaju brda i doline, a ne rade ništa. Nakon toga strategijom izazovi (Pa zar nije sramotno da s umirovljenicima ispod 15000 kuna oprašta pola naknade za TV pretplatu?) osuđuje njihove postupke te ih naziva sramotnima jer ne vode računa o ugroženoj skupini društva. Može se zaključiti da su neuljudne strategije poslužile kao određena priprema jer nakon njih slijedi prikazivanje sebe i svoje stranke u pozitivnom svjetlu, a sve s ciljem da ono dobije na težini, odnosno da izazove pozitivan učinak.

(219)

Ja mislim da je Vlada lutala, vrludala, tri i pol godine nije ništa radila jer je trećina ministara bila nekompetentna za taj posao, a posljednja dva, tri mjeseca su se probudili i obećavaju brda i doline. Pa zar nije sramotno da s umirovljenicima ispod 15000 kuna oprašta pola naknade za TV pretplatu? Prvi korak naše koalicije bit će ukidanje TV pretplate i financiranje iz budžeta, a prepolovit ćemo i naknade iz proračuna za rad političkih stranaka na svim razinama.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 22.)

Kada su govornici izazvani nekim osobama i događajima, neuljudne strategije nižu jednu za drugom i iz njih se može iščitati njihovo nezadovoljstvo, ogorčenost, ljutnja, bijes, tj. sve one emocije koje ne skrivaju kada im određena osoba nije draga. Govornik ne bira riječi te *sranjem* naziva sve neistine koje se prikazuju kao istine, zatim oštrim prijekorom osobu iz iskaza povezuje s negativnim aspektom, tj. njegovim tatom, želeći reći da je lažljivac: *Kakav logor, kakvi bakrači, to je Ivica sve izmislio.*

(220)

Za vrijeme rata, Nijemci su ga uzeli za prevodioca u radnom logoru Ravensbruck. Kao prevodilac nije radio u logoru nego u gradu. U dvosobnom stanu. Logor mu je bio radno mjesto. Sve te priče kako je Ivica rođen u logoru su sranje. Teta Marija, njegova mati Đ, mi je to pričala... Kakav logor, kakvi bakrači, to je Ivica sve izmislio. I u tom je on potpuno na čaću.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 72.)

I u primjeru koji slijedi govornik niže neuljudne strategije jednu za drugom. U istoj rečenici govori kako političari *nemaju veze s realnim životom* i da *pričaju priče*, tj. prožima strategije *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad te omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika*. U sljedećoj rečenici čini istu stvar: *A Petrov si je umislio da je Mojsije pa će spojiti lijevo i desno*. Iskaz upotpunjuje uvredljivom riječju, odnosno naziva ga *velikim bleferom*.

(221)

Most i Petrov nemaju veze s realnim životom, već pričaju priče. Ni jedan konkretan odgovor nemaju, samo govore „vidjet ćemo, vidjet ćemo“. A Petrov si je umislio da je Mojsije pa će spojiti lijevo i desno. No on nije nikakav Mojsije, već jedan veliki blefer.

(Nacional, 1. 12. 2015., broj 918, str. 12.)

G1 u sljedećem pitanju pokušava prikriti dvije strategije neuljudnosti, tj. *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad te izazovi (Mandat ste počeli poštujući naslijeđene repertoarne obaveze. Nije li to dosta neetično u našim uvjetima stalnih gaženja kontinuiteta?)*, ali G2 to prepoznaje i odgovara drugim dvjema strategijama, *oštrim prijekorom i izbjegavanjem slaganja*, pokazujući da ga nije uspio isprovocirati te da njegovo pitanje nije na mjestu.

(222)

G1: Mandat ste počeli poštujući naslijeđene repertoarne obaveze. Nije li to dosta neetično u našim uvjetima stalnih gaženja kontinuiteta?

G2: Jako me smeta u Hrvatskoj upravo taj nedovoljan osjećaj timskog rada i česta potreba da se „sruše“ dogovori prethodne uprave i „skinu“ predstave s repertoara prethodne uprave. Pa ja ne vodim privatno kazalište i ako je u neki projekt uložen novac poreznih obveznika, onda ću se s poštovanjem odnositi prema tome. Imam dovoljno vremena za demonstriranje svojih ideja.

(Globus, 26. 6. 2015., broj 1281, str. 104.)

Govornik u sljedećem primjeru olako barata neuljudnim strategijama. Započinje s ismijavanjem posla kojim se navedena osoba bavi, a zatim ironično navodi da je sposobna, a zapravo misli nesposobna, te navodi u čemu, a to su sve negativne konotacije iz kojih proizlazi da *Stranku ne zna voditi. Sasvim je upropastila. Kao ministrica nikakva*, tj. kritizira njene sposobnosti i rad. Iskaz završava uvredljivom riječju *bahata (... kao osoba bahata)* došavši do krajnje granice neuljudnosti.

(223)

U međuvremenu Vesna Pusić zapela da će biti šefica Ujedinjenih nacija. I samo se tim bavi. Sad je u tom podržava Vlada. Inače je žena sposobna. Doduše još se nije otkrilo u čemu. Stranku ne zna voditi. Sasvim je upropastila. Kao ministrica nikakva. Kao osoba bahata.

(Globus, 11. 9. 2015., broj 1292, str. 5.)

Iskaz se govornika u sljedećem primjeru može interpretirati kao kritika koja je prožeta od početka do kraja govora. Pokušavajući prikazati osobu o kojoj je riječ nesposobnom, naziva ju *dječarcem, amaterom, nespremnim, nepripremljenim i arogantnim (To znači da je krenuo u bitku nespreman, nepripremljen i s velikom arogancijom da je on režiser. Ta arogancija potkrepljuje istinu onako kako je on želi vidjeti, a ne kako se zaista dogodilo.)*. Osjeća se i prizvuk ismijavanja kada navodi da *nema pojma o životu i poslu kojim se bavi (Taj dečko, dječarac koji je radio film, pojma nema o životu u to vrijeme, o glazbi tog vremena, kao i o tadašnjem hip hop pokretu.)*.

(224)

„Svakodnevno gledamo u medijima primjere amaterizma ljudi koji se dotiču nekih tema o kojima pojma nemaju. Taj dečko, dječarac koji je radio film, pojma nema o životu u to vrijeme, o glazbi tog vremena, kao i o tadašnjem hip hop pokretu. On je dijete druge generacije i ni po kakvim stavovima se ne razlikuje od drugih iz tog vremena. To znači da

je krenuo u bitku nespreman, nepripremljen i s velikom arogancijom da je on režiser. Ta arogancija potkrepljuje istinu onako kako je on želi vidjeti, a ne kako se zaista dogodilo. Red Bull je želio napraviti dobar posao, ali je očito odabrao krivoga čovjeka. Kao uvijek kada se bira po principu veza ili rodbinskih odnosa“, kaže Renman.

(Nacional, 17. 11. 2015., broj 916, str. 56.)

G2 u sljedećem primjeru vrlo oštro kritizira trenutačnu političku situaciju (... *ne može za ministra doći čovjek bez referenci, koji nema karijeru i znanja. Pa da nam se dogodi kao sada, da u Vladi sjedi trećina ministara koji prije nisu imali dana radnog staža. I vode Hrvatsku.*), a nakon kritike upotrebljava strategiju *izazovi* na koju odgovara omalovažavanjem, podcjenjivanjem i ismijavanjem (*Znate gdje oni vode Hrvatsku? U podrum.*). Još jednom poseže za strategijom *izazovi* na koju ovaj put odgovara kritikom (*Pa biste li vi dali da vam zida kuću netko tko ni jednu kuću prije nije sazio ili onaj koji je napravio njih 20? A mi smo dali da nam Hrvatsku vode ljudi koji u životu nisu napravili ništa, ni kotec.*) kako bi naglasio svoj stav.

(225)

G1: Treba li smanjiti broj ministara?

G2: Apsolutno. Mi smo ih s 21 već sveli na 14. Drugo, ne može za ministra doći čovjek bez referenci, koji nema karijeru i znanja. Pa da nam se dogodi kao sada, da u Vladi sjedi trećina ministara koji prije nisu imali dana radnog staža. I vode Hrvatsku. Znate gdje oni vode Hrvatsku? U podrum. Pa biste li vi dali da vam zida kuću netko tko ni jednu kuću prije nije sazio ili onaj koji je napravio njih 20? A mi smo dali da nam Hrvatsku vode ljudi koji u životu nisu napravili ništa, ni kotec.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 22.)

3.2.14. Ometanje sugovornika

a) Televizijske emisije

Sljedeći je razgovor vrlo zanimljiv jer se izmjenjuju različite neuljudne strategije među kojima je i neuljudna strategija *ometanje sugovornika*. G1 postavlja pitanje G2 koji bi trebao znati odgovor jer je on ministar zadužen za poslove o kojima je riječ. U pitanju se osjeća kritika koju G2 prepoznaje i pokušava se ubaciti (*Sad ću vam...*), ali G1 nastavlja govoriti kao da ga nije čuo,

nastavlja s pritiskom i završava s neuljudnom strategijom *izazovi* (*Zašto ne?*). G2 govori sporo oko pola minute i ne odgovara na postavljeno pitanje pa ga G1 ponovno ometa strategijom *prekidanje sugovornika* jer primjećuje da silazi s teme i da oklijeva (*Recite mi ovo koljeno aaa...*) dajući mu do znanja da prestane okolišati. G2 nastavlja govoriti, ali ne nudi odgovor pa ga G3 nakon desetak sekundi po treći put prekida i pomalo nervozno ponavlja pitanje u kojemu ga i kritizira: *Zašto se ne može nadoplatiti koljeno, skuplji, kvalitetniji implantat? Kaznili ste ravnatelja klinike u Lovranu jer je omogućio to svojim pacijentima.* G2 pokušava izbjeći jasan odgovor pa nakon trećeg upita konačno odgovara, a G1 na njegov odgovor uzvraća jednom rečenicom vidno uznemiren (*Zašto vi odmah ne nabavite bolji kuk, zaboga?*) u kojoj se prepoznaju neuljudne strategije *izazovi* i *upotreba tabu riječi* (psovka *zaboga*). Od samoga je početka razgovora G1 vršio pritisak na G2, a G2 je želio izbjeći odgovor na pitanje. Može se zaključiti da je razlog neuljudnosti okolišanje G2 koje je G1 na koncu izbacilo iz takta.

(226)

G1 (obraća se G2): Ministre, zašto ne bi pacijent mogao nadoplatiti? Recimo, operira koljeno i to koljeno nakon četiri godine više ne funkcionira jer je bilo, ne znam, recimo bilo lošije kvalitete uvezeno iz Pakistana hipotetski...

G2: Sad ću vam...

G1: ...mora ići na ponovljenu operaciju, mora ić' na ponovljenu rehabilitaciju, život mu je ugrožen (nabraja na prste.) To sve košta više nego da je odmah kupljeno pošteno koljeno. Zašto ne?

G2 (priča pola minute): Evo prije nego što to odgovorim, samo da kažem. Mi smo imali spremnu u sedmom mjesecu izmjenu dopunu zakona u zdravstvenoj zaštiti koju je reguliralo nekoliko stvari koje su prethodno spomenute...

G1: Recite mi ovo koljeno aaa...

(G2 nastavlja pričati i ne odgovara na pitanje još desetak sekundi.)

G1: Zašto se ne može nadoplatiti koljeno, skuplji, kvalitetniji implantat? Kaznili ste ravnatelja klinike u Lovranu jer je omogućio to svojim pacijentima.

G2: Zato jer je svaki, svaki liječnik de fakto. Ne želimo staviti ga u poziciju moralnog hazarda da je on prodavatelj boljih kukova (pokazuje kvačice rukama u značenju navodno).

G1: Zašto vi odmah ne nabavite bolji kuk, za Boga?

(Otvoreno, 30. 12. 2015., 37:36 - 40:17)

Slijedi razgovor u kojemu su govornici istovremeno i čuvali i štetili sugovornikovu obrazu. G1 započinje kritikom na što se nadovezuje G2 izražavajući neslaganje, zatim slijedi strategija izazovi (... onda zašto bi, ne bi to kao i do sada bilo besplatno na recept, zašto mora platiti lijek?), a riječju dobro (*Dobro, ja zastupam ovdje gledatelje*), koja prethodi neuljudnim strategijama, djelomično je očuvao obraz G1, a koja navještava da se neće složiti s njim. Neslaganje se G1 može naslutiti odmah u prvoj riječi (*Ali naprosto mi ne možemo sa svojim bruto društvenim proizvodom osigurati*), ali ne uspijeva ga izreći do kraja jer ga G2 nestrpljivo izaziva pitanjem *Kako smo mogli u posljednjih dvadeset godina...* ne brinući ovaj put o obrazu ni malo. G1 je nastavio sa svojim iskazom, a G2 sa svojim tako da su u jednom trenutku govorili istovremeno. Na izazov ne uzvraća neuljudnom strategijom, čak štoviše, uljudno odgovara, a iskaz započinje obraćajući mu se s *gospodine Togonal*.

(227)

G1: Problem u Hrvatskoj je što cijela priča se, kao što se i ova priča sada napravila, se bez razloga ispolitizirala. Dakle, svi vuku na neku stranu i uopće šta je ko' rek'o nego ko' je rek'o i šta ja s tim gubim ili dobivam. Na takav način se neće desiti nikakva reforma.

G2: Dobro, ja zastupam ovdje gledatelje. Zastupam čovjeka koji dolazi u tu ordinaciju, koji dolazi u tu ljekarnu i ako ima lijek, ne znam, za snižavanje tlaka, nešto protiv hipertenzije, onda zašto bi, ne bi to kao i do sada bilo besplatno na recept, zašto mora platiti lijek?

G1: Ali naprosto mi ne možemo sa svojim bruto društvenim proizvodom osigurati...

G2: Kako smo mogli u posljednjih dvadeset godina...

G1: ... sve besplatno.

G2: ... sad odjednom više ne možemo?

G1: Gledajte, gospodine Togonal, to je demagogija o čemu vi sad govorite i svi oni koji govore da može biti besplatno. Dakle, Hrvatska je danas pred bankrotom. Dakle, da li ćemo uopće išta moći.

(Otvoreno, 30. 12. 20015., 21:34 - 22:21)

U sljedećem razgovoru tek što je G1 počeo govoriti, G2 ga prekida strategijom *izazovi (Dakle, vi ste zadovoljni?)* izražavajući sumnju u navedeno, na što G1 odgovara potvrdno i želi dodatno pojasniti, ali ga G2 ponovno prekida, ali se G1 ne da omesti pa razgovor počinje nalikovati na borbu za riječ. Na kraju G2 ipak uspijeva preuzeti riječ, neuljudno, nastavlja propitkivati, a G1 odgovara potvrdno (*Da; Je*) sve do izazova (*A na kraju se smanjio broj radnih mjesta i obrta, ha?*) kojim ga nije uspio isprovocirati što odaje uljudan odgovor, odnosno upotreba strategije negativne uljudnosti, tj. *ograda (A, mislim da imate krive podatke.)*. G2 je kratkim *dobro* odustao od daljnjeg provociranja pa je G1 krenuo s dodatnim pojašnjenjem, smireno i uljudno, ali se G2 opet ubacuje s novim pitanjem poručujući da ga baš i ne zanima što ima za reći. G1 strpljivo odgovara i na to pitanje, ali se sada ubacuje G3 s oštrim prijekorom kako bi demantirao navode G1. Slijedi izmjenjivanje neuljudnih iskaza između G1 i G3, odnosno tko je u pravu i čija će riječ biti zadnja (G1 tvrdi jedno, a G3 drugo):

G2: Je li danas više ili manje zaposlenih na početku vašeg mandata?

G1: Otprilike nešto malo više.

G2: Nešto više.

G3: Ne, manje je za 16 000.

G1: Ne, malo više je.

G3: Manje je zaposlenih.

G3 izaziva sugovornika i ne odustaje. Prekida ih G2 upućivanjem pitanja G1, ali G3 bahato odgovara kao da je pitanje upućeno njemu, tj. oduzima riječ bez imalo susprezanja, jer želi da njegova bude zadnja i da G1 prikaže kao lašca. G1 to nije posebno dirnulo i opet odgovara smirenim glasom strategijom negativne uljudnosti, odnosno *prozodijskom ogradom (Tc. Gledajte, Vi možete gledati podatak za prvi mjesec, ja vam kažem prošle godine u 11. mjesecu kada su statističari imali da je to malo više)* nastavljujući poštivati obraze svojih sugovornika. Od samoga

je početka razgovora G1 ostao dosljedan sebi, uljudan, unatoč neuljudnim napadima na njegov obraz.

(228)

G1: Ono što se, ono što se napravilo u protekle četiri godine je jedan veliki korak naprijed. Naravno da ima još jako puno posla, ali mislim da će budućem ministru financija biti puno...

G2: Dakle, vi ste zadovoljni?

G1: Apsolutno sam zadovoljan. To se vidi...

G2: Na početku mandata ste vi osobno...

G1: To se...

G2: ...ste obećavali pedeset tisuća novih radnih mjesta.

G1: Da.

G2: I 13 000 novih obrta.

G1: Je.

G2: A na kraju se smanjio broj radnih mjesta i obrta, ha?

G1: A, mislim da imate krive podatke.

G2: Dobro.

G1: Znači, pogledajte broj nezaposlenih, pogledajte broj novoosnovanih trgovačkih društava. Znači, zašto je broj obrta manji nego što je bio tada? Zbog toga što su ljudi počeli prelaziti iz obrta u jednostavna trgovačka društva. Mi smo u protekle dvije godine ugovorili 30 000 novih trgovačkih društava. Znate kol'ko je to? To je trećina onoga svega što smo imali do sada.

G2: Je li danas više ili manje zaposlenih na početku vašeg mandata?

G1: Otprilike nešto malo više.

G2: Nešto više.

G3: Ne, manje je za 16 000.

G1: Ne, malo više je.

G3: Manje je zaposlenih.

G1: Trebate gledati...

G2: (obraća se G1): 16 000 manje?

G3: (kima glavom, gleda u voditelja.): Manje je zaposlenih nego na početku mandata.

G1: Tc. Gledajte, Vi možete gledati podatak za prvi mjesec, ja vam kažem prošle godine u 11. mjesecu kada su statističari imali da je to malo više.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 14:23 - 15:27)

b) Radijske emisije

U sljedećem je primjeru strategija *ometanje sugovornika* u funkciji zaustavljanja neuljudne strategije koju G2 prepoznaje. Naime, G1 oštro kritizira sugovornika, može se primijetiti da ga pomalo i ismijava (...*jer upravo ono što se dešavalo do sada pokazalo je da se oni vrlo teško usredotočuju na sadržajnu stranu pregovora, a puno više se bave time tko je od njih kakav.*), i G2 prepoznaje da je pretjerao u svom iskazu te ga izrazom *O tome ćemo nešto kasnije* pokušava zaustaviti, ali G1 ne reagira te nastavlja govoriti kao da ništa nije čuo, a sve s ciljem kako bi do kraja izrekao svoju misao.

(229)

G1: *Obzirom na način kako su komunicirali od trenutka kad su bili poznati izborni rezultati možemo pretpostaviti da će vrlo teško funkcionirati, da će biti puno sukoba i nadmetanja jer upravo ono što se dešavalo do sada pokazalo je da se oni vrlo teško usredotočuju na sadržajnu stranu pregovora, a puno više se bave time tko je od njih kakav. Zato smo i svjedočili posljednjih dana brojnim optužbama, etiketiranju, vrlo neugodnog tipa...*

G2: *O tome ćemo nešto kasnije.*

G1: *...koji je zapravo kod ljudi, kod publike, kod glasača, stvarao pitanje, odnosno dovodio do postavljanja pitanja: Dobro, sada bez obzira na kraju tko će konstituirati vlast pa kakvi su to ljudi kad smo mi o njima već takve stvari čuli.*

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2016., 8:22 - 9:10)

Kao i u prethodnom primjeru G2 prekida sugovornika, koji iznosi kritiku (*Pozdravljam emisiju koja po svom nazivu bi trebala govoriti o istini, a ova danas se pretvara u jednu tračersku rubriku koja liči na nekakve tabloide...*), izrazom *Dobro, može li in medias res*, u kojemu dobro nije slaganje nego zaustavljanje neuljudnog iskaza. Za razliku od prethodnog razgovora u kojemu se G2 oglušio nakon upozorenja, odnosno upada, ovdje G2 odgovara strategijom *slaganje sa sugovornikom*, odnosno iz neuljudne komunikacije prelazi na uljudnu, obranivši na taj način djelomično (okaljani) sugovornikov, ali i svoj obraz. Može se zaključiti da je bio svjestan svojega propusta jer je tri puta ponovio slaganje: *Da, može. Može.*

(230)

G1: Pozdravljam emisiju koja po svom nazivu bi trebala govoriti o istini, a ova danas se pretvara u jednu tračersku rubriku koja liči na nekakve tabloide, no ja bih htio samo kao obični građanin, ali dugo živim i puno sam radio tako da imam dosta iskustva...

G2: Dobro, može li in medias res?

G2: Da, može. Može.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2016., 44:04 - 44:28)

Ponekad su sugovornici u razgovoru prema istim sudionicima razgovora i uljudni i neuljudni, kao što se može vidjeti u primjeru koji slijedi. G1 započinje razgovor postavljanjem pitanja (*Dakle, ljudi su nestrpljivi...*) i tek što je izrekao nekoliko riječi, prekinuo ga je G2 kako bi pokazao da se slaže s kritikom (*Sigurno, i s razlogom jesu, i s razlogom jesu nestrpljivi, da.*). U radijskoj emisiji, iz koje je naveden ovaj razgovor, bilo je veoma žustro i burno te je G2 bio pod velikim pritiskom, što se može razaznati iz uzrujanog glasa, kojemu se uzrujanost povećavala kako je protjecalo vrijeme emisije. Stvarna namjera prekida nije bila naštetiti sugovornikovu obrazu, nego ga spasiti od napada ostalih sudionika u razgovoru. U jednome trenutku sugovornici govore istovremeno, ali G2 zastaje i prepušta riječ G1 koji dalje iznosi kritiku, ali ne zadugo, i G2 se ponovno ubacuje jer ne može izdržati i strategijom negativne uljudnosti *umanjivanje nametanja* moli za riječ: *Da je dijalog, oprostite samo kratko.* Kratkim da G1 prepušta riječ G2 te se može zaključiti da mu ne smeta upadica i da obraz nije ugrožen.

(231)

G1: Dakle, ljudi su nestrpljivi da se vlast što prije konstituiraju tako da ti pregovori ne mogu, ne mogu trajati...

G2: Sigurno, i s razlogom jesu, i s razlogom jesu nestrpljivi, da. Mi smo osobno zainteresirani za...

G1: ... beskonačno iako će me mnogi možda analitičari sad reći: Pa to nije ništa neobično, to može trajati i tri mjeseca, ali mislim da ipak u ovoj situaciji se vlast treba što prije konstituirati, a mislim da je takvu poruku poslala i predsjednica nakon trećeg kruga pregovora...

G2: Da je dijalog, oprostite samo kratko.

G1: Da.

G2: Da je dijalog između sudionika ovo što je rekla profesorica drugačiji, da je on, da ide u pravcu, građanima ne bi bilo teško čekati jer bi shvatili da se dogovaramo i razgovaramo upravo o onome što želimo u četiri godine napraviti.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2015., 30:20 - 31:00)

U sljedećem primjeru G1 započinje razgovor strategijom *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad* te navodi zanimljivost koja je zainteresirala G2 pa je prekinuo G1 kako bi saznao o kojoj je osobi riječ (*Necete reći njegovo ime?*). Može se zaključiti da prekid nije bio neuljudan, više je u službi stvaranja dinamičnosti emisije (G2 je voditeljica emisije). G1 odmah odgovara oštrim prijekorom (*Naravno, ne pada mi na pamet*) te nastavlja s kritikom, a G2 ga opet prekida te oštrim prijekorom izražava neslaganje (*Dobro, gospodine Reiner, ali i protiv nekih ljudi iz vaše stranke i to visoko pozicioniranih pokrenute su istrage. Dakle, u svakoj stranci ima ljudi koji su poštjeni i ima ljudi koji su manje poštjeni.*). Iznenadujuće je da se G1 složio (*Apsolutno se slažem, ali protiv ovih nisu pokrenute istrage.*) i nije mu zasmetao upad, ali vjerojatno zato jer je G2 voditeljica emisije, a s njom rijetko tko ulazi u neuljudne rasprave pa i onda kada se ne slažu s njom. Uljudnom strategijom *ograde* očuvao je obraz svojeg sugovornika.

(232)

G1: *Jedan vodeći čovjek SDP-a u jednoj županiji je uhvaćen pri švercu velike količine deviza nepoznatog podrijetla. Ne znamo što se s time dogodilo.*

G2: *Nećete reći njegovo ime?*

G1: *Naravno, ne pada mi na pamet, ali naravno (podsmijeh) službe to znaju jer je uhićen čovjek. (...)*

G2: *Dobro, gospodine Reiner, ali i protiv nekih ljudi iz vaše stranke i to visoko pozicioniranih pokrenute su istrage. Dakle, u svakoj stranci ima ljudi koji su poštteni i ima ljudi koji su manje poštteni.*

G1: *Apsolutno se slažem, ali protiv ovih nisu pokrenute istrage.*

(Poligraf – politički grafikoni, 18. 12. 2015., 41:59 - 43:12)

G2 je u sljedećem razgovoru bio vrlo rječit tijekom cijele emisije, a na postavljeno pitanje o članstvu stranke odgovora kratkim *ne* kako bi izbjegao daljnji razgovor o toj temi. G1 je dva puta ponovio pitanje kako bi provjerio je li siguran u svoj odgovor nadodavši *Dobro, čovjek ima pravo na svoje mišljenje*, sačuvavši tako njegov obraz jer je primijetio da mu zbog postavljenog pitanja nije ugodno. Ali ubacuje se G3 koji ga ne štedi te želi provjeriti istinitost navoda (*Ali ste bili, jel' tako? Bili ste član HSP-a.*). G2 je upit zasmetao i uzvraća oštrim prijekorom ponavljajući istu rečenicu dva puta: *Pa svi smo bili nešto. Svi smo bili nešto.* Nakon toga je G3 izjasnio svoju vrijednosnu poziciju za koju G2 kaže da nije bitna, na što G3 tri puta glasno viče *Ne, ne, ne!* Iz navedenog se može zaključiti da G3 govori o temi koja je osjetljiva za G2 i zbog koje njegova neuljudnost raste te napad postaje njegova obrana, što će se vidjeti i u nastavku razgovora. Sugovornici polako ulaze u verbalni sukob: G3 prekida G2, govore istovremeno te neprestano iskazuju neslaganje, tj. proturječe si (*Nije točno, ne, nije točno!*). Nakon što je G3 rekao da je njegovo političko opredjeljenje *ljudsko pravaški*, razgovor polako dolazi do vrhunca. Za G2 je to bilo smiješno, ponovio je *ljudsko pravaški* dva puta uz grohotan smijeh. Drugi put se još više smijao pa je strategija *podcjenjivanje, ismijavanje i omalovažavanje sugovornika* još više došla do izražaja:

G2 (smijeh): *Ljudsko pravaški.*

G3: Naravno, pa je.

G2 (jači smijeh): Ljudsko pravaški, da.

G3 (G2 se smije): Je, apsolutno.

Razgovor je bio neumjestan i neugodan za slušanje. G1 razgovor završava šalom kako bi smanjio napetost koja je očigledna, ali G2 se i dalje smije. Postavlja se pitanje je li šala u ovom trenutku bila dobar odabir jer je G3 bio jako uzrujan, a G2 se nastavio zabavljati.

(233)

G1: Jeste član, profesore?

G2: Čega?

G1: Stranke neke?

G2: Ne.

G1: Niste član? Dobro, čovjek ima pravo na svoje mišljenje.

G3: Ali ste bili, jel' tako? Bili ste član HSP-a.

G2: Pa svi smo bili nešto. Svi smo bili nešto.

G3: Dobro, ja nisam bila recimo članica stranke nikada, ali zna se, dakle, koja je moja vrijednosna pozicija.

G1: Pa zato sam vas i pozv'o.

G2: Ali ne, ali čak to nema veze.

G3: Ne, ne, ne!

G2: Nema formalno.

G3: Dakle, ovako neprestano...

G2: Samo malo, formalna pozicija nema veze. Najvažnije je čovjekovo djelovanje, postupanje i izričaj sam.

G3: Ja se slažem, ali mislim da je prema javnosti u redu da, dakle, se legitimiramo vrijednosno ako iz tih pozicija djelujemo.

G2: Ne, legitimacija osobe nije formalna pripadnost stranke. Legitimacija osobe je njegova spoznaja, njegov...

G3: Ne, ali govori o njegovom vrijednosnom okviru. Dakle,

G2: Nije točno, ne, nije točno!

G3: Moj vrijednosni okvir je ljudsko pravaški i potpuno je to jasno ako dolazim iz kućnoljudskih razloga.

G2 (smijeh): Ljudsko pravaški.

G3: Naravno, pa je.

G2 (jači smijeh): Ljudsko pravaški, da.

G3 (G2 se smije): Je, apsolutno.

G1: Hajde da ja skratim, da vas presiječem na sekundu i da kažem nešto. Ja sam profesora Šterca zvao kao uglednog demografa, a vas sam zvao kao uglednu aktivisticu u području ljudskih prava (G2 se smije). Ajmo sad čut vaš stav!

(Poligraf – politički grafikon, 8. 1. 2016., 21:48 - 23:09)

Slijedeći se primjer razlikuje od prethodnih jer govornik uljudnom molbom pokušava obraniti svoj obraz kada ga sugovornik prekida. G1 razgovor započinje s kritikom, ali ga G2 prekida i uzrujanim glasom, strategijom *izazovi* (*A zašto vi, a zašto vi koristite taj...*), pokazuje da mu se kritiziranje ne sviđa. G1 ne odgovara na njegov izazov, nego mu ne dozvoljava da preuzme riječ te ga moli za suradnju (*Dopustite mi*), odnosno daje mu do znanja da nije u redu što ga prekida. Međutim, G1 nastavlja uzrujano govoriti pa ga G1 po drugi put upozorava na prekid (*Dobro, dopustite mi da postavim pitanje.*), ali više u značenju kritike, odnosno da prestane. G2 je shvatio da je pretjerao, što odaje njegovo kratko *može*, na što još G1 nadodaje *Lijepo vas molim* kako bi bio siguran da ga neće ponovno prekinuti kada nastavi govoriti.

(234)

G1: Gospodine Bernardiću, evo ovdje tako žustro branite svoju stranku i istodobno se zalažete da Milanović ide pred sud partije, dakle da mu glasači, vi ste uveli taj sistem glasovanja...

G2: A zašto vi, a zašto vi koristite taj...

G1: Dopustite mi.

G2: ... izraz sud?

G1: Pa dobro.

G2: Ja bih rek'o, zalažem se za bolji i jači SDP...

G1: Dobro.

G2: ... kao što se zalažem otkad sam uš'o u SDP sa 18 godina.

G1: Dobro, dopustite mi da postavim pitanje.

G2: Može.

G1: Lijepo vas molim.

(Poligraf – politički grafik, 15. 1. 2016., 18:59 - 19:24)

c) Novinski tekstovi

U novinskim tekstovima nema zabilježenih primjera strategije ometanje sugovornika.

3.2.15. Izazovi

a) Televizijske emisije

U sljedećem se primjeru pojavljuje više neuljudnih strategija među kojima je i strategija *izazovi*. G1 započinje razgovor prozivajući G2 te neuljudnim strategijama kritizira njegovo djelovanje, omalovažava ga, podcjenjuje i ismijava. G2 se ubacuje vidno uznemiren i upućuje oštar prijekor (*Tko kaže da mi nećemo imati većinu nakon sljedećih izbora, gospodine Dujmoviću?*). Nakon toga izmjenjuju kratke odgovore upotrebom neuljudnih strategija *izazovi* i *izbjegavanje slaganja*:

G1: Ja kažem, gospodine Podolnjak.

G2: *Vi kažete?*

G1: *Da. A vi kažete da budete.*

G2: *Ajde, propustimo to hrvatskim građanima.*

G1: *Možemo se kladit.*

U razgovor se ubacuje G3 sa uljudnom strategijom *šala* ('*Ajde jedna oklada, ha?*') na koju se G1 nasmijao i prihvatio ju (*Hoćemo se kladit?*). G2 nastavlja govoriti u ozbiljnom tonu pa se G1 ubacuje provocirajući ga (*Možda, možda.*), na što G1 opet reagira oštrim prijekorom izazivajući ga (*Zašto ne?*) na što G1 odgovara neiskrenim *Tako je.*, a kimanjem glavom to dodatno naglašava. Oba sugovornika razgovor završavaju neuljudnom strategijom *izazovi* (*Jesmo li se mi građanima ogadili tijekom 20 godina?; Što građani znaju o vama?*).

(235)

G1 (*razmahao se*): *Mi moramo sačekat da MOST sazrije, nakon ovih izbora odnos će biti potpuno isti ili vrlo sličan i onda ćemo ponovno morat sjest s gospodinom Podolnjakom (pokazuje na G2) ili ljudima iz MOSTA i reć': „Hoćete se sad odlučiti za koga?“ Inače ovo može trajati u nedogled. Hrvatska je podijeljena lijeva i desna, MOST je u sredini. Vrlo je jednostavno i bilo bi odgovorno skratit ovu muku i ne imat nove izbore da se odluče s kim će ići bez obzira tko to bio.*

G2 (*ubacuje se vidno uznemiren*): *Tko kaže da mi nećemo imati većinu nakon sljedećih izbora, gospodine Dujmoviću?*

G1: *Ja kažem, gospodine Podolnjak.*

G2: *Vi kažete?*

G1: *Da. A vi kažete da budete.*

G2: *Ajde, prepustimo to hrvatskim građanima.*

G1: *Možemo se kladit.*

G2: *Ako nisu htjeli...*

G3 (*prekida G2 i ubacuje šalu*): *Ajde jedna oklada, ha?*

G1 (smije se): Hoćemo se kladit'?

G2: Ako nisu htjeli veliku koaliciju sa mnom, ako ne žele s nama tri političke opcije, možda je jedini način da mi sami formiramo tu veliku vladu.

G1: Možda, možda.

G2: Zašto ne?

G1 (kima glavom): Tako je.

G2: Jesmo li se mi građanima ogadili tijekom 20 godina?

G1: Što građani znaju o vama?

G2: Ali smo jedini dali reformski paket.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 46:40 - 47:31)

Razgovor se u sljedećem primjeru odvija između G1 i G2, ali ubacuje se G3 jer je G2 komentirao nešto što se odnosilo na njega. Naime, G2 iskazuje neslaganje s onime što je G3 prethodno komentirao u emisiji (*Oni koji su sjedili u saboru i sudjelovali u parlamentarnim diskusijama, bili redovni na sjednicama znaju da ovo što gospodin Hrg govori nije tako.*), na što se G3 osjećao prozvanim te neuljudnim strategijama *ometanje sugovornika* i izazovi pomalo zbunjen provjerava je li dobro čuo što je G2 rekao (*Hoćete reći da ja redovno nisam bio na sjednicama?*). G2 je ponovio navedeno (*Pa hoću reći da baš i niste bili redovno na sjednicama.*) na što je G3 ponovno odgovorio kratkim izazovom *Ma, je li?*, ali nije opovrgnuo njegov navod, odnosno ulazio u daljnju raspravu, nego se podrugljivo nasmijao tako da je G2 imao zadnju riječ. Iako je G2 iznosio kritiku i neslaganje, glas i ponašanje nisu odavali neuljudnost.

(236)

G1: Kako vi komentirate ovu tezu da je do sad parlamentarizam bio sveden na brzinsko izglasavanje od strane većine onoga što je dogovoreno jednako brzinski s druge strane Markova trga?

G2: Oni koji su sjedili u saboru i sudjelovali u parlamentarnim diskusijama, bili redovni na sjednicama znaju da ovo što gospodin Hrg govori nije tako. Parlament je imao...

G3: Hoćete reći da ja redovno nisam bio na sjednicama?

G2: Pa hoću reći da baš i niste bili redovno na sjednicama.

G3: Ma je li?

(Otvoreno, 14. 12. 2015., 26:00 - 26:26)

U primjeru koji slijedi G1 je postavio pitanje G2, ali ga nakon njegova odgovora pokušava isprovocirati neuljudnom strategijom *izazovi* (*Pa onda vi više niste na vlasti pa vas to ne muči ili što?*) na što G2 reagira podizanjem ruke za riječ. Iz rezultata se istraživanja može primijetiti da je prekidanje sugovornika u komunikaciji pravilo, a ne iznimka, ali u ovome je slučaju sugovornik nakon neuljudnog ponašanja strpljivo tražio riječ i nije prekidao sugovornika, iako je mogao, a vjerojatno je tako postupio jer je G1 voditelj i ne smatra ga protivnikom, ne želi se raspravljati s njim, njegova je uloga da postavlja pitanja. Kada je dobio riječ, odgovara uljudnom strategijom *ograda* (*Ok, ali mi moramo znati šta dolazi...*) i nastavlja pojašnjavati svoju misao, ali ga G1 ponovno ometa i ubacuje se neuljudnom strategijom *oštar prijekor* (*Ma, ovo je reforma svega!*), ali ovoga puta G2 nastavlja govoriti s podignutom rukom u zraku zauzimajući se za sebe i za svoj obraz, za razliku od prvoga prekida kada je podizanjem ruke brinuo o obrazu G1. G1 pomalo ironičnim glasom, sa skrivenim smiješkom, ponovno izaziva svoga sugovornika, a G2 ozbiljno odgovara, ostajući i dalje uljudan unatoč provokacijama s kojima G2 nastavlja i u zadnjem postavljenom pitanju (*Evo vi s jedne strane, gospodin Maras s druge (pokazuje na obojicu). Kako je to bilo?*).

(237)

G1: Danas ljudi imaju jedno, dvoje, eventualno troje djece i žive devedeset godina, osamdeset. Dakle, kako to može funkcionirat nakon dvadeset godina?

G2: Vidite, svi su mirovinski sustavi u krizi, a ako nisu, bit će za par godina i to će bit sljedeća najveća kriza koja će poljuljat financijska tržišta.

G1: Pa onda vi više niste na vlasti pa vas to ne muči ili što?

G2: Ok, ali mi moramo znati šta dolazi. Prema tome da zato kažem da se tema ove emisije zove reforma mirovinskog sustava onda bih ja donio...

G1: Ma, ovo je reforma svega.

G2: ... i kratku sliku i svega. Pa prema tome, ja vam odgovorno tvrdim, mi smo napisali, dakle, u našoj platformi zajedno. Mi ćemo pokrenuti javnu raspravu, ovdje nije riječ da ćemo mi ukinut, već naglašavam, mi smo u našem programu i napisali, a oko toga se složili Domoljubna koalicija, u pregovorima i Hrvatska raste.

G1: Kako su izgledali ti pregovori, kad ste vi bili za stolom, vi ste bili gazda, oni su samo potpisivali, ha?

G2 (ozbiljno odgovara): Pa nismo mi bili gazde. Pazite, To su bili vrlo zanimljivi razgovori, stručni kada je riječ o mirovinskom sustavu.

G1: Evo vi s jedne strane, gospodin Maras s druge (pokazuje na obojicu). Kako je to bilo?

G2: Pa bilo je. Zaista su bile stručne rasprave, bila su pitanja vrlo ciljana, kao što i vi sada ciljate na koje su se morali ponuditi vrlo jasni odgovori.

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 26:04 - 27:13)

G1 sljedeći razgovor započinje kritikom koja je upućena G2 koju je prepoznao G3 te je pogledao u G2 i nasmijao se. G2 prekida G1 (*Vi jednostavno, moram ovdje intervenirati.*) jer mu se nije sviđelo što je rekao te mu također uzvraća kritikom. G1 se ne slaže s njim što pokazuje oštrim prijekorom (*Ako se mi nismo zamjerali bankama, ne znam tko se zamjerio bankama*), ali G2 se ne zaustavlja te vidno uznemiren (razmahao se) nastavlja sa strategijama *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad i izazovi* preispitujući njegovo djelovanje (*To ste napravili samo 5, 6 mjeseci prije izbora i niste to završili, jel'?*). U jednome trenutku govore istovremeno jer se G1 nije dao omesti kada ga je G2 prekinuo.

(238)

G1 (G3 se smije i gleda u G2): Mene jako čudi da neki ljudi koji se žele ozbiljno baviti politikom misle da se ravnatelj SOA-e treba dijeliti na sastancima i pregovorima oko koalicijske vlasti. To se tako ne radi i u nekoj normalnoj zemlji to se ne bi trebalo raditi tako da se ja nadam da se to ne dešava i u Hrvatskoj i oko toga što se nas tiče nije bilo razgovora.

G2: *Vi jednostavno, moram ovdje intervenirati. Vi niste imali hrabrosti i niste znali kako riješiti taj problem mirovina i jednostavno niste se mogli zamjeriti bankama. Procijenili ste da to ne ide.*

G1: *Ako se mi nismo zamjerali bankama, ne znam tko se zamjerio bankama s rješenjem problema švicarskog...*

G2 (razmahao se): *To ste napravili samo 5, 6 mjeseci prije izbora i niste to završili, jel'?*

G1: *... franka. Tako da, tek ćete, tek ćete.*

G2: *Tek ćete vidjeti. Mislim da su banke jedva dočekale da Domoljubna koalicija s vama dogovori buduću vladu jer su bile svjesne koliko smo mi bili oštri prema njima. Ja se nadam da ćete vi biti barem pedeset posto oštriji nego što je naša koalicija.*

(Otvoreno, 14. 1. 2015., 28:20 - 30:00)

b) Radijske emisije

G1 u sljedećem primjeru kratko kritizira rad jedne političke stranke na što se nadovezuje G2 dužim odgovorom. Na prvi se pogled može činiti da je izrazom *Ma ja ako mogu još samo reć'* bio uljudan i da je htio umanjiti nametanje, ali on bi odgovorio i da nije dobio dopuštenje, jer se njegova dominantnost i iritantnost osjećala tijekom cijele emisije te nije birao neuljudne strategije kako bi napao tuđi, a obranio svoj obraz. Riječ nije tražio od G1 nego voditelja emisije. Bez zadržke upućuje kritiku G1, na što mu G1 ne ostaje dužan te strategijom *izazovi* i pomalo prkosnim glasom propitkuje njegova dosadašnja postignuća (*Što ste vi učinili 2012?*) želeći reći da nije učinio ništa.

(239)

G1: *Samo da vas podsjetim. SDP je uvijek govorio da će na natječajima birati najkvalitetnije. Donijeli su zakon tek potkraj godine. Da su ga prije dvije godine donijeli, izabrali ove uprave na taj način možda bi one i ostale.*

G2: *Ma ja ako mogu još samo reć'. Ovo je očito da je politički razlog. Radi se o podjeli zapravo plijena nakon izbora. Vi ćete smijeniti sve ljude s pozicija, to je to. Nemojmo te stvari nazivati drugim imenom. To je jednostavno, to je jednostavno tako. Nažalost, u Hrvatskoj još nismo došli do tog standarda da se uprave biraju na način da su tamo*

najstručniji i najkompetentniji ljudi i upravo vi imate tu namjeru to napraviti. To ste upravo sad rekli. Dakle, vi ćete smijenit ljude koji su došli javnim natječajem na čelo uprave.

G1: Što ste vi učinili 2012.?

(Poligraf – politički grafik, 15. 1. 2016., 18:02 - 18:41)

Strategijom negativne uljudnosti *umanjivanje nametanja* (Evo mogu nešto osobno reći o tome...) G1 započinje sljedeći razgovor, a zatim kritizira djelovanje jedne političke stranke. Na dodatno pitanje G2 odgovara strategijom *izazovi* (Mislite da bi samo radi raspuštanja da je HNS na vlasti?) na koju G2 ne reagira i ne odgovara, nego komunikaciju završava kratkim *Dobro* poručivši da ne želi ulaziti u rasprave s njim.

(240)

G1: Evo mogu nešto osobno reći o tome budući da sam bio protiv raspuštanja varaždinske organizacije i protiv raspuštanja brojnih drugih organizacija u Hrvatskoj.

G2: Ali ovdje recite konkretno da čujemo još neki poziv.

G1: Tri puta je raspušteno zadnjih petnaest godina. O čemu mi pričamo i zašto nemamo vlast u Varaždinu i zašto je HNS u Varaždinskoj županiji na vlasti? Zbog tri puta što je raspuštena u zadnjih 15 godina.

G2: Mislite da bi samo radi raspuštanja da je HNS na vlasti?

G1: A recite mi vi? Šta vi mislite?

G2: Dobro.

(Poligraf – politički grafik, 15. 1. 2016., 46:47 - 47-10)

c) Novinski tekstovi

U sljedećem je primjeru G1 je pokušao prikriveno izazvati i isprovocirati G2 navodeći da je mogao biti uspješniji u radu, nego što jest, što se G2 nije svidjelo te se to može primijetiti u njegovu glasu i odgovoru u kojemu poseže za dvjema neuljudnim strategijama, *izazovi* (*Što bih ja mogao napraviti? Otići u London i za početak prati suđe?*) i *izbjegavanje slaganja* (*Nisam neambiciozan, ali ne znam kako isprovocirati nešto tako da bi me netko nakon toga nazvao i ponudio mi ulogu.*), poručujući mu da nije u pravu i da je sa svojom kritikom prešao granicu uljudnosti.

(241)

G1: Jeste li nakon završetka snimanja serije „Posljednji partneri“ pomislili da biste se trebali više angažirati u inozemnim produkcijama?

G2: To je sasvim logično, ali ne mogu se ja potruditi, ne mogu ja to isprovocirati. Što bih ja mogao napraviti? Otići u London i za početak prati suđe? Nisam neambiciozan, ali ne znam kako isprovocirati nešto tako da bi me netko nakon toga nazvao i ponudio mi ulogu.

(Nacional, 8. 12. 2015., broj 919, str. 62.)

U sljedećem primjeru G2 nije štedio sugovornika te mu jasno daje do znanja da je u postavljenom pitanju prepoznao određeni stupanj provokacije. Iskazom *Mislím da sam vam na to pitanje već odgovorio* poručuje da ne želi više sudjelovati u razgovoru (strategija *neprihvatanje suradnje*), a strategijom *izazovi (Ili želite da navođenjem imena ti ljudi dožive sudbinu izbacivanja iz političke platforme Most?)* poručuje G1 da je prešao granicu koju neće tolerirati.

(242)

G1: Otkad ste bili izbačeni, nakon onog sastanka u Kotromanovićeve stanu, je li bilo pokušaja od ljudi iz Mosta i oko Mosta da nanovo stupe s vama u kontakt?

G2: Mislím da sam vam na to pitanje već odgovorio. Ili želite da navođenjem imena ti ljudi dožive sudbinu izbacivanja iz političke platforme Most?

(Globus, 27. 11. 2015., broj 1303, str. 13.)

Dominantnost je G2 u sljedećem primjeru prisutna od početka do kraja razgovora, a prožima ju određeni stupanj teatralnosti. Na prvo postavljeno pitanje G2 odgovara strategijom *izazovi (Mislíte li da sam se ja kandidirao da sjedim u Saboru ili budem neki ministrić, priljepak neke stranke?)* želeći izazvati sram kod G1 zbog postavljenog pitanja, a zatim hvali samoga sebe kako bi istaknuo svoju veličinu (*Jedino pravo mjesto za mene je mjesto hrvatskoga premijera jer imam najbolje reference, najbolja djela, najbolje godine, najbolju energiju, najbolje rezultate, najbolju viziju.*). G1 njegov iskaz nije obeshrabrio te nastavlja postavljati pitanja, a G2 odgovara istom strategijom kao i prvi put te nastavlja s hvalisanjem (*Ne. Zašto bi me to zanimalo? Pa ja sam 16 godina na mjestu gradonačelnika Zagreba, to je druga izvršna funkcija u zemlji.*). S trećim se postavljenim pitanjem G1 opet ne slaže pa poseže za strategijom *izazovi (Pa što onda ako iziskuje dosta novca?)*,

a zatim preuzima riječ i teatralno daje pojašnjenje koje završava još jednim izazovom (*Pa je li sramota da taj šator dolje stoji?*). S izazovom se ovaj put G1 složio s kratkim *Je* nakon čega G2 nastavlja govoriti u istom tonu posežući za neuljudnom strategijom *izazovi* dva puta, a iskazom *Molim vas* napada sugovornikov obraz poručujući mu da njegova interpretacija situacije nije razumna. Upotrebom je strategije *izazovi* G2 želio poručiti G1 da je smiješan sa svojim pitanjima.

(243)

G1: Vaša je koalicija već predstavila kandidate za ministre s vama kao premijerom na čelu. Na koji način sebe vidite kao premijera ako se zna, barem tako sugeriraju ankete, da će pobjedu odnijeti ili SDP-ova ili HDZ-ova koalicija?

G2: Mislite li da sam se ja kandidirao da sjedim u Saboru ili budem neki ministrić, priljepak neke stranke? Jedino pravo mjesto za mene je mjesto hrvatskoga premijera jer imam najbolje reference, najbolja djela, najbolje godine, najbolju energiju, najbolje rezultate, najbolju viziju.

G1: Ne bi vas zadovoljilo mjesto predsjednika Vlade?

G2: Ne. Zašto bi me to zanimalo? Pa ja sam 16 godina na mjestu gradonačelnika Zagreba, to je druga izvršna funkcija u zemlji.

G1: Branitelji traže da se izjednače prava branitelja HV-a i HVO-a, to iziskuje dosta novca, prema nekim izračunima najmanje dodatnih milijardu dolara iz proračuna.

G2: Pa što onda ako iziskuje dosta novca? A kome drugom bi trebalo dati nego braniteljima? Oni to zaslužuju. Samo morate biti osviješteni prijatelj hrvatskih branitelja i osjetiti domoljublje i Hrvatsku istinski u žilama, osjetiti te branitelje kao prijatelje, kao najzaslužnije ljude što danas imamo slobodu i demokraciju i što vi i ja ovdje sjedimo. Pa je li sramota da taj šator dolje stoji?

G1: Je.

G2: A čija sramota? Pa onih koji su na vlasti. Molim vas. Meni stanu vozila na Jakuševcu, ja ih moram riješiti. Kad sam Jakuševčanima dao rentu za umanjenu vrijednost nekretnina, što mislite, odakle sam dao? Pa iz proračuna. Čije su to pare? Pa Zagrepčana...

(*Nacional*, 3. 11. 2015., broj 914, str. 23.)

U sljedećem primjeru G1 poseže za neuljudnom strategijom *izazovi* (*Kako to da ga niste ništa pitali o razgovoru s Karamarkom?*) ne skrivajući čuđenje zbog postupaka G2, a nastavlja s kritikom koju pokušava prikriti izrazom *malo* (*Malo je čudno da vas to nije zanimalo.*), ali nije uspio jer G2 prepoznaje napad na obraz, ne ostaje mu dužan i uzvraća strategijama *izazovi* (*Zašto bih ga pitao?*) i *izbjegavanje slaganja* (*Ja tu doista ne vidim ništa problematično.*).

(244)

G1: Kako to da ga niste ništa pitali o razgovoru s Karamarkom? Malo je čudno da vas to nije zanimalo.

G2: Zašto bih ga pitao? Ja sam predsjednik Hrvatske inicijative za dijalog, pa neka čovjek razgovara. Ja tu doista ne vidim ništa problematično.

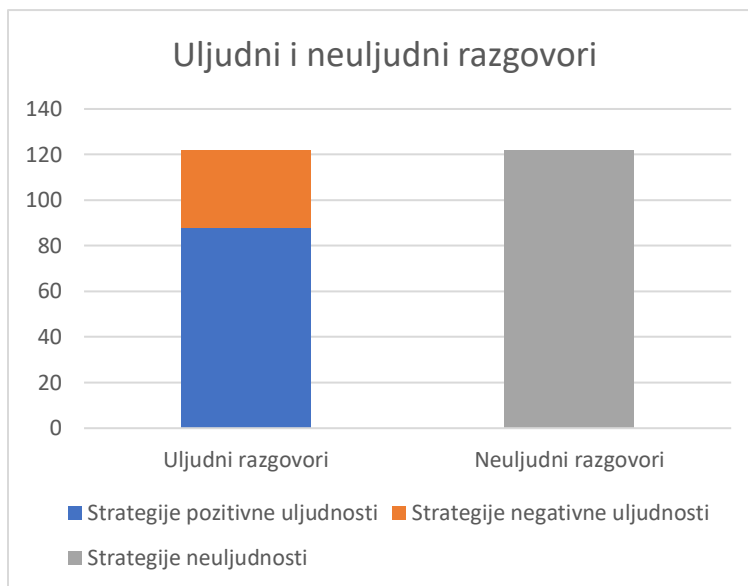
(*Globus*, 27. 11. 2015., broj 1303, str.15.)

3.3. Kvantitativna analiza

Skup podataka čini pet radijskih i pet televizijskih emisija te po pet brojeva tjednika (*Nacional*, *Story* i *Globus*). Obradeno je ukupno 244 razgovora s 234 sugovornika, tj. 651 primjera uporabe strategija. Ukupan je broj riječi u transkriptima televizijskih emisija 8760, radijskim emisijama 9895 i novinama 15849. Od ukupnog je broja razgovora jednak broj uljudnih i neuljudnih razgovora, tj. 122, a od ukupnog je broja sugovornika u svim medijima (234) muškaraca 131, a žena 103, ali nisu jednako raspodijeljeni u svima medijima. Broj je sugovornika u televizijskim emisijama 26, a od toga su samo 4 žene, a muškaraca je 22, odnosno pet i pol puta više. Po emisijama su sugovornici ovako raspodijeljeni: M 6 / Ž 0; M 3 / Ž 3; M 5 / Ž 0; M 4 / Ž 1; M 4 / Ž 0. Iz navedenog se može zaključiti da u tri televizijske emisije nema žena te je samo u jednoj emisiji jednak omjer muškaraca i žena, odnosno 3. U radijskim je emisijama broj sugovornika 23, a od toga je 16 muškaraca i 7 žena. Po emisijama su sugovornici raspodijeljeni kako slijedi: M 2 / Ž 3; M 2 / Ž 1; M 4 / Ž 1; M 5 / Ž 0; M 3 / Ž 2. Iz navedenog proizlazi da su u jednoj emisiji gostovali samo muškarci (5) te da ih je dva puta više nego žena. U novinskim je tekstovima broj sugovornika 185, a od toga je 93 muškaraca i 92 žene. Nesrazmjer je sugovornika po spolu u emisijama uživo u odnosu na sugovornike u novinama veći zato što je u televizijskim i radijskim emisijama točan

broj gostiju po emisiji (broj je stalan tijekom cijele emisije) koji se tijekom emisije izmjenjuju. U televizijskim je emisijama broj sugovornika od četiri do šest, a u radijskim emisijama od tri do pet. I u televizijskim i radijskim emisijama veći je broj muških sugovornika jer tema emisije diktira izbor gostiju, pa su, prema tome, izabrani govornici koji su najaktualniji u području zadane teme u tom trenutku, tj. oni koji mogu najviše reći o zadanoj temi, i igrom su slučaja to muškarci²⁴. U novinama broj sugovornika nije unaprijed točno određen, dosta je tekstova te je, prema tome, i broj sugovornika po određenom, tj. muškom spolu, veći što je i očekivano. Ovdje je potrebno istaknuti da je jedan od tjednika časopis *Story* te je bilo očekivano da će se pojavljivati (ne)razmjerno veći broj žena jer se obrađuju teme koje su više iz područja ženskih interesa (teme o modi, izgledu, uljepšavanju itd.). Slika 2. prikazuje jednak broj uljudnih (122) i neuljudnih razgovora (122), odnosno broj razgovora s uljudnim i neuljudnim strategijama. Pozitivna se uljudnost prepoznaje u 88 razgovora, a negativna uljudnost u 34 razgovora. Kako je istaknuto u poglavlju 2.1., glavni je kriterij u određivanju razgovora kao (ne)uljudnog bio, na temelju unaprijed utvrđenih i gore navedenih strategija, utvrditi kakav dojam ostavlja razgovor u cjelini po završetku razgovora, odnosno kako je tekao razgovor. Razgovori u kojima su svi sugovornici uljudni definirani su kao uljudni razgovori, dok su neuljudni razgovori oni u kojima su svi ili pojedini sugovornici neuljudni. Dakle, svaki razgovor u kojemu je bilo prijetnji obrazu bar s jedne strane, definiran je kao neuljudan.

²⁴ Ovdje treba spomenuti istraživanje Felgera, Lesinger i Tante (2017) o političkoj i medijskoj rodnoj diskriminaciji informativnih emisija triju nacionalnih televizija – HRT, NOVA TV i RTL u razdoblju izborne kampanje za parlamentarne izbore 2016. godine u Hrvatskoj. Istraživanje pokazuje da su se žene rijetko pojavljivale u medijskom prostoru jer su muškarci nositelji stranačkih lista i predizbornih kampanji pa su prema tome i češći sudionici medijskih sadržaja na televiziji. Iako su sve tri televizije pokazale da ne postoji rodna ravnopravnost u programima, stranačke, tj. političke elite ipak odlučuju o pojavljivanju muškaraca i žena u medijima. Autori zaključuju da „prezentiranje žena u medijima dovoljno jasno i bez okolišanja govori o položaju same žene u suvremenom društvu: ono je još uvijek patrijarhalno društvo u kojem prvenstveno dominiraju muška načela i potrebe.“ (Felger, Lesinger, Tanta 2017: 85). Nekoliko godina kasnije, tj. od 1. do 31. listopada 2021. godine Agencija za elektroničke medije provela je kvantitativnu analizu središnjih informativnih emisija u istim nacionalnim televizijama s ciljem utvrđivanja pojavnosti žena u medijskom prostoru. Analizom 93 emisije utvrđeno je da su se žene pojavljivale u 889 priloga od sveukupno 2439 što je znatno manje u odnosu na istraživanje iz 2014. i 2015. kada su se žene najviše pojavljivale u temama vezanim za zdravlje, a muškarci u svim ostalim tematskim područjima (društvo i pravni okvir, politika i vlada, zločin i nasilje, ekonomija, kultura, sport, zvijezde, civilno društvo i teme vezane za rod).
(izvor : <https://www.zeneimediji.hr/analiza-vidljivosti-zena-u-sredisnjim-informativnim-emisijama-najgledanijih-nacionalnih-televizija/>)



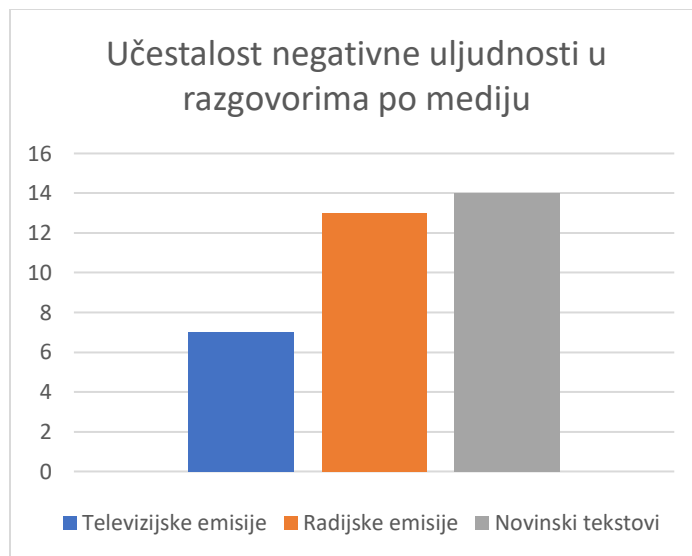
Slika 2. Broj uljudnih i neuljudnih razgovora

Pozitivne je uljudnosti najviše u razgovorima u novinskim tekstovima (65), zatim u televizijskim emisijama (22), a najmanje u radijskim emisijama (11) (Slika 3.).



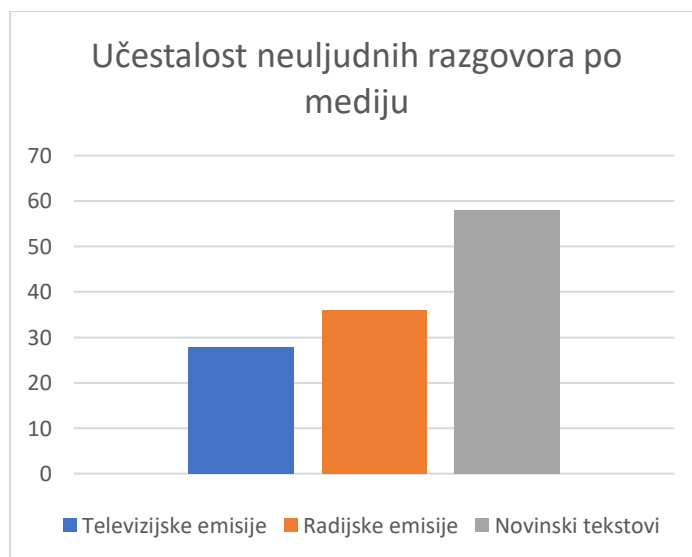
Slika 3. Učestalost pozitivne uljudnosti u razgovorima po mediju

Negativna se uljudnost također najviše javlja u razgovorima u novinskim tekstovima (14), jedan razgovor manje je u radijskim emisijama (13), a najmanje u razgovorima u televizijskim emisijama (7) (Slika 4.).



Slika 4. Učestalost negativne uljudnosti u razgovorima po mediju

Od ukupnog je broja neuljudnih razgovora najviše neuljudnih razgovora zabilježeno u novinskim tekstovima (58), u radijskim emisijama ih je 36, a u televizijskim emisijama najmanje, tj. 28, kao što se može vidjeti na Slici 5.



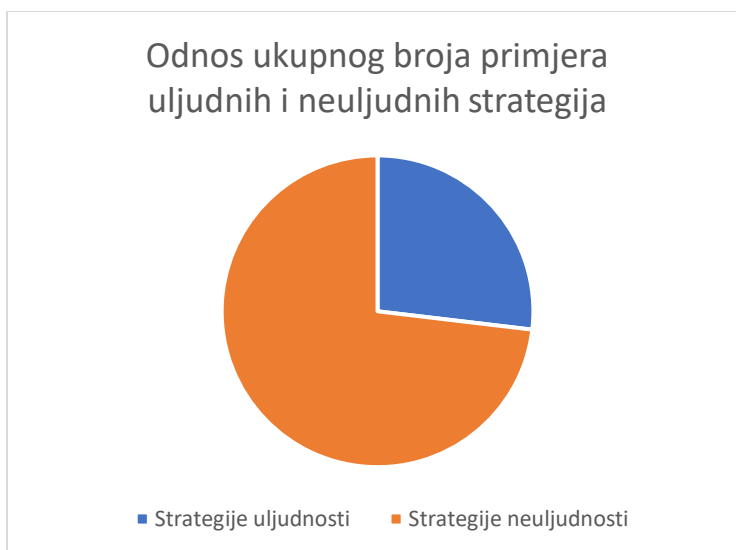
Slika 5. Učestalost neuljudnih razgovora po mediju

Ukupan je broj obrađenih primjera strategija u svim medijima, odnosno televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima, 651. Od toga je 175 primjera uljudnih strategija te 476 primjera neuljudnih strategija. Od ukupnog je zbroja primjera uljudnih strategija (175) primjera strategija pozitivne uljudnosti 118, a primjera strategija negativne uljudnosti 57 (Tablica 1.).

Tablica 1. Ukupan broj obrađenih primjera strategija u svim medijima

UKUPAN BROJ PRIMJERA STRATEGIJA (ULJUDNIH I NEULJUDNIH) (651)					
Broj primjera uljudnih strategija (175)				Broj primjera neuljudnih strategija (476)	
Broj primjera strategija pozitivne uljudnosti (118)		Broj primjera strategija negativne uljudnosti (57)		/	/
Muškarci (92)	Žene (26)	Muškarci (35)	Žene (22)	Muškarci (400)	Žene (76)

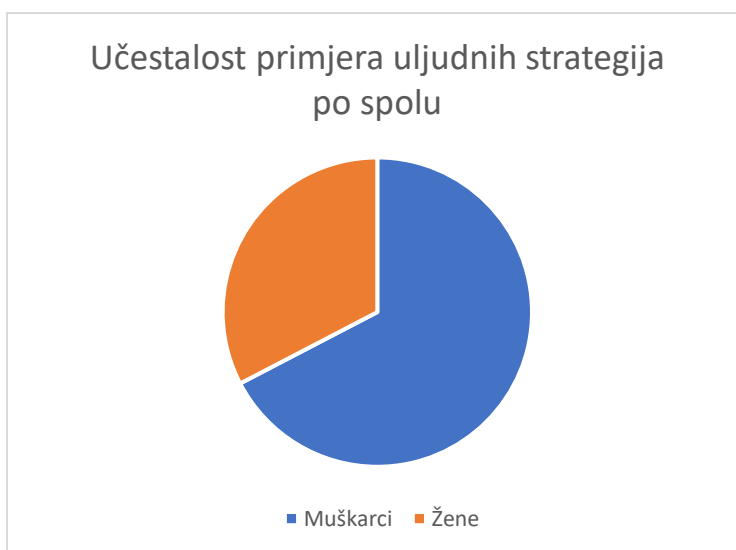
Odnos ukupnog broja primjera uljudnih i neuljudnih strategija može se vidjeti na Slici 6.



Slika 6. Odnos ukupnog broja primjera uljudnih i neuljudnih strategija

3.3.1. Učestalost primjera uljudnih strategija po spolu²⁵

Od ukupnog su zbroja primjera uljudnih strategija (175) muškarci upotrijebili uljudne strategije 127 puta, a žene 48 puta, odnosno prosjek je upotrebe primjera uljudnih strategija po muškarcu 0.97, a po ženi 0.47²⁶ (Slika 7.). Primjera strategija pozitivne uljudnosti od toga je 118, a primjera strategija negativne uljudnosti 57. Primjere strategija pozitivne uljudnosti muškarci su upotrijebili 92 puta, tj. prosjek je njihove upotrebe po muškarcu 0.70, a žene 26, tj. prosjek je po ženi 0.25²⁷. Primjere strategija negativne uljudnosti muškarci su upotrijebili 35 puta, tj. prosjek je njihove upotrebe po muškarcu 0.27, a žene 22, tj. prosjek je po ženi 0.21 (Slika 7.)²⁸.



Slika 7. Učestalost primjera uljudnih strategija po spolu

²⁵ Ovdje treba istaknuti da određivanje prosjeka po spolu nije u funkciji uspoređivanja muškaraca i žena po pojavnosti, tj. učestalosti strategija u medijima, budući da broj muškaraca i žena koji proizlazi iz skupa podataka nije ujednačen niti približan, nego se prosjek odredio unutar istoga spola u pojedinom mediju.

²⁶ Dobiveni je prosjek upotrebe primjera uljudnih strategija po spolu obrađen na način da se broj primjera uljudnih strategija dijeli sa sveukupnim brojem muškaraca ili žena koji su se pojavljivali u promatranom skupu podataka. Sveukupan je broj muškaraca u skupu podataka 131 te su muškarci 127 puta upotrijebili uljudne strategije, iz čega proizlazi da je prosjek upotrebe uljudnih strategija po muškarcu 0.97 (127 primjera strategija/131 muškarac = 0.97). Sveukupan je broj žena u skupu podataka 103 te su žene 48 puta upotrijebile uljudne strategije, iz čega proizlazi da je prosjek upotrebe uljudnih strategija po ženi 0.47 (48 primjera strategija/103 žene = 0.47).

²⁷ Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po muškarcu 0.70, tj. obrađen je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti (92) sa sveukupnim brojem muškaraca u promatranom skupu podataka (131): $92/131 = 0.70$. Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po ženi 0.25, tj. obrađen je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti (26) sa sveukupnim brojem žena u medijima (103): $26/103 = 0.25$.

²⁸ Prosjek je upotrebe strategija negativne uljudnosti po muškarcu 0.27, tj. obrađen je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti (35) sa sveukupnim brojem muškaraca u promatranom skupu podataka (131): $35/131 = 0.27$. Prosjek je upotrebe strategija negativne uljudnosti po ženi 0.21, tj. obrađen je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti (22) sa sveukupnim brojem žena u promatranom skupu podataka (103): $22/103 = 0.21$.

U Tablici 2. može se vidjeti učestalost upotrebe primjera strategija pozitivne uljudnosti u medijima po spolu iz koje proizlazi da su ih muškarci najviše upotrebljavali u radijskim emisijama (1.81 po muškarcu), a žene u televizijskim emisijama (0.5 po ženi). U televizijskim emisijama ih upotrebljavaju 0.82 po muškarcu, a u novinskim tekstovima najmanje, tj. 0.48. Žene u radijskim emisijama ne posežu za ovom strategijom, a u novinskim se tekstovima pojavljuju 0.26 po ženi²⁹.

Tablica 2. Učestalost primjera strategija pozitivne uljudnosti u medijima po spolu

SPOL	MUŠKARCI			ŽENE		
	Broj primjera strategija pozitivne uljudnosti u mediju (sveukupno: 92)	Broj muškaraca u mediju	Prosjek upotrebe primjera strategija pozitivne uljudnosti po muškarcu	Broj primjera strategija pozitivne uljudnosti u mediju (sveukupno: 26)	Broj žena u mediju	Prosjek upotrebe primjera strategija pozitivne uljudnosti po ženi
Televizijske emisije	18	22	0.82	2	4	0.5
Radijske emisije	29	16	1.81	0	7	0
Novinski tekstovi	45	93	0.48	24	92	0.26

Primjera strategija negativne uljudnosti ukupno je 57, tj. muškarci su ih upotrijebili 35 puta, a žene 22. U Tablici 3. može se vidjeti njihova učestalost u medijima po spolu iz koje proizlazi da su ih muškarci najviše upotrebljavali u televizijskim emisijama (prosjek upotrebe po muškarcu je

²⁹ Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po muškarcu u televizijskim emisijama 0.82, tj. dobiven je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti u televizijskim emisijama (18) s brojem muškaraca u televizijskim emisijama (22). Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po muškarcu u radijskim emisijama 1.81, tj. dobiven je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti u radijskim emisijama (29) s brojem muškaraca u radijskim emisijama (16). Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po muškarcu u novinskim tekstovima 0.48, tj. dobiven je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti u novinskim tekstovima (45) s brojem muškaraca u novinskim tekstovima (93). Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po ženi u televizijskim emisijama 0.5, tj. dobiven je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti u televizijskim emisijama (2) s brojem žena u televizijskim emisijama (4). Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po ženi u radijskim emisijama 0, tj. dobiven je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti u radijskim emisijama (0) s brojem žena u radijskim emisijama (7). Prosjek je upotrebe strategija pozitivne uljudnosti po ženi u novinskim tekstovima 0.26, tj. dobiven je podjelom primjera strategija pozitivne uljudnosti u novinskim tekstovima (24) s brojem žena u novinskim tekstovima (92).

0.86), zatim u radijskim emisijama (prosjeak po muškarcu je 0.25), a najmanje u novinskim tekstovima (prosjeak po muškarcu je 0.13). Žene primjere strategija negativne uljudnosti u televizijskim emisijama prosječno po ženi upotrebljavaju 2, u radijskim emisijama 1.14, a u novinskim tekstovima 0.06³⁰.

Tablica 3. Učestalost primjera strategija negativne uljudnosti u medijima po spolu

SPOL	MUŠKARCI			ŽENE		
	Broj primjera strategija negativne uljudnosti u mediju (sveukupno: 35)	Broj muškaraca u mediju	Prosjeak upotrebe primjera strategija negativne uljudnosti po muškarcu	Broj primjera strategija negativne uljudnosti u mediju (sveukupno: 22)	Broj žena u mediju	Prosjeak upotrebe primjera strategija negativne uljudnosti po ženi
Televizijske emisije	19	22	0.86	8	4	2
Radijske emisije	4	16	0.25	8	7	1.14
Novinski tekstovi	12	93	0.13	6	92	0.06

Iz navedenih rezultata iz Tablice 2. i Tablice 3. proizlazi da su muškarcu najčešće uljudni u radijskim emisijama, žene u televizijskim emisijama, a najmanje u novinskim tekstovima (Tablica

³⁰ Prosjeak je upotrebe strategija negativne uljudnosti po muškarcu u televizijskim emisijama 0.86, tj. dobiven je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti u televizijskim emisijama (19) s brojem muškaraca u televizijskim emisijama (22). Prosjeak je upotrebe strategija negativne uljudnosti po muškarcu u radijskim emisijama 0.25, tj. dobiven je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti u radijskim emisijama (4) s brojem muškaraca u radijskim emisijama (16). Prosjeak je upotrebe strategija negativne uljudnosti po muškarcu u novinskim tekstovima 0.13, tj. dobiven je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti u novinskim tekstovima (12) s brojem muškaraca u novinskim tekstovima (93). Prosjeak je upotrebe strategija negativne uljudnosti po ženi u televizijskim emisijama 2, tj. dobiven je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti u televizijskim emisijama (8) s brojem žena u televizijskim emisijama (4). Prosjeak je upotrebe strategija negativne uljudnosti po ženi u radijskim emisijama 1.14, tj. dobiven je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti u radijskim emisijama (8) s brojem žena u radijskim emisijama (7). Prosjeak je upotrebe strategija negativne uljudnosti po ženi u novinskim tekstovima 0.06, tj. dobiven je podjelom primjera strategija negativne uljudnosti u novinskim tekstovima (6) s brojem žena u novinskim tekstovima (92).

4.). Rezultati u Tablici 4. dobiveni su zbrojem prosjeka upotrebe primjera strategija pozitivne uljudnosti i prosjeka upotrebe strategija negativne uljudnosti.

Tablica 4. Učestalost primjera uljudnih strategija (pozitivnih i negativnih) u medijima po spolu

SKUP PODATAKA	MUŠKARCI	ŽENE
Televizijske emisije	1.68	2.5
Radijske emisije	2.06	1.14
Novinski tekstovi	0.61	0.32

3.3.2. Učestalost primjera uljudnih strategija po mediju

Zbrojem primjera strategija pozitivne i negativne uljudnosti mogu se izvesti zaključci o ukupnoj učestalosti primjera uljudnih strategija po mediju. Iz navedenog proizlazi da je najviše primjera uljudnih strategija zastupljeno u novinskim tekstovima (87), zatim slijede televizijske emisije (47) i na koncu radijske emisije (41). Od ukupnog je zbroja primjera uljudnih strategija pozitivne uljudnosti najviše u novinskim tekstovima (69), zatim u radijskim emisijama (29), a najmanje u televizijskim emisijama (20). Primjera strategija negativne uljudnosti najviše je u televizijskim emisijama (27), slijede novinski tekstovi (18) i radijske emisije (12) (Tablica 5.).

Tablica 5. Učestalost primjera uljudnih strategija po mediju

SKUP PODATAKA U MEDIJIMA (sveukupno 175)	PRIMJERI STRATEGIJA POZITIVNE ULJUDNOSTI (sveukupno 118)	PRIMJERI STRATEGIJA NEGATIVNE ULJUDNOSTI (sveukupno 57)
Televizijske emisije (47)	20	27
Radijske emisije (41)	29	12
Novinski tekstovi (87)	69	18

3.3.3. Strategije pozitivne uljudnosti po broju ponavljanja (učestalosti)

U Tablici 6. može se vidjeti broj ponavljanja primjera strategija pozitivne uljudnosti izražen u postotcima. Iz navedenog proizlazi da je od ukupno deset strategija pozitivne uljudnosti zabilježeno 118 ponavljanja, a najčešće su se pojavljivale sljedeće strategije: *pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku* (28), *slaganje sa sugovornikom* (24), *šale* (21) te *povećanje sugovornikova interesa* (14). Strategija *ponude i obećanja* nije potvrđena u medijima, a ostale se strategije ponavljaju manje od deset puta: *izražavanje interesa prema*

sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini) (9), izbjegavanje izražavanja neslaganja (9), upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici) (6), optimizam (6), govornik tvrdi da brine o sugovornikovim osjećajima (1).

Tablica 6. Učestalost strategija pozitivne uljudnosti (ukupno muškarci i žene)

STRATEGIJE POZITIVNE ULJUDNOSTI	BROJ PONAVLJANJA	POSTOTAK
Pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)	28	23.73 %
Slaganje sa sugovornikom	24	20.34 %
Šale	21	17.80 %
Povećanje sugovornikova interesa	14	11.86 %
Izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)	9	7.62 %
Izbjegavanje izražavanja neslaganja	9	7.62 %
Upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici)	6	5.09 %
Optimizam	6	5.09 %
Govornik tvrdi da brine o sugovornikovim osjećajima	1	0.85 %
Ponude i obećanja	0	0

3.3.4. Učestalost primjera strategija pozitivne uljudnosti po spolu

Uspoređivanjem rezultata po spolu mogu se izvesti zaključci o tome koliko često muškarci i žene upotrebljavaju pojedinu strategiju pozitivne uljudnosti u svome govoru. Iz navedenih rezultata, prikazanih u Tablici 7., proizlazi da su muškarci najčešće upotrebljavali sljedeće strategije: *slaganje sa sugovornikom* (24), *šale* (18), *pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)* (14) te *povećanje sugovornikova interesa* (12). Navedene se strategije nisu jednako pojavljivale u svim medijima pa tako strategije *pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)* te *povećanje sugovornikova interesa* u

televizijskim emisijama nisu pronađene niti jednom. Strategije za kojima sugovornici najmanje posežu i koje se pojavljuju manje od deset puta su: *izbjegavanje izražavanja neslaganja* (9), *upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici)* (6) i *optimizam* (6). *Izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)* pojavljuje se dva puta, strategija kojom govornik tvrdi da brine o sugovornikovim osjećajima jednom, a strategija *ponude i obećanja* niti jednom. Za razliku od muškaraca, žene su rjeđe upotrebljavale strategije pozitivne uljudnosti, a strategija s najvećim brojem ponavljanja, tj. 14, jest *pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)* te se ta strategija potvrđuje samo u novinskim tekstovima. Zatim slijedi strategija *izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)* sa 7 ponavljanja, šale s 3 te *povećanje sugovornikova interesa* s 2.

Tablica 7. Učestalost strategija pozitivne uljudnosti po spolu (u zagradi se slijedom navodi broj ponavljanja strategija u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima)

STRATEGIJE POZITIVNE ULJUDNOSTI	MUŠKARCI (sveukupno 92)	ŽENE (sveukupno 26)
Pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)	14 (0, 4, 10)	14 (0, 0, 14)
Slaganje sa sugovornikom	24 (5, 14, 5)	0
Šale	18 (10, 1, 7)	3 (1, 0, 2)
Povećanje sugovornikova interesa	12 (0, 2, 10)	2 (0, 0, 2)
Izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)	2 (0, 0, 2)	7 (1, 0, 6)
Izbjegavanje izražavanja neslaganja	9 (2, 1, 6)	0
Upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici)	6 (1, 4, 1)	0
Optimizam	6 (0, 2, 4)	0
Govornik tvrdi da brine o sugovornikovim osjećajima	1 (0, 1, 0)	0
Ponude i obećanja	0	0

Nadalje, čak šest strategija žene ne upotrebljavaju niti u jednom mediju, a to su: *slaganje sa sugovornikom, izbjegavanje izražavanja neslaganja, upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici), optimizam, govornik tvrdi da se brine o sugovornikovim osjećajima te ponude i obećanja*. Zanimljivo je da je *slaganje sa sugovornikom* strategija pozitivne uljudnosti koju muškarci najviše upotrebljavaju, a žene niti jednom.

3.3.5. Strategije negativne uljudnosti po učestalosti

Tablica 8. prikazuje broj ponavljanja strategija negativne uljudnosti, izraženih u postotcima, iz koje proizlazi da je od ukupno sedam strategija negativne uljudnosti zabilježeno 57 ponavljanja, a najčešće su se pojavljivale sljedeće strategije: *ograde* (26), *umanjivanje nametanja* (12) te *iskazivanje poštovanja* (7). Strategije *isprike* i *otvoreno priznavanje duga* potvrđuju se svaka po pet puta, a *pesimizam* i *konvencionalizirana indirektnost* samo jednom.

Tablica 8. Učestalost strategija negativne uljudnosti (ukupno muškarci i žene)

STRATEGIJE NEGATIVNE ULJUDNOSTI	BROJ PONAVLJANJA	POSTOTCI
Ograde	26	45.61 %
Umanjivanje nametanja	12	21.05 %
Iskazivanje poštovanja	7	12.28 %
Isprike	5	8.77 %
Otvoreno priznavanje duga	5	8.77 %
Konvencionalizirana indirektnost	1	1.76 %
Pesimizam	1	1.76 %

3.3.6. Učestalost strategija negativne uljudnosti po spolu

Uspoređivanjem rezultata po spolu može se zaključiti da su muškarci češće upotrebljavali strategije negativne uljudnosti u svom govoru nego žene. Prema tome, s najvećim se brojem ponavljanja potvrđuje strategija *ograde* (21), slijedi strategija *umanjivanje nametanja* (7), a ostale se strategije pojavljuju tek par puta: *iskazivanje poštovanja* tri puta, *isprike* i *otvoreno priznavanje duga* dva puta te *konvencionalizirana indirektnost* i *pesimizam* samo jednom. Žene podjednakim brojem ponavljanja upotrebljavaju sve strategije negativne uljudnosti: *ograde*, *umanjivanje nametanja* i *isprike* pet puta, *iskazivanje poštovanja* četiri puta te *otvoreno priznavanje duga* tri puta. Strategije *konvencionalizirana indirektnost* i *pesimizam* ne potvrđuju se niti jednom (Tablica 9.).

Tablica 9. Učestalost strategija negativne uljudnosti po spolu (u zagradi se slijedom navodi broj ponavljanja strategija u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima)

STRATEGIJE NEGATIVNE ULJUDNOSTI	MUŠKARCI (sveukupno 35)	ŽENE (sveukupno 22)
Ograde	21 (12, 2, 7)	5 (4, 1, 0)
Umanjivanje nametanja	7 (2, 2, 3)	5 (2, 3, 0)
Iskazivanje poštovanja	3 (3, 0, 0)	4 (0, 2, 2)
Isprike	0 (0, 0, 0)	5 (2, 2, 1)
Otvoreno priznavanje duga	2 (0, 0, 2)	3 (0, 0, 3)
Konvencionalizirana indirektnost	1 (1, 0, 0)	0
Pesimizam	1 (1, 0, 0)	0

Analizom učestalosti uljudnih strategija može se primijetiti da se određene uljudne strategije ne potvrđuju u medijima: šest u televizijskim emisijama, pet u radijskim emisijama te četiri u novinskim tekstovima. Od toga je devet strategija pozitivne uljudnosti te šest strategija negativne uljudnosti. Strategija *ponude i obećanja* ne potvrđuje se u niti jednom mediju. U televizijskim se emisijama ne potvrđuje pet strategija pozitivne uljudnosti te jedna strategija negativne uljudnosti, a razlog je tomu ograničen broj primjera dobiven iz navedenog skupa podataka:

- *pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku)*
- *povećanje sugovornikova interesa*
- *optimizam*
- *govornik tvrdi da brine o sugovornikovim osjećajima*
- *ponude i obećanja*
- *otvoreno priznavanje duga.*

U radijskim se emisijama od pet strategija ne pojavljuju dvije strategije pozitivne uljudnosti te tri strategije negativne uljudnosti:

- *izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama, imovini)*
- *ponude i obećanja*
- *konvencionalizirana indirektnost*
- *pesimizam*

- *otvoreno priznavanje duga.*

U novinskim su tekstovima to dvije strategije pozitivne uljudnosti i dvije strategije negativne uljudnosti:

- *govornik tvrdi da brine o sugovornikovim osjećajima*
- *ponude i obećanja*
- *konvencionalizirana indirektnost*
- *pesimizam.*

Kada se usporede rezultati istraživanja po spolu, muškarci ne upotrebljavaju jednu strategiju u niti jednom mediju, tj. *ponude i obećanja*, a žene čak osam strategija: *slaganje sa sugovornikom, izbjegavanje izražavanja neslaganja, upotreba markera koji ukazuju na pripadnost određenoj grupi (zajednici), optimizam, govornik tvrdi da brine o sugovornikovim osjećajima, ponude i obećanja, konvencionalizirana indirektnost i pesimizam.* Iz navedenog se može zaključiti da na pojavnost pojedinih strategija utječu uloge i funkcije sugovornika u komunikaciji.

Za aktivaciju je strategija pozitivne uljudnosti nužna socijalna povezanost među sugovornicima, emocionalna i fizička, a budući da su sugovornici u navedenim medijima socijalno udaljeni, nepojavljivanje je pojedinih strategija pozitivne uljudnosti očekivano. S druge strane, negativna uljudnost zahtijeva manju ili nikakvu socijalnu bliskost tako da je broj neostvarenih strategija manji.

3.3.7. Učestalost primjera neuljudnih strategija po spolu

Ukupan je zbroj primjera neuljudnih strategija u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima 476, a od toga su muškarci za njima posegnuli 400 puta, a žene 76 puta, tj. prosjek je upotrebe primjera neuljudnih strategija po muškarcu 3.05, a po ženi 0.74 (Slika 8.)³¹.



Slika 8. Učestalost primjera neuljudnih strategija po spolu

U Tablici 10. može se vidjeti učestalost primjera neuljudnih strategija u medijima po spolu iz koje proizlazi da su muškarci i žene prosječno najviše neuljudni u radijskim emisijama (8.18 po muškarcu i 8.43 po ženi), zatim televizijskim emisijama (6.95 po muškarcu i 1.75 po ženi), a najmanje u novinskim tekstovima (1.24 po muškarcu i 0.11 po ženi)³².

³¹ Dobiveni je prosjek upotrebe primjera neuljudnih strategija po spolu obrađen na način da se broj primjera neuljudnih strategija dijeli sa sveukupnim brojem muškaraca ili žena koji su se pojavljivali u medijima. Sveukupan je broj muškaraca u skupu podataka 131 te su muškarci 400 puta upotrijebili neuljudne strategije iz čega proizlazi da je prosjek upotrebe neuljudnih strategija po muškarcu 3.05 ($400 \text{ primjera strategija} / 131 \text{ muškarac} = 3.05$). Sveukupan je broj žena u skupu podataka 103 te su žene 76 puta upotrijebile neuljudne strategije iz čega proizlazi da je prosjek upotrebe neuljudnih strategija po ženi 0.74 ($76 \text{ primjera strategija} / 103 \text{ žene} = 0.74$).

³² Prosjek je upotrebe neuljudnih strategija po muškarcu u televizijskim emisijama 6.95, tj. dobiven je podjelom primjera neuljudnih strategija u televizijskim emisijama (153) s brojem muškaraca u televizijskim emisijama (22). Prosjek je upotrebe neuljudnih strategija po muškarcu u radijskim emisijama 8.18, tj. dobiven je podjelom primjera neuljudnih strategija u radijskim emisijama (131) s brojem muškaraca u radijskim emisijama (16). Prosjek je upotrebe neuljudnih strategija po muškarcu u novinskim tekstovima 1.24, tj. dobiven je podjelom primjera neuljudnih strategija u novinskim tekstovima (116) s brojem muškaraca u novinskim tekstovima (93). Prosjek je upotrebe neuljudnih strategija po ženi u televizijskim emisijama 1.75, tj. dobiven je podjelom primjera neuljudnih strategija u televizijskim emisijama (7) s brojem žena u televizijskim emisijama (4). Prosjek je upotrebe neuljudnih strategija po ženi u radijskim emisijama 8.43, tj. dobiven je podjelom primjera neuljudnih strategija u radijskim emisijama (59) s brojem žena u

Tablica 10. Učestalost primjera neuljudnih strategija u medijima po spolu

SPOL	MUŠKARCI			ŽENE		
	Broj primjera neuljudnih strategija u mediju (sveukupno: 400)	Broj muškaraca u mediju	Prosjek upotrebe primjera neuljudnih strategija po muškarcu	Broj primjera neuljudnih strategija u mediju (sveukupno: 76)	Broj žena u mediju	Prosjek upotrebe primjera neuljudnih strategija po ženi
Televizijske emisije	153	22	6.95	7	4	1.75
Radijske emisije	131	16	8.18	59	7	8.43
Novinski tekstovi	116	93	1.24	10	92	0.11

3.3.8. Učestalost primjera neuljudnih strategija po mediju

Zbrojem neuljudnih strategija mogu se izvesti zaključci o ukupnoj učestalosti primjera neuljudnih strategija po mediju. Iz navedenog proizlazi da je ukupno najviše primjera neuljudnih strategija zastupljeno u radijskim emisijama (190), po broju slijede televizijske emisije (160), a najmanje ih je u novinskim tekstovima (126) kako je navedeno u Tablici 11.

Tablica 11. Učestalost primjera neuljudnih strategija u mediju

MEDIJ	NEULJUDNE STRATEGIJE
Televizijske emisije	160
Radijske emisije	190
Novinski tekstovi	126

Kada se usporede rezultati učestalosti uljudnih i neuljudnih strategija u medijima, može se zaključiti kako je najviše neuljudnih strategija u radijskim emisijama (190), a najmanje u

radijskim emisijama (7). Prosjek je upotrebe neuljudnih strategija po ženi u novinskim tekstovima je 0.11, tj. dobiven podjelom primjera neuljudnih strategija u novinskim tekstovima (10) s brojem žena u novinskim tekstovima (92).

novinskim tekstovima (126). Suprotno tomu, uljudnih je strategija najviše u novinskim tekstovima (87), a u radijskim (41) i televizijskim emisijama podjednak broj (47).

3.3.9. Učestalost neuljudnih strategija

U Tablici 12. može se vidjeti ukupan broj ponavljanja neuljudnih strategija (ukupno za muškarce i žene) u svim medijima.

Tablica 12. Učestalost neuljudnih strategija (ukupno muškarci i žene)

STRATEGIJE NEULJUDNOSTI	BROJ PONAVLJANJA	POSTOTCI
Ometanje sugovornika	81	17.02 %
Oštar prijekor	68	14.29 %
Izazovi	61	12.82 %
Izbjegavanje slaganja	48	10.09 %
Kritiziranje sugovornika njegovo djelovanje i nerad	47	9.87 %
Omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika	45	9.45 %
Upotreba tabu riječi	44	9.24 %
Upotreba neprimjerenih markera identifikacije	28	5.88 %
Nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije	13	2.73 %
Neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom	12	2.52 %
Povezivanje sugovornika s negativnim aspektima	9	1.89 %
Prijetnje	8	1.68 %
Zauzimanje sugovornikova prostora	7	1.47 %
Razgovor o osjetljivim temama	3	0.63 %
Otvoreno isticanje sugovornikova duga	2	0.042 %
Upotreba nepoznatog ili tajnog jezika	0	0 %

Iz navedenog proizlazi da je od ukupno šesnaest neuljudnih strategija zabilježeno 476 ponavljanja, a najviše su se ponavljale sljedeće strategije: *ometanje sugovornika* (81), *oštar prijekor* (68), *izazovi* (61), *izbjegavanje slaganja* (48), *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad* (47), *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* (45), *upotreba tabu riječi* (44) te *upotreba neprimjerenih markera identifikacije* (28). Strategija *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije* pojavljuje se 13 puta, a *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* jednom manje. Neuljudne strategije koje su zabilježene manje od deset ponavljanja su: *povezivanje sugovornika s negativnim aspektima* (9), *prijetnje* (8), *zauzimanje sugovornikova prostora* (7), *razgovor o osjetljivim temama* (3) te *otvoreno priznavanje duga* (2). Samo se jedna strategija ne potvrđuje u medijima, tj. *upotreba nepoznatog ili tajnog jezika*.

Uspoređivanjem rezultata po spolu može se zaključiti da su muškarci češće upotrebljavali neuljudne strategije u svom govoru nego žene, kako je i prikazano u tablici niže. S najvećim brojem ponavljanja potvrđuju se strategije: *ometanje sugovornika* (63), *oštar prijekor* (53), *izazovi* (52), *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* (44), *upotreba tabu riječi* (44), *izbjegavanje slaganja* (42), *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad* (33) te *upotreba neprimjerenih markera identifikacije* (28). Sugovornici najmanje posežu za sljedećim strategijama: *neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* (11), *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije* (10), *prijetnje* (7), *povezivanje sugovornika s negativnim aspektima* (5), *zauzimanje sugovornikova prostora* (5), *otvoreno isticanje sugovornikova duga* (2), *razgovor o osjetljivim temama* (1). *Upotreba nepoznatog ili tajnog jezika* jedina je neuljudna strategija koja se ne potvrđuje u medijima.

Tri su neuljudne strategije koje žene najčešće upotrebljavaju u svome govoru: *ometanje sugovornika* (18), *oštar prijekor* (15), *upotreba tabu riječi* (14), *izazovi* (9) te *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* (6). Manje od pet puta posežu za strategijama: *povezivanje sugovornika s negativnim aspektima* (4), *nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije* (3), *zauzimanje sugovornikova prostora* (2) te *razgovor o osjetljivim temama* (2). Neke se strategije pojavljuju samo jednom: *izbjegavanje slaganja, neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom* i *prijetnje*. Čak četiri strategije žene ne upotrebljavaju u govoru: *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad, upotreba neprimjerenih markera*

identifikacije, otvoreno isticanje sugovornikova duga te upotreba nepoznatog ili tajnog jezika (Tablica 13.).

Tablica 13. Učestalost neuljudnih strategija po spolu (u zagradi se slijedom navodi broj primjera strategija u televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima)

STRATEGIJE NEULJUDNOSTI	MUŠKARCI	ŽENE
Ometanje sugovornika	63 (44, 19, 0)	18 (0, 18, 0)
Oštar prijekor	53 (24, 18, 11)	15 (0, 14, 1)
Izazovi	52 (23, 13, 16)	9 (2, 5, 2)
Omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika	44 (10, 16, 18)	6 (0, 6, 0)
Upotreba tabu riječi	44 (3, 14, 27)	14 (4, 8, 2)
Izbjegavanje slaganja	42 (21, 15, 6)	1 (0, 1, 0)
Kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad	33 (7, 16, 10)	0
Upotreba neprimjerenih markera identifikacije	28 (11, 5, 12)	0
Nezainteresiranost i nepokazivanje brige i simpatije	10 (4, 5, 1)	3 (1, 1, 1)
Neprihvatanje suradnje i zajedničke pozadine sa sugovornikom	11 (4, 1, 6)	1 (0, 1, 0)
Povezivanje sugovornika s negativnim aspektima	5 (1, 1, 3)	4 (0, 4, 0)
Prijetnje	7 (1, 3, 3)	1 (0, 1, 0)
Zauzimanje sugovornikova prostora	5 (0, 5, 0)	2 (0, 0, 2)
Razgovor o osjetljivim temama	1 (0, 0, 1)	2 (0, 0, 2)
Otvoreno isticanje sugovornikova duga	2 (0, 0, 2)	0
Upotreba nepoznatog ili tajnog jezika	0	0

Analizom učestalosti neuljudnih strategija može se primijetiti da se pet strategija ne potvrđuje u medijima: *razgovor o osjetljivim temama, upotreba nepoznatog ili tajnog jezika, zauzimanje sugovornikova prostora, otvoreno isticanje sugovornikova duga te ometanje sugovornika (fizički)*. Svih pet strategija nije potvrđeno u televizijskim emisijama, četiri u radijskim emisijama te dvije u novinskim tekstovima. Strategije se *upotreba nepoznatog ili tajnog jezika te fizičko ometanje sugovornika* ne potvrđuju u niti jednome mediju. Slijede strategije neuljudnosti koje se ne potvrđuju u medijima:

a) televizijske emisije:

- *razgovor o osjetljivim temama*
- *upotreba nepoznatog ili tajnog jezika*
- *zauzimanje sugovornikova prostora*
- *otvoreno isticanje sugovornikova duga*
- *ometanje sugovornika (fizički)*

b) radijske emisije:

- *razgovor o osjetljivim temama*
- *upotreba nepoznatog ili tajnog jezika*
- *otvoreno isticanje sugovornikova duga*
- *ometanje sugovornika (fizički)*

c) novinski tekstovi:

- *upotreba nepoznatog ili tajnog jezika*
- *ometanje sugovornika (fizički)*.

4. RASPRAVA

Iz prethodnog se kvantitativnog opisa podataka može zaključiti da su televizijske emisije, radijske emisije i novinski tekstovi (posebice intervjui) pogodni za istraživanje uljudnog i neuljudnog jezičnog ponašanja, uzimajući u obzir i druge kriterije u procjeni kao što su: spol, društveni čimbenici, kultura, prozodija, govor tijela itd.

Na to u kojem se smjeru razvijala komunikacija među sugovornicima u medijima, osim govornikove namjere, tj. cilja kojega želi postići, značajno je utjecao i odnos koji postoji među njima, tj. odnos koji je postojao prije početka razgovora i/ili odnos koji se razvio tijekom razgovora, te je kontekst³³ u tom smislu od iznimne važnosti. Ovisno o kontekstu govornici posežu za uljudnim ili neuljudnim strategijama, a koje se prepoznaju u verbalnoj komunikaciji, tj. u onome što i kako govornici govore, ali i u neverbalnoj komunikaciji, tj. kako se ponašaju, odnosno kojim je kretnjama, pokretima i gestama popraćen njihov govor. Neverbalni su znakovi od iznimne važnosti jer otkrivaju ili prikrivaju neizrečeno pa u interpretaciju svakoga razgovora u obzir treba uzeti ispreplitanje ovih dvaju čimbenika.

Govornici su ključ svakog razgovora, ključ koji šalje poruku i ključ koji interpretira poruku. Kada govornik šalje poruku, taktizira jer ovisno o cilju koji želi postići, bira uljudnu ili neuljudnu strategiju. Ilie (2010:885) navodi da svaki govornik izmjenjuje uloge u komunikaciji ovisno o kontekstu, publici i primatelju poruke³⁴.

Sugovornici prepoznaju uljudan ili neuljudan ton koji im je upućen te već kod prve izgovorene rečenice (poruke) odaju koliko su i koliko će biti kooperativni ili nekooperativni, odnosno imaju li za cilj ostvarenje ugodne komunikacije ili im ostvarenje suradnje nije bitno. Iz odnosa proizlazi govornikov stav prema sugovornikovu obrazu, tj. u kojoj će mjeri brinuti o njemu ili neće brinuti uopće. Dakle, ovisno o tome komu je poruka upućena, ostvarit će se uljudna ili neuljudna komunikacija pa prema tome, uljudne strategije govornici ostvaruju s osobama koje poznaju, a

³³ Kuna i Kostanjevac (2012) navode da kontekst nije lagano odrediti te da u obzir treba uzeti društvene i psihološke čimbenike koje utječu na jezičnu uporabu: "... kontekst uključuje uvjerenja i pretpostavke govornika o vremenskim, prostornim i društvenim okolnostima, prijašnje, trenutne i buduće radnje, jezične i nejezične..." (Kuna i Kostanjevac 2012: 481)

³⁴ "...have multiple roles and relationships, and these are instantiated in context-dependent, addressee-targeted and audience-oriented choice of forms of address, which have not only deictic, but also relational, interpersonal and strategic functions." (Ilie 2010: 885)

neuljudne strategije s osobama koje su im manje bliske ili koje poznaju od prije i s kojima nisu u najboljem odnosu, tj. u konfliktu su. Učinak je uljudnosti i neuljudnosti uvijek veći što je socijalna bliskost ili socijalna udaljenost sa sugovornikom veća. Neuljudnost ima različite i uglavnom dugoročne posljedice te može dovesti do prekida razgovora ili može naštetiti odnosu.

4.1. Muškarci i žene u neuljudnoj komunikaciji

Neuljudna se komunikacija u razmatranom skupu podataka u medijima ostvaruje između dvaju muškaraca te između muškarca i žene. Ovdje treba istaknuti da u istraživanju naglasak nije bio na uspoređivanju (ne)uljudnog ponašanja između muškaraca i žena, nego unutar istoga spola, prije svega jer broj muškaraca i žena nije jednak u svim medijima, nego je karakterističan za ovaj skup podataka (koji je rezultat nasumično odabranih medija). Sveukupan je broj muškaraca (131) u medijima veći od broja žena (103) te je najveći nesrazmjer u broju pojavljivanja muškaraca i žena u televizijskim (M (22), Ž (4)) i radijskim (M (16), Ž (7)) emisijama, a u novinskim se tekstovima broj muškaraca i žena razlikuje za jedan broj (M (93), Ž (92)).

Iz rezultata se istraživanja može zaključiti da je neuljudno ponašanje muškaraca i žena različito. Žene su neuljudne kada su izazvane te su bile neuljudne samo prema muškarcima, a muškarci kada su izazvani, ali su i pokretač neuljudne komunikacije, neuljudni su i prema muškarcima i prema ženama te su inicirali neuljudnu komunikaciju ili odgovarali na istu. Reakcija je muškaraca jača, tj. intenzivnija i glasnija, nerijetko su agresivni i ne brinu o sugovornikovu emocionalnom stanju te pokušavaju zadržati dominantnost (neovisno o tome je li sugovornik muškarac ili žena, ponašaju se jednako) za razliku od žena koje zadržavaju određeni bonton i kontrolu te se povlače iz neugodne komunikacije, tj. ne produbljuju raspravu i svađu.

Treba istaknuti da nisu svi muškarci neuljudni na jednak način, odnosno ne postoji univerzalni obrazac neuljudnog ponašanja: razlike se primjećuju u boji i intenzitetu glasa, izrazu lica, gestama i mimici (neki su više uzrujani, neki manje, neki povisuju ton više, neki manje, nekima se nervoza vidjela u izrazu lica, neki su ozbiljni, ali i neuljudni istovremeno, neki govorom tijela pokazuju svoju nervozu i netrpeljivost itd.). Iz navedenih rezultata proizlazi da su žene sklonije ugodnijoj komunikaciji i mirnijem rješavanju sukoba te prema tome vode brigu o sugovornikovu obrazu, ali i ostalim sudionicima razgovora (primjeri: (164), (210)).

Međutim, iako rezultati istraživanja³⁵ pokazuju da su žene bile ugodnije u komunikaciji, potrebno je istaknuti da se to ne može pripisati samo spolu, nego u obzir treba uzeti i činjenicu da je moguće da je to uvjetovano karakterom sugovornika i njihovim dotadašnjim iskustvima u određenom kontekstu. Dakle, drugi sudionici razgovora u istome kontekstu, može se pretpostaviti, pokazali bi drugačije jezično ponašanje jer su karakterno različiti i imaju različito iskustvo, pa se prema tome, ne mogu izvesti općeniti zaključci o povezanosti spola i neuljudnog ponašanja, nego se ova pojavnost može mjeriti samo unutar određenog konteksta s određenim sudionicima razgovora uzimajući u obzir njihov karakter i stečeno iskustvo.

Holmes (2006) navodi da se u različitim interakcijama, tj. različitim kontekstima, ali i u različitim dijelovima iste interakcije preslikavaju osobni i društveni identitet svakoga govornika³⁶ što bi bilo u skladu s ovim promišljanjima. Kako ove spekulacije izlaze izvan okvira pragmatolingvističke analize, u radu neće biti riječi o ovim mogućim vezama i uvjetovanostima. Ovdje se može nadovezati i na važnost kulture i njen utjecaj na izbor jezičnog ponašanja jer kultura sama po sebi utječe na oblikovanju svakoga pojedinca, tj. njegova identiteta. Sociolingvisti Maltz i Borker (1982) proučavali su razlike u jezičnom ponašanju između muškaraca i žena i zaključili su da one proizlaze iz kulturalnih razlika, odnosno da nisu samo rezultat društvene moći i karaktera muškaraca i žena. Budući da muškarci i žene dolaze iz različitih podkultura smatraju da su naučeni upotrebljavati jezik na različite načine, odnosno usvojili su različite kulturna pravila za uljudnu komunikaciju koja mogu doći u konflikt kada muškarci i žene pokušavaju komunicirati kao da posjeduju jednaka kulturna pravila³⁷.

³⁵ Ovdje ponovno treba istaknuti da su rezultati istraživanja karakteristični za ovaj skup podataka te da bi se analizom nekog drugog skupa podataka mogli dobiti drugačiji rezultati. Osim toga, kako je navedeno ranije u tekstu, zbog nejednakog broja muškaraca i žena u medijima, u istraživanju naglasak nije bio na uspoređivanju (ne)uljudnog ponašanja između muškaraca i žena, nego unutar istoga spola te su se izveli zaključci o obrascima ponašanja žena u odnosu na žene i muškaraca u odnosu na muškarce. Iz navedenog proizlazi da nije dovoljno uspoređivati (ne)uljudno ponašanje jednog spola u odnosu na drugi kako bi se izveli zaključci o njihovoj učestalosti i obrascima ponašanja u određenim kontekstima jer se jezično ponašanje (muškaraca i žena) ne određuje samo u odnosu na jedan čimbenik (u ovom slučaju spol), nego više njih.

³⁶ „Thus, individuals draw on different aspects of their social and personal identities in different interactions; different ingroups and outgroups may be brought into focus in different contexts, or even at different points in the same interaction. Individuals can be regarded as constantly engaged in the process of constructing aspects of interpersonal and inter-group identity.” (Holmes 2006: 168)

³⁷ “Most explanations for these features have focused on differences in the social power or in the personalities of men and women. Our approach to cross-sex communication patterns is somewhat different from those that have been previously proposed. We place the stress not psychological differences or power differentials, although these may make some contribution, but rather on a notion of cultural differences between men and women in their conceptions of friendly conversation, their rules for engaging in it, and, probably most important, their rules for interpreting it. We

Nadalje, Trudgill (2000) ističe da žene i muškarci ne govore različitim jezicima, nego različitim varijantama jednog te istog jezika, odnosno razlike su samo leksičke. Tvrdi da razlike u jezičnom ponašanju žena i muškaraca postoje jer je jezik kao društveni fenomen blisko povezan s društvenim položajem, odnosno različitim društvenim ulogama koje posjeduju žene i muškarci prema kojima postoji uzorak ponašanja koji se očekuje od žena i uzorak ponašanja koji se očekuje od muškaraca. Ako se društvene uloge muškaraca i žena promijene, ujedno će se promijeniti i spolne razlike u samome jeziku³⁸. Trudgill, dakle, tvrdi da je jezik projekcija društvenih činjenica³⁹. Primjećuje da se muškarci ponašaju natjecateljski u svom govoru, a žene se više priklanjaju kooperativnom stilu govorenja. Tako npr. muškarci više ometaju, tj. prekidaju jedni druge i uživaju sudjelovati u raspravama. S druge strane, kada žene prekidaju, iskazuju slaganje sa sugovornikom ili dovršavaju misao svojih sugovornika. Zbog ovih razlika u jezičnom ponašanju može doći do nesporazuma jer se žene u mješovitim razgovorima žale da ih muškarci neprestano prekidaju, a razlog tomu je zapravo različiti stil govorenja muškaraca i žena. Rezultati istraživanja ukazuju na odmak od ovih tendencija jer su kod ženskih sugovornika u ovome skupu podataka upravo ove strategije, dakle *slaganje sa sugovornikom* ili *izbjegavanje neslaganja*, potpuno izostale. Navedeno se može tumačiti ili karakteristikom ovog skupa podataka ili laganom indikacijom trendova prema kojoj žene izbjegavaju izravne strategije pozitivne uljudnosti kako bi zadržale poziciju moći u razgovorima.

Nadalje, Pinter (2011) ističe da je većina istraživanja koja su proučavala odnos jezika i spola počivala na stereotipima i predrasudama o rodnom polariziranju. Naglašava da se spol ne može promatrati odvojeno od ostalih govornikovih demografskih varijabli, odnosno u obzir osim spola treba uzeti i klasu, rasu i dob. Ovu tvrdnju potkrjepljuje navođenjem rada fonetičarke Kišiček

argue that American men and women come from different sociolinguistic subcultures, having learned to do different things with words in a conversation, so that when they attempt to carry on conversations with one another, even if both parties are attempting to treat one another as equals, cultural miscommunication results. (...) When men and women have different experiences and operate in different social contexts, they tend to develop different genres of speech and different skills for doing things with words.” (Maltz i Borker 1982: 199/200).

³⁸ U disertaciji se ne raspravlja o razlici u uporabi termina *spol* i *rod* iako se većina elemenata roda kao društvenog konstrukta navodi u diskusiji i kod Maltz i Borkera (1998) i kod Trudgilla (2000). Kako se u ovom smislu najviše koristilo opise Maltza i Borkera, a njihov izraz “cross-sex communication” zadržava odlike spola kao startne pozicije za istraživanje fenomena, on se uzeo i kao elementarni pojam u ovoj disertaciji.

³⁹ “Gender differentiation in language, then, arises because, as we have already seen, language, as a social phenomenon, is closely related to social attitudes. Men and women are socially different in that society lays down different social roles for them and expects different behaviour patterns from them. Language simply reflects this social fact. If the social roles of men and women change, moreover, as they seem to be doing currently in many societies, then it is likely that gender differences in language will change or diminish also.” (Trudgill 2000: 79/80)

(2008) koja je uspoređivala žensku i mušku retoriku u političkom diskursu, tj. provjeravala je stereotipna uvjerenja o uvjetovanosti ženske i muške retorike karakterom govornika. Rezultati istraživanja pokazali su da postoje razlike u jezičnom ponašanju žena i muškaraca, a odnose se na upotrebu određenih argumenata, retoričkih smicalica i logičkih pogrešaka, no ti su retorički elementi karakteristični za politički diskurs, a ne ovise o rodnoj pripadnosti (Pinter 2011: 398).

4.2. Okidači neuljudnosti

Derek Bousfield navodi da je neuljudno ponašanje uvijek izazvano, a izbor jezičnog ponašanja ovisi o kontekstu, tj. tko je što rekao i kako je rekao⁴⁰. Rezultati istraživanja dokazuju da postoji uzročno-posljedična veza između okidača te neuljudne, odnosno uljudne⁴¹ komunikacije, a o jačini okidača ovisi i reakcija ostalih sudionika razgovora. U najvećem broju slučajeva uljudni iskazi izazivaju uljudnu komunikaciju, a neuljudno jezično ponašanje neuljudni iskazi (politička tematika, kritika, laž, provokacija, ismijavanje itd.) ili iskazi koji jezično nisu bili neuljudni, ali ih sugovornik prepoznaje takvima jer je govornik izrekao nešto što mu se nije svidjelo, kao npr. postavljeno pitanje, neslaganje oko iste stvari, zadiranje u intimu, šala itd. (primjeri: (184), (185), (186), (147)). U razgovorima u medijima može se primijetiti da jedna neuljudna strategija izaziva drugu te je to pravilo, a ne iznimka. Neuljudnu komunikaciju u većini slučajeva prekida treća osoba (voditelj ili voditeljica u radijskim i televizijskim emisijama) (primjeri: (14), (59), (104), (195), (193), (194), (201), (230), (232)) jer sugovornici ne popuštaju u verbalnom sukobu, naprotiv, svaka je neuljudna strategija okidač za novu: bijes, ljutnja i frustracija rastu te se neuljudne strategije nižu jedna za drugom. Iz navedenog se može zaključiti da su razgovori u kojima se pojavljuju neuljudne strategije duži od razgovora s uljudnim strategijama jer sugovornici ulaze u sukob kako bi obranili svoj obraz, a to ujedno znači i veći broj povratnih odgovora. U uljudnim se razgovorima sugovornici slažu, uvažavaju i nema opasnosti za obraz tako da se kraći razgovori podrazumijevaju.

U istraženom je skupu podataka najviše primjera složene neuljudnosti, odnosno sugovornici u najvećem broju slučajeva u istom razgovoru upotrebljavaju više neuljudnih strategija istovremeno,

⁴⁰„Impoliteness does not exist in a vacuum and it does not in normal circumstances just spring from ‘out of the blue’. The contexts in which impoliteness appears and is utilised strategically must have been previously invoked, that is, with all other things being equal, the interactant who utters impoliteness must have felt sufficiently provoked at some point prior to actually delivering the impoliteness.“ (Bousfield 2008: 183)

⁴¹ Bousfield (2010.) u svojoj knjizi primarni naglasak stavlja na neuljudnost te ne navodi okidače uljudnosti kada govori o okidačima neuljudnosti, ali u navedenom se istraživanju može primijetiti da su oba jezična ponašanja izazvana.

kombiniraju ih i rijetko posežu za samo jednom strategijom te je ponekad veoma teško razlučiti o kojoj je neuljudnoj strategiji riječ jer se one međusobno prožimaju (usporedi primjere: (59), (123), (124), (126), (145), (156), (164), (173), (178), (179), (183), (206), (220), (221) itd.). Tako se npr. strategije *upotreba tabu riječi* i *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* prožimaju u velikoj mjeri pa je veoma teško postaviti granicu između njih. Ponekad razgovor započinju uljudnom strategijom (npr. *šalom*) nakon koje slijedi kritika i razgovor se nastavlja u neuljudnom tonu iz čega proizlazi da je uljudna strategija samo najava neuljudnog ponašanja, tj. taktički potez (primjeri: (72), (74), (133)).

Prema tome, strategije su važno jezično sredstvo u borbi za ciljeve te nije važna samo obrana obraza, nego se poseban trud ulaže u uspješnost neuljudnosti, tj. ostvareni cilj, odnosno ostvarene ciljeve. S obzirom na rezultate istraživanja, može se zaključiti da je jedan od istaknutijih ciljeva neuljudne komunikacije prikazivanje sugovornika kao lašca i neradnika, a sve kako bi se ostvario glavni cilj, tj. dobivanje naklonosti publike i zadržavanje dominantnost u komunikaciji.

Strategija koja se najčešće pojavljuje u medijima jest *ometanje sugovornika*, tj. prekidanje sugovornika, i iako se u znanstvenoj literaturi navodi samo kao neuljudna strategija, istraženi skup podataka pokazuje da može biti i pokazatelj uljudnosti. Od neuljudnih je strategija najzastupljenija te prethodi drugim neuljudnim strategijama kao najava neuljudnog tijeka razgovora. Javlja se u situacijama kada se jedan sugovornik ne slaže s navodima drugog sugovornika te se ubacuje kako bi demantirao navedeno ili napao sugovornikov obraz. Prekidanje je u takvim situacijama pravilo, a ne iznimka. Kada jedan sugovornik prekine drugog, drugi ili ignorira sukob, tj. nastavlja govoriti gdje je stao, praveći se da prekid nije čuo, ili reagira na iskaz sugovornika koji ga je prekinuo prekidajući njega (opominje ga ili mu se suprotstavlja). Tada oba sugovornika govore istovremeno jer pokušavaju nadglasati, tj. ušutkati jedan drugoga, i veoma je teško razaznati što govore. U nekim je razgovorima to prekid za prekidom, sugovornici govore istovremeno te cijeli razgovor počinje nalikovati na svađu, nastaje žamor i buka i budući da je izravan prijenos, slušateljima je teško razaznati što govore. Tom strategijom govornik poručuje da ne poštuje sugovornika jer mu ne dopušta da govori, ne zanima ga što ima za reći, tj. već unaprijed ima negativan stav i pokazuje nezainteresiranost za suradnju. Cilj je preuzeti dominantnost u komunikaciji, tj. imati zadnju riječ. Neki su sugovornici u toj borbi za riječ smireni, a drugi uzrujani, povisuju glas te gestama i govorom tijela dodatno pokazuju neslaganje.

U radijskim emisijama sugovornici više upadaju u riječ u odnosu na sugovornike televizijskih emisija, što je i očekivano. U televizijskim su emisijama gosti svjesni da ih gledatelji vide i čuju te su u udarnom terminu izravnoga prijenosa. Prijenos je radijskih emisija rano ujutro, broj je slušatelja zasigurno manji te iako su u izravnom prijenosu, imaju osjećaj manje odgovornosti jer se ne vide njihova lica i lakše je opovrgnuti svoje ponašanje od onoga na televiziji.

Iako se strategija *ometanje sugovornika* u literaturi povezuje samo s neuljudnim ponašanjem, rezultati istraživanja dokazuju da je pokazatelj i dobrog odnosa među sugovornicima, tj. da postoji i njezina pozitivna strana. Najčešće je uljudno upadanje u riječ popraćeno *ogradom* ili *isprikom*, tj. strategijama negativne uljudnosti, i na taj način sugovornici pokazuju da brinu o obrazu. Ometanjem sugovornika, tj. upadanjem u riječ, drugi sugovornici signaliziraju da su solidarni, da se slažu s izrečenim, nadovezuju se na izrečeno i nadopunjuju (završavaju) sugovornikov iskaz (primjeri: (55), (56), (57), (58), (75)). Voditelji emisija često prekidaju goste kako bi stvorili dinamičnost emisije te ih potaknuli na konkretan odgovor, a sugovornici to ne shvaćaju kao napad na obraz, što se može razaznati iz njihovog govora u nastavku razgovora (primjeri: (14), (59)). Kod uljudnog ometanja sugovornika nema povišenih tonova te se po tome najlakše mogu razlikovati od neuljudnog upadanja u riječ.

Da će ometati sugovornika, odnosno prekinuti ga, sugovornici su u nekim razgovorima u televizijskim emisijama signalizirali podizanjem ruke, tj. pokušali su umanjiti nametanje govorom tijela (primjer (237)). Može se primijetiti da je to taktički potez jer su ga sugovornici upotrebljavali samo prije upadanja voditelju u riječ. Voditelj je glavni koordinator emisije i niti jedan sugovornik ne ulazi u rasprave i sukob s njim, ali ne zbog brige o voditeljevu obrazu, nego zbog brige potencijalnog ugrožavanja vlastitog obraza ako bi im voditelj umanjio ili zabranio slobodu govorenja nakon verbalnog sukoba.

Taktiziranje se sugovornika može primijetiti i u drugim situacijama pa tako u radijskim emisijama molbu za uljudnost sugovornici uvažavaju kada ju zatraži voditelj /voditeljica emisije (primjeri: (162): *Ja vas molim...*; (194): *Molim vas! Molim vas!*; (234): *Lijepo vas molim...*), ali ju ignoriraju kada ju zatraži drugi sugovornik s kojim su u verbalnom sukobu (primjer: (193)). Voditeljica ukazuje sugovorniku da je njegovo verbalno ponašanje neprimjereno, osuđuje ga te se ispričava sugovornicima kojima su neuljudne strategije upućene. Kako će sugovornik reagirati, ovisi o odnosu koji ima s njim, ali i o moći u odnosu na njega. Prema tome, sugovornici dobro

znaju granicu do koje mogu ići te prema njoj rangiraju ostale sugovornike. Kao i u prethodnom primjeru, kada ih za suradnju zamole voditelj ili voditeljica, prihvaćaju ju, a kada ih za suradnju zamoli sugovornik kojega smatraju slabijim od sebe, ignoriraju ju i nastavljaju s neuljudnošću.

U razgovorima se pojavljuje jedan neobičan fenomen koji bi se mogao nazvati manipulacija strategijom uljudnosti, tj. neiskreno (prividno) čuvanje obraza strategijom *ograde*. Uljudna strategija *ograde* prethodi ometanju sugovornika i ostalim neuljudnim strategijama koje će uslijediti te se na prvi mah čini da govornik uistinu brine o sugovornikovu obrazu, ali to je zapravo manipulacija⁴², odnosno taktika, kako bi postigao svoj cilj, tj. dolazak do riječi, te kako bi sačuvao ili ublažio svoj obraz od osude ostalih sudionika u razgovoru zbog neuljudnosti (primjeri: (104), (193)).

4.3. Važnost uloge i funkcije sugovornika u izboru strategija

Značajnu ulogu u izboru strategija, osim socijalne bliskost, tj. povezanosti i ciljeva koje sugovornici žele postići, imaju i uloge i funkcije sugovornika u razgovorima. Prema Škiljanu (2000) komunikacijom se uspostavlja mreža društvenih odnosa iz koje proizlaze mnogobrojne uloge i statusi te je moguće da sudionici istovremeno imaju više takvih uloga i statusa. Uloge i statusi prethode svakom komunikacijskom činu u kojemu se potvrđuju i poništavaju⁴³. Nadalje, Goffman (2000) društvenu interakciju uspoređuje s kazalištem u kojoj svaki sudionik nastoji izazvati reakciju publike ovisno o ulozi kojom se predstavlja⁴⁴. Prema tome, u medijima se može primijetiti da postoji razlika u jezičnom ponašanju između voditelja televizijskih i radijskih emisija te novinara u novinskim tekstovima i ostalih sudionika razgovora, tj. gostiju. Razlike se mogu primijetiti u izboru strategija te reakcijama na (ne)uljudno ponašanje. Voditelji i novinari su opušteniji jer se ne moraju brinuti o posljedicama svojega ponašanja pa lakše posežu za određenim

⁴² O manipulaciji kao sredstvu u postizanju cilja (ciljeva) govori i Ilie: „However, this does not rule out the fact that, particularly in political discourse, rules can be skillfully manipulated and infringed in order to reach strategic goals. Thus, the rulegoverned and relatively restricted range of parliamentary forms of address involve a number of multifunctional and context-sensitive usages.“ (Ilie 2010: 886)

⁴³ „U svakom određenom trenutku i prostoru u kojemu se odvija neki komunikacijski akt njegovi sudionici već imaju socijalne statuse i uloge u kojima 'progovaraju' ili započinju percipirati jezičnu poruku...“ (Škiljan 2000: 24)

⁴⁴ „Kada pojedinac igra svoju ulogu, on od publike implicitno zahteva da ozbiljno shvati utisak koji se pred njom gradi. Od nje očekuje da veruje da lik koji vidi zbilja poseduje osobine za koje se čini da ih poseduje, da će radnje koje obavlja imati za posledicu ono što se njima implicitno tvrdi, i da su, u principu, stvari onakve kakvima se čine.“ (Goffman 2000: 30)

strategijama i u situacijama kada nisu ispunjeni uvjeti za njihovu upotrebu. Tako npr. postavljaju pitanja koja nisu primjerena, šale se kada nije vrijeme za šalu jer su svjesni svoje pozicije, tj. da su zaštićeni i da gosti neće ulaziti s njima u sukob. Njihov je obraz siguran. Osim odnosa voditelja, tj. novinara i gosta, postoji i odnos gosta i gosta. Tada je situacija drugačija jer su sugovornici ravnopravni i nema ograničenja u jezičnom ponašanju, tj. izboru strategija, te se u komunikaciji najčešće pojavljuju neuljudne strategije. S druge strane, zanimljivo je da je *slaganje sa sugovornikom* strategija pozitivne uljudnosti koju muškarci najviše upotrebljavaju, a žene niti jednom. Razlog tomu je vjerojatno taj što su žene bile novinarke u intervjuiima, a muškarci gosti te su se često u tvrdnjama u postavljenim pitanjima slagali i otuda veliki broj primjera strategije *slaganje sa sugovornikom*.

Rezultati istraživanja pokazuju da se određene strategije u medijima ne potvrđuju ili da se potvrđuju veoma rijetko što još jednom dokazuje činjenicu da izbor strategija uvelike ovisi o ulogama i funkcijama sugovornika u razgovoru. Osim toga, za aktivaciju je određenih strategija potrebno zadovoljiti i aspekt socijalne bliskosti (za aktivaciju je strategija pozitivne uljudnosti nužna socijalna povezanost, a za strategije negativne uljudnosti i neuljudnosti ne) te ostvarivanje namjeravanih ciljeva. Uzimajući u obzir sve navedene čimbenike komunikacija će se ostvariti kao uljudna ili neuljudna.

4.4. Odgovor na neuljudnost

Da je jezik moćno oružje, najbolje se može vidjeti u primjerima neuljudne komunikacije kada govornici napadaju sugovornikov obraz bez susprezanja. Nema socijalne povezanosti među njima niti osjećaja odgovornosti, tj. nije im važno hoće li ga povrijediti. Na napad sugovornik odgovara protunapadom, tj. neuljudnošću, uljudnošću ili šutnjom pa su, prema tome:

1. oba sugovornika neuljudna
2. jedan je sugovornik neuljudan, a drugi uljudan
3. jedan je sugovornik neuljudan, a drugi ne reagira, tj. šuti.

U nekim slučajevima treća osoba (voditelj ili voditeljica) osuđuje neuljudnost, tj. prekida neuljudan govor, i napad na sugovornikov obraz kojemu je neuljudna komunikacija upućena tako da sugovornik ne mora reagirati i iskazati stav prema izrečenom (primjeri: (162), (163), (194)). Kada sugovornik reagira neuljudno, jasno poručuje da zna da je njegov obraz napadnut te uzvraća

istom mjerom kako bi ga obranio, tj. protunapad smatra najboljom obranom. Uljudnost kao odgovor na neuljudnost javlja se u situacijama kada se sugovornik ne želi spuštati na istu razinu kao sugovornik te uljudnim tonom pokušava prekinuti komunikaciju (primjeri: (103), (104), (105), (106), (192)). Šutnjom sugovornik prihvaća napad na obraz i ne zauzima se za njega, povlači se iz neuljudne komunikacije jer nije ugodna i jer strahuje da će napad na obraz biti veći ako se nastavi takav vid komunikacije (primjer: (213)). Drugi je razlog da ne želi sudjelovati u razgovoru koji ne vodi pozitivnom ishodu, tj. izbjegava sukob, jer ga napad na obraz ne uznemirava. A za treći bi se razlog moglo pretpostaviti da se sugovornik želi zaštititi i izbjeći daljnji razgovor o temi jer je ono što govornik govori istina. Analizom skupa podataka iz različitih medija u kojima se pojavljuju neuljudni iskazi može se zaključiti da su govornici neuljudni kako bi nekoga uvrijedili, ali i kako bi sebe obranili. Osim toga, neslaganje oko iste teme govornici pokazuju s poštovanjem (uljudnim strategijama) ili bez poštovanja (neuljudnim strategijama) što dodatno naglašavaju povišeni tonovi, geste i položaj tijela. Sve navedeno pokazuje odnos prema sugovorniku.

Postavlja se pitanje zašto neki sugovornici na neuljudnost odgovaraju neuljudno, a neki uljudno te zašto ponekad na neuljudan iskaz ne reaguju. Razloge tomu treba tražiti u osobnosti (temperamentu) i samokontroli, odnosu među sugovornicima te kontekstu. Neki se sugovornici lako upuštaju u sukobe, a neki se u sukobima ne osjećaju ugodno i izbjegavaju ih. Dakle, reakcija uvijek proizlazi iz pojedinca, tj. primatelja poruke, a može biti skrivena ili reprezentativna. Ovdje treba istaknuti da isti sudionici u istoj emisiji ne komuniciraju sa svim sugovornicima na jednak način i tu se najviše može vidjeti važnost odnosa. Ugodna komunikacija proizlazi iz pozitivnog odnosa, a kada osjećaju netrpeljivost prema sugovorniku, koja uglavnom postoji i prije uspostave komunikacije (početka emisije, intervju), ulaze u rasprave i neuljudni su te takav vid komunikacije smatraju normalnim, prihvatljivim. Sugovornici su u televizijskim i radijskim emisijama političari, a u novinskim tekstovima uglavnom političari te ovakav govor političara u neuljudnoj komunikaciji nije iznenađujući i neočekivan jer se uz političare veže takav govor, tj. sastavni je dio njihova imidža.

4.5. Uspostavljanje moći

Može se primijetiti da su neki sugovornici u razgovorima iznimno dominantni (nameću se, prekidaju ostale sugovornike i ne dopuštaju im da dođu do riječi, neprestano upadaju u riječ, povisuju glas, dugo govore, ne uvažavaju tuđe mišljenje, ironični su itd.), tj. postavljaju sebe u

nadređeni položaj, te im nije neugodno u neuljudnoj komunikaciji, čak štoviše, ne zaustavljaju se ni nakon što sugovornike dovedu do emocionalnog kraha, tj. kada pretjeraju, odnosno prijeđu granicu (izdizanje iznad autoriteta). Iz navedenog proizlazi da su pojedini govornici težili uspostavljanju moći u komunikaciji, tj. željeli su preuzeti kontrolu i voditi glavnu riječ, te se njihov govor i ponašanje može interpretirati agresivnim. Ovaj se fenomen uspostavljanja moći pojavio u svim trima medijima: televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima. Moć bi rasla kada bi govornik primijetio da ima istomišljenike u emisiji te da mu ostali sugovornici nisu prijatna za obraz, tj. da se ne boji napada na obraz te da će im se uspjeti suprotstaviti ako ga napadnu. To su uglavnom sugovornice ili sugovornici koji ga verbalno ne uspijevaju nadglasati i pobiti. Govornici koji su sigurni u svoju moć ne biraju sredstva te je neuljudna komunikacija put do postizanja ciljeva od kojih je najvažniji dobivanje naklonosti publike, tj. obmanjivanje publike. Takvi se govornici poigravaju emocijama drugih sudionika svjesno i namjerno upotrebom ružnih i oštrih izraza.

Goffman (2000) ovakve situacije naziva „scenama“ jer govornici namjerno ugrožavaju druge sugovornike, odnosno ne trude se izbjeći konfliktne situacije i svjesni su negativnih reakcija koje će uslijediti⁴⁵. Da bi uspostavili moć, svoje jezično ponašanje usmjeravaju prema jednom sugovorniku (rjeđe više njih) koji postaje meta neuljudnih napada. Da je njihova samouvjerenost iznimno velika, govori i činjenica da unatoč tome što se neuljudno ponašanje povezuje s negativnim konotacijama, i dalje komuniciraju na takav način, tj. ne strahuju od gubitka naklonosti, iako je negativno ponašanje kontradiktorno s ostavljanjem dojma (primjeri: (128), (164), (188), (198), (210), (235)). Ujedno su i taktičari jer procjenjuju komu se mogu suprotstaviti, a komu ne: isti govornik jednog sugovornika prekida i suprotstavlja mu se, a drugoga ne, mirno sjedi i sluša iako imaju oprečna mišljenja. U prvome slučaju zna da je njegova moć veća, a u drugome nije siguran i ne želi riskirati. O povezanosti jezika i moći govori i Cornelia Illie (2000) koja ističe da je političarima jezik glavno sredstvo u postizanju moći, ovisno o motivaciji, ciljevima, trenutnoj moći te slobodi govora⁴⁶. Navodi da o slobodi govorenja ovisi jezično ponašanje iz čega proizlazi

⁴⁵ „Međutim, postoje situacije – često ih nazivamo „scenama“ – kada pojedinac postupa na takav način da razori, ili ozbiljno ugrozi privid učtivog konsenzusa. Iako se on možda ne ponaša tako kako se ponaša samo zato da bi uneo nesklad, on to čini sa znanjem da će do nesklada verovatno doći.“ (Goffman 2000: 210)

⁴⁶ „The use of language for political purposes is manifest in articulating political ideologies and practical strategies, in performing political actions and legitimating political leadership. This explains why politicians, parliamentarians, journalists and political activists, among others, are committed to the struggle over language as a concrete manifestation of the struggle for power: to acquire political power, to challenge political power, to compete for political

da govornici koji teže uspostavljanju moći u navedenim medijima, ne nailaze na zapreke u njenom ostvarenju, tj. imaju veliku slobodu govora⁴⁷. Sloboda se govorenja može shvatiti kao privilegija jer govornici ne moraju odgovarati za svoje postupke, tj. napade na obraz.

Odnos moći povlači za sobom i pitanje spola, tj. jesu li muškarci i žene ravnopravni u komunikaciji ili se muškarci postavljaju iznad žena i prelaze granicu ukusa. Govoreći o jezičnom ponašanju muškaraca i žena, Marot (2005) ističe da su žene u pravilu uljudnije od muškaraca, obzirnije su prema sugovornicima te imaju razvijeniju sposobnost percepcije (tzv. žensku intuiciju) koja im pomaže i u razumijevanju neverbalnih znakova komunikacije. S druge strane

„muškarci u komunikacijskom procesu nastoje nastupiti s više autoriteta i naglasiti svoj stav ne vodeći računa o reakciji sugovornika. Ovisno o stupnju obrazovanja, lingvistička istraživanja pokazuju da osobe višeg društvenog položaja i moći bolje komuniciraju riječima i uljudnost izražavaju frazama (govorenim jezikom), dok će se manje obrazovane osobe više oslanjati na geste.“ (Marot 2005: 68)

Da se u našem društvu u nekim situacijama još uvijek mogu pronaći naznake patrijarhalnog društva u kojemu se žene postavljaju u ulogu slabijeg spola, a muškarci imaju prirodnu nadmoć⁴⁸, može se primijetiti u govoru nekih muških sugovornika u medijima koji svojim ponašanjem pokazuju da polaze upravo od ovoga stereotipa i da se smatraju jačim spolom koji treba voditi glavnu riječ te se tako i ponašaju u interakciji sa ženama. Tako npr. u jednom razgovoru u radijskoj emisiji sugovornik zauzima moć i kontrolu postavljajući sugovornicu u podređeni položaj

power, or to defend and consolidate political power. This is done in different ways, depending on the politicians' actual power, motivations and goals, the audience's freedom of expression and action, as well as the overall structure of a given socio-political system.“ (Ilie 2010: 879)

⁴⁷ „The nature and manifestations of political discourses that emerge in a society depend largely on the degree of democratisation and of freedom of expression that are prevalent in that particular society societies people are in principle free to speak their minds, in totalitarian states there are serious infringements of people's basic rights to freedom of speech, as well as forcefully imposed language distortions and thinking anomalies.“ (Ilie 2010: 879)

⁴⁸ Proučavajući odnos jezika i spola, slijedeći promišljanja Robin Lakoff (iz njenog eseja *Language and Woman's Place*, 1975.), Perović (2009) progovara o spolnoj diskriminaciji kroz jezik, tj. o načinu kojim jezik smješta položaj žene u društvu. Ističe da jezik nije jednak za žene i muškarce, nego je „...jezik skovan kako bi se žene obesnažile i tako obesnažene držale „na svom mjestu“. Ženino ekonomsko, socijalno, profesionalno, porodično mjesto na taj način je veoma dobro određeno prema muškarčevoj mjeri, odnosno, u mjeri za koju on misli da je ženi dovoljna...“ (Perović 2009: 125). Nadalje, osim kontrole statusa žena, muškarci kontroliraju i njihovu moć jer su se žene počele ponašati kao muškarci, tj. imitiraju ih. Perović ovdje uočava problem jer je „... eliminisano posredno postojanje žena kroz muški status, ali ona druga poluga muške dominacije, a to je moć, psihološki se „prepisala“ na žensko ponašanje. Danas se žene s novcem ponašaju kao muškarci s novcem, žene s vlašću ponašaju se kao muškarci s vlašću. Asimetrija kao muški princip reciklirala se još jednom. Žene su se domogle statusa, ali ga u ponašanju projektuju na one druge koji ga nemaju baš kao i muškarci.“ (Perović 2009: 158)

smatrajući sebe superiornijim, tj. na višem položaju, kao što se može vidjeti u primjerima (164) i (188). Zauzimanje se moći prepoznaje u neuljudnom govoru (direktne neublažene izjave i prekidanja), povišenom i karikiranom glasu bez empatije. U napadu na obraz sudjeluju indirektno i ostali sugovornici (muškarci) koji se smiju i ne poduzimaju ništa kako bi prekinuli neugodnu situaciju. Ovakvo je ponašanje sugovornicu dovelo do emocionalnog kraha (glas joj je drhtao, umalo je zaplakala) što pokazuje da je obraz povrijeđen do vrhunca, odnosno krajnje granice. Osim odnosa spola, razlika u godinama također pridonosi stvaranju moći koje je stariji sugovornik svjestan te neuljudnim ponašanjem vrši pritisak na sugovornicu. Ovdje se ponovno može potvrditi Goffmanova (2000) tvrdnja prema kojoj svaki sudionik komunikacije ulazi u određenu ulogu kojom uspostavlja svoj status.

Govornik koji je svjestan svoje moći jest voditelj u televizijskim emisijama. Iskorištava svoju poziciju voditelja i uspostavlja kontrolu nad ostalim sugovornicima. Svjestan je da ostali sugovornici neće napadati njegov obraz, ili da je vjerojatnost za napad mala, pa se šali u trenucima kada nije vrijeme za šalu, postavlja nezgodna pitanja ili izaziva ostale sugovornike. Da ostali govornici posežu za strategijama za kojima poseže voditelj, sugovornici bi zasigurno reagirali, ali se voditelju ne žele zamjeriti. Tako npr. na voditeljevu podrugljivu šalu (popraćenu smijehom) sugovornici ne reagiraju pozitivno, vjerojatno jer nema socijalne bliskosti među njima koja je preduvjet njene uspješnosti.

4.6. Učinak strategija na emocije

Svaki (ne)uljudni iskaz aktivira emocionalni sustav, tj. utječe na emocije, te bi u istraživanju (ne)uljudnosti trebalo uključiti i ovaj čimbenik, a kojemu se ne pridaje pažnja u dosadašnjim istraživanjima⁴⁹. Iako se emocije aktiviraju i kod uljudnih interakcija, ovaj je fenomen u istraženom skupu podataka izraženiji u neuljudnim razgovorima jer su tada emocije snažnije. Rezultati istraživanja pokazuju da govornici u većini slučajeva ne mogu kontrolirati emocije: uzrujani su, zbunjeni, nervozni, a u tome ih, osim verbalnih, odaju i neverbalni pokazatelji, tj. govor tijela i prozodija (primjeri: (164), (188), (193), (194), (235)). Gligorić ističe da na:

⁴⁹ O važnosti uključivanja emocija u znanstvena istraživanja govore i urednice Lana Morvalec i Tatjana Pišković u zborniku *Emocije u hrvatskome jeziku, književnosti i kulturi*: „No kako raste svijest o činjenici da su i književnost, i jezik i kultura rezultat čovjekova, ne samo intelektualnoga, nego i emocionalnoga iskustva sa svijetom koji ga okružuje, humanističke se znanosti sve više okreću proučavanju emocija, raspoloženja i afekata koji konstituiraju i njihov predmet proučavanja, ali i svakodnevni ljudski život.“ (2020: 9)

„...primateljevu interpretaciju poruke kao ekspresivne utječu izbor riječi (rabe li se stilski neutralne ili markirane riječi, leksemi koji pripadaju ograničenu sloju, vulgarizmi i sl.), njihovo značenje (odnosno segment značenja koji konkretna uporaba ističe), pomak u značenju, figurativnost jezične uporabe (u čemu svakako, ostajući u Jakobsonovoj koncepciji komunikacije, važnu ulogu ima kod), položaj jedinica u iskazu (kojim se može sugerirati što je važno ili manje važno), suprasegmentna obilježja i dr.“ (Gligorić 2020: 49).

Promišljanja o emocijama u komunikaciji povlače za sobom i pitanje kulture, tj. važnosti kulture u procjeni jezičnog ponašanja. Perak ističe da „kultura uvjetuje ne samo način na koji ćemo izražavati emocije nego čak i na način na koji ćemo ih proživljavati. Emocije su kratkotrajne, fizičke i instinktivne reakcije.“ (Perak 2020: 174). Iz navedenog proizlazi da bi svaki govornik trebao kontrolirati svoje emocije prema obrascima ponašanja koja su prihvaćena u određenoj zajednici⁵⁰ kako bi komunikacija bila prihvatljiva. Nadalje, Sardelić (2020) navodi da kultura propisuje prihvatljive emocije i one koje se trebaju izbjegavati u nekoj društvenoj zajednici jer narušavaju međuljudske odnose pa prema tome „... one emocije koje se smatraju povezanim s idealima neke zajednice prevladavat će i bit će jačega intenziteta, dok će one u suprotnosti s tim idealima biti rjeđe i potisnute.“ (Sardelić 2020: 175).

Postavlja se pitanje u kolikoj je mjeri neuljudnost okidač nervoze te u kolikoj je mjeri nervoza okidač neuljudnosti. Jesu li govornici nervozni zbog neuljudnosti, tj. izaziva li iskaz jednog sugovornika neugodne emocije drugog sugovornika ili nervoza potiče neuljudno ponašanje, tj. u situacijama kada govornik nije raspoložen prije početka razgovora te to utječe na sam tijek razgovora? Ponekad su emocije skrivene, tj. iako nema emocionalne reakcije na neuljudni iskaz, reakcija se prepoznaje u govoru, tj. napadačkom tonu. Ovdje se nameće još nekoliko pitanja: je li posezanje za neuljudnim strategijama povezano sa samopouzdanjem? Ako je osoba samopouzdana, ne bi li trebala imati samokontrolu? Iz svega se može zaključiti da su emocionalne reakcije, koje se aktiviraju nakon neugodnih iskaza, jake te je potrebno istražiti poveznicu tih dvaju elemenata jer je evidentno da ona postoji, što bi mogao biti predmet nekog drugog istraživanja.

⁵⁰ Kako navodi Wierzbicka, kulturne norme koje se prepoznaju u iskazima razlikuju se od jezika do jezika, ali i unutar jezika postoje odstupanja ovisno o regionalnoj i društvenoj raznolikosti: “Cultural norms reflected in speech acts differ not only from language to another, but also from one regional and social variety to another.” (Wierzbicka 1985: 146)

4.7. Utjecaj kulturoloških čimbenika u procjeni (ne)uljudnosti

Iz gore navedenih promišljanja o važnosti kulture u procjeni emocija može se zaključiti da kultura ima značajnu ulogu i u procjeni verbalnog i neverbalnog ponašanja jer su emocije, jezik i neverbalni pokazatelji neodvojivi čimbenici u komunikaciji. Emocije su prisutne u svakom razgovoru, prate verbalnu i neverbalnu komunikaciju, više su ili manje izražene te imaju značajnu ulogu u razumijevanju iskaza.

Kultura podrazumijeva usvojene prihvatljive obrasce ponašanja i mišljenja unutar određene društvene zajednice⁵¹, tj. pravila i upute o prikladnom ponašanju u određenim situacijama⁵². Sardelić navodi da svaka kultura ima svoj vrijednosni kod (moralnost) koji:

„... određuje – je li nešto pravo ili krivo, dobro ili loše, prihvatljivo ili neprihvatljivo. Taj kompleksni kôd ne samo da se ponešto razlikuje od kulture do kulture nego se i unutar iste kulture dijeli na nekoliko razina, prema količini moralnog sadržaja: od društvenih vrijednosti do situacijskih normi.“ (Sardelić 2020: 185)

Nadalje, Eelen (2001) ističe da kultura podrazumijeva pozitivan entitet u kojemu su ljudi uljudni jedni prema drugima, odnose se jedni prema drugima s poštovanjem, topli su i prijateljski raspoloženi⁵³. Uljudnost je prema navedenom prihvatljiv oblik ponašanja, a neuljudnost krši

⁵¹ Trudgill ističe da svako društvo propisuje svoja pravila o upotrebi jezika u društvenim interakcijama te da se ta pravila razlikuju od društva do društva: „All societies, everywhere in the world, have rules about the way in which language should be used in social interaction. It is interesting to observe, however, that these rules may vary widely between one society and another. The study of these rules, and of cross-cultural differences in communicative norms generally, is often known as the *ethnography of speaking*.“ (Trudgill 2000:113)

⁵² Coupland (2007) smatra da je kultura proces te da se kulturni obrasci neprestano mijenjaju jer usvojene kulturne norme postavljamo u nove kontekste te je, prema tome, kultura spoj između postojećeg i novog: „Members of cultural groups are aware of, and engage in, distinctive ways of speaking and interacting, and some of these are ritualised into familiar speech genres. So cultural belonging is itself an active, iterative, reconstructive process. It is not simply the perpetuation of an identity state, indexed by symbols such as the use of distinctive languages or dialects. A sense of culture resides in local processes of enacting or reconstituting culture. When we replay or reconstruct cultural forms, we inevitably work them into new contexts – the process of recontextualisation. Cultural identification is therefore a tension between given and new. Whether cultural reproduction happens, and what new glosses are added to social meanings when they are performed, depends crucially on the local formatting or framing of meanings. According to the theoretical arguments reviewed here, discursive social action is where culture and social identities ‘live’ and where we can see them taking shape. (Coupland 2007: 107/108).

⁵³ „The notion of ‘culture’ as it is currently used in scientific thinking is invariably equated with the positive rather than the negative aspects of a society – again, at least as far as politeness is concerned. (...) As a result only polite behaviour can ever be culturally appropriate while impoliteness is somehow non-cultural in a nature. (...) Impoliteness and deception themselves will never be explained in terms of cultural norms. The rules always and only tell people how to be well-mannered, never how to be ill-mannered.“ (Eelen 2001: 167, 168)

kulturne norme te se povezuje s negativnim i neprihvatljivim aspektima i iz tog se razloga ne proučava u jezičnom ponašanju⁵⁴.

Prema Aleriću (2022) svaki bi govornik trebao biti jezično kulturan, a jezična kultura u širem značenju:

„...ne podrazumijeva upotrebu vulgarnih, neprimjerenih ili otrcanih riječi i izraza, kao ni upotrebu poštapalica, fraza i slično. (...) Govornika trebamo pažljivo (aktivno) slušati, biti spremni prihvatiti ono što smo čuli, promijeniti vlastito mišljenje (uvjerenje) ako nas govornik uvjeri u to da je ono neispravno, kao i biti spremni djelovati u skladu s novim mišljenjem.“

Prema tome, u istraživanju je jezičnog ponašanja u medijima, oslanjajući se na navedene pretpostavke, kultura imala značajnu ulogu u procjeni (ne)uljudnosti prema kojoj su samo uljudne strategije odraz kulture, a neuljudne se strategije smatraju nekulturnima, tj. odraz su neprihvatljivog ponašanja. To se također odnosi i na neverbalno ponašanje (npr. okretanje na stolici, puhanje, mahanje i sl.) koje se procjenjuje kao (ne)uljudno prema usvojenim kulturološkim obrascima našega društva. Neverbalno je ponašanje određeno kao neuljudno kada govornici nisu uspjeli kontrolirati svoje ponašanje. Međutim, unatoč tome što je govor političara u većini razgovora bio neuljudan, ne iznenađuje jer je sastavni dio njihova imidža te je u neku ruku prihvatljiv, tj. za našu kulturu nije neuobičajen⁵⁵.

4.8. Važnost prozodije u procjeni uljudnosti i neuljudnosti

Za ispravno tumačenje uljudnog i neuljudnog ponašanja prozodija ima iznimnu važnost. Otkriva neizrečeno, tj. ono što se pokušalo prikriti izravnim govorom, ili naglašava već izrečeno. Prozodijska se obilježja u navedenom skupu podataka češće pojavljuju u neuljudnim nego uljudnim razgovorima te otkrivaju sugovornikovu reakciju, tj. njegov stav i stupanj uzrujanosti (emocionalno stanje), a prepoznaju se u govoru, tj. boji glasa, izgovoru, intonaciji, promjeni u visini

⁵⁴ Eelen ističe da je povezivanje kulture samo s pozitivnim aspektima ponašanja nedostatak jer je, prema tome, neuljudnost fenomen izvan kulture te se kao takav ne može opisati kulturnim normama: „As norms can only explain polite behaviour, culture becomes polite behaviour only while impoliteness is relegated to a phenomenon outside culture.(...) Impoliteness and deception themselves will never be explained in terms of cultural norms. The rules always and only tell people how to be well-mannered, never how to be ill-mannered. (Eelen 2001: 168)

⁵⁵ „Kada pojedinac, odnosno izvođač, u različitim prilikama pred istom publikom igra istu ulogu verovatno će doći do uspostavljanja određenog društvenog odnosa.“ (Goffman 2000: 29)

glasa, naglašavanju pojedinih riječi, tempu i intenzitetu govora, pauzi, smješkanju ili puhanju. Otkrivaju je li osoba samopouzdana, plašljiva, odlučna ili nesigurna, odnosno otkrivaju skrivene emocije i reakcije.

U određivanju je značenja prozodijskih obilježja kontekst od iznimne važnosti te se, kako navodi Gumperz (1982), ne mogu promatrati izolirano od konteksta i ovisе o prethodnim iskustvima sugovornika. Ističe da se u razgovoru neprestano izvode procjene o značenju onoga što je rečeno i onoga što će uslijediti kao reakcija na izrečeno te je doprinos prozodije u interpretaciji značajan⁵⁶.

Neuljudna je komunikacija popraćena ovim prozodijskim obilježjima u televizijskim i radijskim emisijama:

- uzrujan glas (primjeri: (189), (193), (194), (202), (211), (231), (233), (234))
- povišen glas (primjeri: (125), (127), (155), (188), (193))
- napadački glas (primjeri: (127), (155), (164), (213), (215))
- ljutnja u glasu (primjer: (213))
- govornik više (primjeri: (164), (125), (194), (233))
- zamuckivanje (primjeri: (162), (164), (194), (213), (233))
- ubrzan govor (primjeri: (164), (155))
- ubrzan govor s pogreškama (primjeri: (164), (201))
- govornik uzrujano puše (primjeri: (75), (128))
- podrugljiv smijeh (primjeri: (70), (75), (133), (139), (155), (164), (213), (232), (236), (243))
- ironičan smijeh (primjeri: (59), (104), (125), (155), (202), (217), (232), (237), (238))
- kiseo smijeh (primjer: (123)).

⁵⁶ „What sorts of information do speakers in fact rely on prosody to provide in verbal exchanges? In conversations, we must continually make judgements at simultaneous levels of meaning, through an inferential process which both interprets what has been said and generates expectations about what is to come. The process is always situated or context bound. It begins with informed guessing based on what we know about the physical setting, the participants and their backgrounds, and how we relate the situation at hand to other known activities. These initial hypotheses are subject to constant modification by our perception of information signalled in both the form and the content of speech.“ (Gumperz 1982: 100/101)

Govor je u neuljudnim iskazima uzrujan: glas je povišen, a u većini slučajeva prelazi u glasno vikanje, najčešće u situacijama kada sugovornici pokušavaju nadglasati jedan drugoga i kada komunikacija postupno prelazi u svađu. U većem se verbalnom sukobu osjeća i ljutnja u glasu, uzrujano puhanje te podrugljiv smijeh, a govorom tijela dodatno naglašavaju nezadovoljstvo, uzrujanost, odnosno neslaganje. Uzrujani govornici zamuckuju jer pokušavaju izreći što je više moguće neuljudnih strategija, tj. brzo govore i griješe, a neke riječi posebno ističu: rastavljanjem riječi na slogove (*ne do pu sti vo*; primjer: (216)), ponavljanjem riječi (primjer: (201)) ili naglašavanjem riječi (povišenim i uznemirenim glasom) (primjeri: (123), (128), (143), (157), (188), (201), (215)).

Ponekad uzrujan glas prati i uljudne iskaze, a javlja se u situacijama kada je govornik pod emocionalnim pritiskom zbog neuljudnih strategija koje su prethodile, te pokušava završiti komunikaciju na uljudan način. Ostala prozodijska obilježja koja prate uljudnu komunikaciju su:

- smiren glas (u svim primjerima uljudnih razgovora)
- zamuckivanje (primjer: (58))
- podrhtavanje glasa
- jecanje
- ugodan smijeh (primjeri: (71), (73), (74), (75), (97), (235)).

Da se govornik teško nosi s upućenim neuljudnim strategijama, može se osjetiti u glasu koji podrhtava (u jednom slučaju jeca) te unatoč napadu na uljudan način pokušava izaći iz stresnog razgovora. Prozodijska su obilježja koja prate ugodne razgovore, tj. komunikaciju u kojoj su oba sugovornika uljudna, smireni glas i ugodan smijeh.

4.9. Važnost govora tijela i gesta u razlikovanju uljudnosti od neuljudnosti

Govor tijela i geste⁵⁷ također imaju značajnu ulogu u razlikovanju uljudne od neuljudne komunikacije te se u televizijskim emisijama najčešće pojavljuju u neuljudnim razgovorima, a u uljudnim razgovorima samo četiri puta: kao znak slaganja (blagi smiješak, kimanje glavom) ili

⁵⁷ Gradečak i Vidaković (2005) ističu važnost gestikulacije i govora tijela u procesu komunikacije te da je potrebno tražiti poveznicu u interakciji tijela i govora s načinom na koji se prenose informacije, a „...pri tome ne treba smetnuti s uma jaku kulturološku ukorijenjenost određenih tjelesnih gesta koje su posljedica određenih društvenih obrazaca tipološki i, djelomice, zemljopisno predodređenih.“ (Gradečak i Vidaković 2005: 268)

poštivanja sugovornikova obraza (podizanje ruke za riječ, podizanje prsta dok drugi sugovornik govori). Kimanje glavom nije samo znak slaganja nego i neslaganja kojim sugovornik poručuje da se ne slaže sa sugovornikovim iskazom (nakon ili tijekom napadanja obraza strategijama *kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad te omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika*), a ironičnim smijehom to dodatno naglašava.

Govor tijela prethodi neuljudnom iskazu (govornik), javlja se istovremeno s neuljudnim iskazom (govornik) ili se prepoznaje u sugovornikovoju reakciji, tj. nakon neuljudnoga iskaza (sugovornik), a to su:

- kimanje glavom (primjeri: (56), (123), (213), (228), (234), (235))
- govornik se vrti na stolici (primjer: (143))
- govornik maše rukama (primjeri: (144), (213))
- govornik maše komadom papira (primjer: (213))
- podizanje prsta (primjer: (144))
- govornik vrti glavom lijevo desno, gleda prema gore i skuplja usta (primjer: (123))
- govornik se razmahao i šeta oko stola (primjer: (144))
- maše rukama pokazujući da razgovor mora završiti (primjeri: (144), (155))
- nabranje na prste (primjeri: (74), (226))
- prevrtanje očima (primjer: (125))
- pokazivanje upitnika iznad glave (primjer: (214))
- pokazivanje navodnika prstima (primjer: (161))
- cupkanje nogom
- namršten pogled (primjer: (75))
- izbjegavanje pogleda (oči u oči) (primjer: (213))
- gledanje sugovornika u oči
- udaranje rukom o stol (primjer: (189))
- slijeganje ramenima (primjeri: (70), (133), (213)).

Svoj neuljudan iskaz govornici prate govorom tijela kako bi istaknuli (naglasili) ono o čemu govore ili kako bi pridobili pažnju drugih sugovornika. Primjerice, pokazivanjem navodnika prstima, pokazivanjem upitnika nad glavom te nabranjem (pojmov) na prstima govornici

teatralno žele pojačati kritiku. Sugovornici na koje se odnose neuljudne strategije, za vrijeme neuljudnog govora, govorom tijela otkrivaju svoj stav prema izrečenom, a iz kojega se može zaključiti da se ne slažu (prevrtanje očima, govornik vrti glavom lijevo desno, gleda prema gore i skuplja usta) te da ih neuljudan iskaz uznemirava (govornik se vrti na stolici, govornik se razmahao, govornik se razmahao i hoda oko stola). U većini slučajeva nakon iskazivanja neslaganja govorom tijela, slijedi i verbalno izražavanje neslaganja, a ponekad sugovornici ne odgovaraju na neuljudan iskaz, ali se njihova reakcija prepoznaje u govoru tijela: prevrtanje očima, slijeganje ramenima, govornik se vrti na stolici, izbjegavanje pogleda (oči u oči), tj. gledanje u prazno. Uspostavljanje kontakta oči u oči javlja se u situacijama kada sugovornik iznosi kritiku te se izravno suprotstavlja sugovorniku na kojega se kritika odnosi. U dvama je primjerima govornik (voditelj emisije) u nekoliko navrata pokušao zaustaviti komunikaciju, ali nije uspio te je svoje nezadovoljstvo i zahtjev pokazao govorom tijela: šetao je oko stola te je mahao rukama pokazujući da razgovor mora završiti.

U novinskim se tekstovima ovaj element ne može pratiti, a u radijskoj je emisiji zabilježen samo jedan primjer kada govornik oštrim prijekorom napada ostale sugovornike te govorom tijela, tj. udaranjem rukom o stol, dodatno naglašava izgubljenu kontrolu i prisutan bijes. Udarac se čuo, a jedan je sugovornik u šali komentirao da bi mogao razbiti stol tako da se moglo vizualizirati i zaključiti o čemu je riječ. Inače, u radijskim se emisijama govor tijela, koji nije popraćen zvukom, ne može pratiti (jer sudionike ne vidimo), ali se može pretpostaviti da je prisutan. Iz navedenog proizlazi da se govor tijela kao neverbalni znak komunikacije može pratiti samo u televizijskim emisijama, a u radijskim emisijama samo uz pomoć zvuka ili iskaza ostalih sugovornika iako se ne može utvrditi sa stopostotnom sigurnošću (primjer: (189)).

4.10. Pouzdanost televizijskih emisija, radijskih emisija i novinskih tekstova

Kada govorimo o pouzdanosti razgovora i strategija koje se pojavljuju u medijima, može se zaključiti da je ona najveća u televizijskim emisijama, zatim radijskim emisijama, a najmanja u novinskim tekstovima. Razlog tomu je što se u novinskim tekstovima ne može sa sigurnošću znati je li zapisano sve što je izrečeno, je li novinar i/ili urednik cenzurirao tekst i ako jest, u kolikoj mjeri. Možda je izrečeno nešto između novinara i gosta ili nešto što novinar nije želio objaviti, a da nije zapisano u tekstu. U skupu podataka bilo je primjera razgovora u kojima bi jedan sugovornik uvrijedio drugog, ali tu komunikacija prestaje. Ne može se znati je li sugovornik

prešutio ili reagirao na uvredu. Televizijske i radijske emisije su u izravnom prijenosu i cenzure nema. Osim toga, u razgovorima u novinskim tekstovima nema navedenih povratnih informacija o neverbalnim znakovima niti prozodiji, tj. reakcijama sudionika u razgovoru. Navedeni bi elementi bili odlična dopuna za procjenu (ne)uljudnosti: npr. emotikoni, isticanje teksta (velikim slovima, masnim crnim slovima, kurzivom ili slovima u drugoj boji) te navedene geste, mimike i boja glasa u zagradama. Tada bi shvaćanje jezičnog ponašanja bilo sveobuhvatnije.

Na temelju analize podataka i usporedbi njezinih elemenata po tipovima medija može se utvrditi da je najveća pouzdanost razgovora u televizijskim emisijama jer osim što govornike čujemo, vidimo njihovo neverbalno ponašanje, tj. kretnje, koje mnogo odaju o njihovu stavu o izrečenom, ali i onome o čemu govore⁵⁸. Njihova je reakcija vjerodostojna, teško se može prikriti pa ako se verbalno i uspiju suzdržati, odaje ih, uz prozodiju, govor tijela. Za razliku od televizijskih emisija, iako u radijskim emisijama govornike također čujemo, ne vidimo njihovu reakciju govorom tijela niti reakciju ostalih sudionika. Tako je npr. u nekim razgovorima u radijskim emisijama došlo do verbalnog sukoba između dvaju sugovornika, a reakcija se ostalih sudionika u studiju mogla razaznati samo iz podsmjeha koji se čuo u pozadini (primjeri: (189), (194)). Da tog podsmjeha nije bilo, ne bi se znalo je li bilo ikakve reakcije jer se ne vidi govor tijela (npr. pogled, prevrtanje očima, mahanje rukom, podrugljiv osmijeh i sl.). Dakle, najviše se informacija o komunikaciji dobiva iz televizijskih emisija što olakšava interpretaciju razgovora.

U novinskim je tekstovima sveukupno više sugovornika, ali su kraći razgovori, a u televizijskim je i radijskim emisijama manje sugovornika u jednoj emisiji, ali se tijekom emisije pojavljuju češće te su razgovori duži jer je komunikacija u većini slučajeva neuljudna. Razgovori u kojima se pojavljuju neuljudne strategije duži su od razgovora s uljudnim strategijama jer sugovornici ulaze u verbalni sukob braneći obraz. U novinskim se tekstovima komunikacija u intervjuima ostvaruje jedan na jedan pri čemu je jedan sugovornik novinar, a drugi gost (pjevač, političar itd.). Cilj je

⁵⁸ O važnosti svih ovih elemenata u procjeni nečijeg jezičnog ponašanja govori i Marot: „Poruku koju čovjek odašilje govorenim jezikom potvrđuje ili negira pokretima i držanjem tijela, a neverbalna je poruka složen proces koji uključuje i riječi te njihovu intonaciju. Hoćemo li neku poruku ili govorni čin shvatiti kao uljudne ili potencijalno uvredljive ovisi ne samo o njihovom sadržaju, već i o brojnim drugim aspektima: ponašanju njihova odašiljatelja, primijenjenim načelima uljudnosti, intonaciji izrečene poruke, okolnostima u kojima je ona izrečena te naposljetku i našim psihičkim osobinama (samopouzdanju, nesigurnosti i sl.). Čak i pisana poruka, iako fiksirana medijem kojim se prenosi, nudi različite mogućnosti shvaćanja uljudnosti, ovisno o tome je li pisana rukom ili ne, velikim ili malim slovima, kakve su forme oslovljavanja primijenjene itd.“ (Marot 2005: 68)

saznati što više odgovora na unaprijed pripremljena pitanja te komunikacija teče slijedom: pitanje, odgovor, pitanje, odgovor. Komunikacija se ne produbljuje i potencijalna je prijetnja za povredu obraza mala te je, prema tome, broj strategija pozitivne uljudnosti u novinskim tekstovima najveći (65) (više nego u radijskim (11) i televizijskim emisijama (12)) vjerojatno zato što se sugovornici poznaju zbog prijašnjih suradnji pa je i komunikacija opuštenija. Iako se govornici obraćaju s poštovanjem (upotrebom zamjenice Vi), nisu toliko formalni i osjećaju se simpatije među njima, ali ne može se sa sigurnošću utvrditi stupanj bliskost jer u novinskim tekstovima nema navedenih informacija o gestama i prozodiji iz kojih bi se to moglo zaključiti.

Neuljudnih je strategija manje, pogotovo u intervjuima, jer se razgovor odvija jedan na jedan te je teže snositi odgovornosti za neuljudan iskaz za razliku od televizijskih i radijskih emisija u kojima je više gostiju i istomišljenika pa je lakše posegnuti za neuljudnim strategijama zbog manjeg osjećaja odgovornosti. U nekim se primjerima razgovora u novinskim tekstovima ne može sa sigurnošću utvrditi je li govornik uljudan ili neuljudan jer se određene situacije u pisanom obliku mogu dvosmisleno interpretirati. Osim toga, u mnogim primjerima novinskih tekstova ostvaruje se neizravna komunikacija, tj. u razgovorima nije uvijek prisutna osoba o kojoj govornik govori (uljudno ili neuljudno), pa nema povratne informacije, tj. reakcije. U televizijskim je i radijskim emisijama u većini slučajeva komunikacija izravna, a budući da u oba medija prevladavaju neuljudne strategije, može se reći izravan verbalni sukob.

Intervjui se za novinske tekstove ostvaruju u komunikaciji jedan na jedan, nema publike i atmosfera je opuštenija. Razgovor nije vremenski ograničen (za razliku od radijskih i televizijskih emisija), gost ima više vremena za razmišljanje o postavljenom pitanju. U televizijskim i radijskim emisijama više je gostiju različitih svjetonazora, prisutna je publika koja ih sluša i gleda i svakom je gostu u cilju zauzeti što više vremena, sebe predstaviti i izreći sve što misli, a svoga protivnika prikazati u negativnom svjetlu (u većini slučajeva). Voditelji uglavnom imaju ulogu pokretača emisije koji svoje sugovornike prekidaju kako bi ubrzali tijek emisije, ako govore naširoko, stvaraju zaplete i iznuđuju odgovore različitim strategijama. Pojedine se strategije koje voditelji upotrebljavaju ne smatraju neuljudnima (npr. prekidanje i upadanje u riječ) jer na taj način stvaraju dinamičnost emisije.

Neuljudnih je strategija najviše u radijskim emisijama (203), zatim u televizijskim emisijama (160), a najmanje u novinskim tekstovima (113). Strategija je uljudnosti najviše u novinskim tekstovima (87), a podjednako u televizijskim (47) i radijskim (41) emisijama.

4.11. Aspekt zabave u neuljudnim razgovorima

Zabava podrazumijeva pozitivno ozračje u kojemu su svi sudionici zadovoljni, nema nezadovoljstva i štete za niti jednog sudionika. Ovakvo se shvaćanje i razumijevanje zabave može primijeniti i na pojavnost zabave u komunikaciji: sugovornici se međusobno uvažavaju, žele si ugoditi, vlada opuštena i ugodna atmosfera. U takvom je okruženju humor⁵⁹ glavni pokazatelj zabave te najčešći jezični izbor. Aspekt je zabave u takvim situacijama potvrđen u pravom smislu riječi te se u navedenim medijima javlja uz uljudnu strategiju *šala*, najčešće u novinskim tekstovima (primjeri: (72), (73), (74), (76), (77), (78), (79), (80), (81), (82)). Međutim, u medijima se pojavljuju i primjeri razgovora u kojima se aspekt zabave dovodi u vezu s neuljudnošću, tj. javlja se u situacijama u kojima sugovornici komuniciraju ironičnim tonom⁶⁰ te pokazuju da ih takav vid komunikacije zabavlja. Iz navedenog se može zaključiti da je aspekt zabave povezan i s uspostavljanjem moći, tj. javlja se u razgovorima u kojima je sugovornik svjestan svoje moći u odnosu na druge sugovornike, te vrlo lako zauzima prostor u razgovoru i nameće se neuljudnim strategijama. Najčešće su to strategije *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika, kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad* (igranje moći) te *upotreba tabu riječi (uvredljivih riječi i psovki)*, a popraćene su ironijom i podrugljivim smijehom⁶¹. U takvim je situacijama drugi sugovornik uznemiren, svojim ponašanjem pokazuje da mu nije ugodno te da je neuljudna komunikacija svojevrsno mučenje (zamuckuje, drhti mu glas). Unatoč sugovornikovim emocionalnim reakcijama, sugovornik koji ima veću moć ne odustaje s ironičnim iskazima te se stječe dojam da ga takav tip razgovora zabavlja (primjeri: (164), (188), (194), (200), (203)). Upravo su emocionalne reakcije glavni pokazatelj uspješnosti ili neuspješnosti aspekta zabave u ovakvim

⁵⁹ Prema Palašić humor „... često služi kao pokazatelj kooperativnosti, a povezan je i s osobnim stavom govornika, koji se, koristeći ga, želi pokazati poželjnim i zanimljivim komunikacijskim partnerom.“ (Palašić 2015: 133)

⁶⁰ Palašić navodi da ...“sama ironija uključuje sposobnost igranja neke uloge (naime nisu svi ljudi u stanju biti ironični i ne razumiju svi ironiju) koja nerijetko proistječe upravo iz nedostatka želje, pa čak i moći, koja bi nas navela ili nam omogućila da pokažemo i eksplicitno iskažemo ono što doista mislimo, ali i osjećamo.“ (Palašić 2015: 131)

⁶¹ Prop (1984) u svojoj podjeli smijeha izdvaja zlobni smijeh (naziva ga još ciničnim smijehom) kao jedini smijeh koji se ne dovodi u vezu s humorom. Potpuna je suprotnost dobroćudnom smijehu. Takvim se smijehom smiju ljudi koji svuda vide licemjerje i neiskrenost, hrana su za zlobne osjećaje i zlonamjernost. Kod takvog smijeha nema suosjećanja te su „plemeniti ljudi ili osjećajni ljudi, po njima, glupi ljudi koji zaslužuju jedino da budu ismijani“. (Prop 1984: 143)

situacijama: ako sugovornika uznemirava ironičan govor, aspekt zabave je uspio. Što je sugovornik uznemireniji, aspekt se zabave lakše ostvaruje te moć raste. Iz navedenog proizlazi da emocije imaju značajnu ulogu u procjenjivanju nečijeg jezičnog ponašanja te bi posljedičnu vezu između emocija i jezika trebalo istražiti u nekom daljnjem istraživanju⁶².

Potrebno je istaknuti razliku između navedene situacije, tj. situacije u kojima je ironija oružje (sugovornici su ironični, ali ih njihov ironični ton i stav u komunikaciji zabavlja), od situacije u kojima je ironija obrana od neuljudnosti, ali se aspekt zabave ne prepoznaje. U drugom slučaju govornici u medijima upotrebljavaju izraze koji po doslovnom značenju pripadaju uljudnim strategijama (pozitivnim i negativnim), ali zbog njihove neiskrene i sarkastične upotrebe dobivaju neuljudni predznak. Za interpretaciju je takvih izraza od iznimne važnosti kontekst, a intonacija ih određuje kao uljudne ili neuljudne. To su izrazi: *žao mi je, na žalost, oprostite, tako je, apsolutno, stvarno, upravo tako*. Izrazi *žao mi je* i *nažalost* (primjeri: (104), (148), (149), (150), (217)) izravnim značenjem signaliziraju žaljenje zbog prenošenja loših vijesti, a u neuljudnom je kontekstu njihovo pojavljivanje neiskreno, sarkastično i u podrugljivom tonu te im je svrha, odnosno cilj, kritiziranje sugovornikovih postupaka te izražavanje neslaganja. Neslaganje se izražava i izrazima *oprostite* (primjeri: (91), (123), (150), (156)), *apsolutno* (primjeri: (127), (164), (233)) te *stvarno* (primjeri: (153), (175)), a kritiziranje sugovornika njegovo djelovanje i nerad izrazima *tako je* (primjeri: (148), (155), (235)). Navedeni se izrazi lako prepoznaju kao neuljudni jer su popraćeni podrugljivim i sarkastičnim tonom te se ostatak komunikacije nastavlja u istom tonu.

4.12. Upotreba tabu riječi: uvredljivih riječi i psovki

Proučavanjem neuljudnih strategija može se primijetiti da su neke strategije manje opasne za obraz, a neke više. Strategije koje najviše prijete obrazu su: *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika, upotreba tabu riječi te kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad*, a razlog tomu je što direktno napadaju govornikov izgled ili djelovanje te utječu na emocionalni sustav koji aktivira negativne emocije. Negativne su emocije izraženije od pozitivnih emocija te za posljedicu

⁶² O važnosti uključivanja emocija u znanstveno istraživanje ističe i Palašić: „Ovime smo se dotakli još jedne komponente ironičnih iskaza, naime one emocionalne, koja se u literaturi iznimno rijetko spominje, što ne začuđuje s obzirom na to da su se emocije i njihova manifestacija u komunikaciji općenito dugo vremena smatrale nepodobnim materijalom za bilo kakvu znanstvenu analizu.“ (Palašić 2015: 131)

imaju neželjeno ponašanje u komunikaciji. Jedna od najdražih neuljudnih strategija u žustrim raspravama u medijima jest strategija *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* i u većini se slučajeva javlja u kombinaciji s ostalim neuljudnim strategijama, posebice *upotrebom tabu riječi (uvredljivih riječi i psovki)*. Za navedenim strategijama posežu samouvjereni govornici koji su dominantni u razgovoru, a upućuju ih sugovornicima koje ne smatraju ravnopravnima ili s kojima su u lošem odnosu te osjećaja odgovornosti za ovakav vid komunikacije nema. To se može razaznati i iz govora tijela i prozodije koji otkrivaju u koju se poziciju govornik postavlja u odnosu na ostale sugovornike. Pojava uvredljivih riječi u medijima nije iznenađujuća jer je ovakav vid komunikacije karakterističan za političare, tj. uvredljive su riječi sastavni dio njihovog vokabulara, bilo bi neuobičajeno da ih ne upotrebljavaju (to je njihov stil). Strategije *upotreba uvredljivih riječi* te *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika* izazivaju pažnju ostalih sugovornika, a to je i govornikov primarni cilj. Govornik se ističe svojim govorom, zabavlja sebe, ali i ostale sudionike razgovora.

U televizijskim se emisijama ova strategija pojavljuje četiri puta, odnosno četiri uvredljive riječi (*ne pravimo se bedasti; skakali biste na zadnje noge; Milanović je lutka; jedan nastup čovjeka, polupijanog u birtiji*), a u radijskim emisijama šest puta, tj. četiri uvredljive riječi i dvije psovke (*Ja nju zovem velika kopanica. Znači, ona se stalno smije, ima duge noge, vozi se na traktoru i sad se zaigrala; tankočutan Petrov; ...začuđujuće kako tako korpulentan može ući u Milanovićevo debelo crijevo...; Pa to je notorna glupost!; Smanjite doživljaje!; ...meni vam je ono, pun kufer*). Najviše je primjera strategije *upotreba tabu riječi* zabilježeno u novinskim tekstovima:

- *psihijatar*
- *politički podrepaši*
- *politički uhljebi*
- *najobičniji levati*
- *obični službenici*
- *idiot*
- *uvlačiguzi*
- *ima rendgenski vid i njuh osjetljiv na jugofile skrivene u koferu*
- *izgleda kao tužni pas tragač s obješenim ušima*
- *izgleda kao kišna glista*

- *mogao bi služiti' k'o veliki ventilator od 100 kila*
- *neizlječivo autistični veliki vođa s malim ustima*
- *fascinantna transformacije djevojke sa sela*
- *Za pametnog dovoljno!*
- *Samo totalitarno formativnim mozgovima to ne ide u glavu*
- *To je idiotizam i apsurdna tvrdnja.*
- *zabili su glavu u zemlje*
- *pustio je s lanca sve obzire*
- *prde u prašinu*
- *izvaditi kitu iz dupeta*
- *programi su im naškrabane crtice koje su prepisali iz neke vukojebine*
- *koji nikada nije masturbirao...*
- *boli ih dupe za njihovu djecu*
- *sranje*
- *jebu u mozak već 20 godina*
- *priljepak*
- *ministrić neke stranke.*

Može se pretpostaviti da je razlog najvećeg broja primjera strategije upotreba tabu riječi u novinskim tekstovima što govornici nisu u izravnom prijenosu, glas i lice skriveni su od publike, tj. gledatelja i slušatelja, te je osjećaj odgovornosti nakon povrede obraza manji. S druge strane, televizijske i radijske emisije u izravnom su prijenosu, njihov je govor u središtu tijekom cijele emisije, govor tijela također pridonosi interpretaciji ponašanja, te ostali sudionici na nepoželjno ponašanje reaguju osudom ili prekidom iskaza, tj. zaustavljanjem neuljudne komunikacije. U novinskim tekstovima nema iskaza u kojima sugovornici reaguju na uvredljive riječi, tj. nema ili nisu navedeni, jer kao što je istaknuto ranije, ne može se sa sigurnošću znati jesu li razgovori preneseni u cijelosti ili su cenzurirani. Bilo je situacija u kojima su govornici vrijeđali sugovornike, ali nema povratne informacije o reakciji sugovornika jer razgovor na tom mjestu završava.

Uvredljive su riječi u govornikovu vokabularu često upućene osobama koje nisu prisutne u razgovoru, a odnose se na njihovo djelovanje ili vanjski izgled. Slijede jedna za drugom te cijeli iskaz postaje ova strategija, a popraćena je strategijom *omalovažavanje, podcjenjivanje i*

ismijavanje te sugovornika identificiraju kao: *psihijatra, političkog podrepaša, političkog uhljeba, najobičnijeg levata, običnog službenika, idiota, uvlačiguza* itd. Iako se nezadovoljstvo odnosi na njihovo djelovanje, napad nema granicu te uvredljivim riječima ismijavaju i njihov vanjski izgled te se u ovom očajničkom potezu prepoznaje mržnja:

- *ima rendgenski vid i njuh osjetljiv na jugofile skrivene u koferu*
- *izgleda kao tužni pas tragač s obješenim ušima*
- *izgleda kao kišna glista*
- *mogao bi služiti' kao veliki ventilator od 100 kila*
- *neizlječivo autistični veliki vođa s malim ustima*
- *fascinantna transformacije djevojke sa sela.*

Ismijavanje i uvredljive riječi nižu se s lakoćom, riječi se ne biraju, a sve s ciljem namjerne povrede obraza:

- *zabili su glavu u zemlje*
- *pustio je s lanca sve obzire*
- *prde u prašinu*
- *izvaditi kitu iz dupeta*
- *programi su im naškrabane crtice koje su prepisali iz neke vukojebine.*
- *koji nikada nije masturbirao...*
- *boli ih dupe za njihovu djecu*
- *sranje*
- *jebu u mozak već 20 godina*
- *obične p....*

U nekoliko razgovora u novinskim tekstovima, ne želeći odgovoriti na pitanje, govornik uvredljivim riječima prekida komunikaciju poručujući sugovorniku da je glup (*Za pametnog dovoljno!*; *Samo totalitarno formativnim mozgovima to ne ide u glavu*; *To je idiotizam i apsurdna tvrdnja.*). Sugovornikova reakcija na uvrede nije navedena pa se ne može znati kako je neuljudni iskaz utjecao na njega, iako se može pretpostaviti da nije ostao ravnodušan.

Nekoliko je primjera prostih uvredljivih riječi (*boli ih dupe za njihovu djecu*; *prde u prašinu*; *izvaditi kitu iz dupeta*; *programi su im naškrabane crtice koje su prepisali iz neke vukojebine*; *koji*

nikada nije masturbirao...; sranje; obične p...) i psovki (Jebu u mozak.), a proizlaze iz frustracije prema određenim osobama, događajima i situacijama. Iako se psovke u literaturi povezuju samo sa strategijama neuljudnosti, pokazatelj su i dobrog odnosa među sugovornicima, tj. ugodne komunikacije. U medijima nema niti jednog primjera koji bi to dokazao, ali može se pretpostaviti jer su psovke u rječniku Hrvata prisutne u svakodnevnoj komunikaciji kao znak prisnosti. Procjena psovke kao uljudne ili neuljudne strategije ovisi o kontekstu, tj. sudionicima razgovora i njihovom odnosu. Prema tome, bliski sugovornici neće na psovku reagirati kao na uvredu, nego kao na znak uspostavljanja zajedništva („skriveni prestiž“) te se kao takva može smatrati strategijom pozitivne uljudnosti.

Promišljajući o neuljudnim strategijama, nameće se pitanje jesu li sve neuljudne strategije zapravo podstrategije jedne strategije, tj. uvrede, jer svaka neuljudna strategija vrijeđa sugovornika, u većoj ili manjoj mjeri.

4.13. Komplimenti kao pokazatelj uljudnosti i neuljudnosti

Izražavanje interesa prema sugovorniku (njegovim interesima, željama, potrebama i imovini) te pretjerivanje (u izražavanju interesa, odobravanja i simpatija prema sugovorniku) Brown i Levinson određuju kao strategije pozitivne uljudnosti koje svojom pojavnošću odgovaraju komplimentima, ali ih izbjegavaju definirati kao komplimente i dovesti ih u vezu s komplimentima jer komplimenti, ovisno o tome što se njima implicira, mogu biti potencijalna prijetnja obrazu⁶³, a to ne bi bilo u skladu s postavkama njihove teorije koja ima za cilj očuvanje obraza, tj. izbjegavanje sukoba. Ističu da komplimenti mogu ugroziti sugovornikov negativan obraz (kod pokazivanja želje za njegovim posjedom) ili pozitivan obraz (kod prihvaćanja upućenog komplimenta ili uzvraćanja komplimenta) ovisno o kontekstualnim čimbenicima.

Mills u *Gender and politeness* (2003) također navodi da komplimenti mogu prijetiti obrazu, pokazatelj su uljudnosti i neuljudnosti⁶⁴ te su, polazeći od ove pretpostavke, navedene strategije pozitivne uljudnosti promatrane u medijima kao komplimenti, ali su se pokušali izdojiti i primjeri komplimentata koji nisu ove strategije, a sve s ciljem utvrđivanja njihove dvojake funkcije: one

⁶³ „...could be either a compliment or an insult, depending on which of the connotations of sharp or smooth are latched on to.“ (Brown i Levinson 1987: 225)

⁶⁴ „Compliments are extremely risky for both males and females as it is very easy for them to be misinterpreted; whilst they may be intended as positive politeness, they may be interpreted as face-threatening, for example, as overly familiar, intrusive, and impolite.“ (Mills 2003: 221)

koja čuva obraz i one koja prijeti obrazu. Može se primijetiti da je zajedničko komplimentima i neuljudnoj strategiji *upotreba tabu riječi*, tj. *uvredljivih riječi* i *psovki*, što se u najvećem broju slučajeva odnose na sugovornikov izgled i djelovanje, ali je razlika što je neuljudna strategija većinom upućena osobama koje nisu prisutne u razgovoru, a komplimenti su upućeni osobama u razgovoru i osobama izvan razgovora. Rezultati istraživanja pokazuju da komplimenti koji čuvaju obraz stvaraju ugodnu atmosferu te da se govornik njihovom upotrebom pokušava približiti sugovorniku. Komplimentima iskazuju bliskost, ljubav, oduševljenje, poštovanje, divljenje, simpatije, odobravanje postupaka, pretjerane simpatije, opčinjenost itd. U većini se slučajeva govornik ne zadržava na samo jednom komplimentu nego niže više njih, jedan za drugim, pa tako cijeli jedan iskaz postaje kompliment. U središtu je komplimenta neka osobina te se komplimenti odnose na: vanjski izgled, odijevanje, osobnost, sposobnosti, talent, postignuća itd. Komplimenti koji čuvaju obraz pojavljuju se samo u novinskim tekstovima te odgovaraju strategijama pozitivne uljudnosti prema Brown i Levinsonu. Slijede primjeri komplimenata u novinskim tekstovima:

- *čelična volja*
- *izvanserijski talent koji njeguje i gradi desetljećima*
- *jedan je od najvećih poznavatelja, vrhunski intelektualac*
- *Ante je uistinu nevjerojatan*
- *vrhunska glazbenica, itekako lijepa i aktivna*
- *istinska legenda hrvatske glazbe*
- *U stanju je od najprosječnije uloge napraviti čudo i uvijek pažljivo bira što će raditi ne bazirajući se na istom žanru.*
- *Mojim roditeljima dajem orden za to što nikada nisu ubijali moju kreativnost, ideje i poglede na život.*
- *Obožavam stil Petre Nižetić, njezinu lakoću postajanja u svemu što odjene, a sve to izgleda nezaboravno.*
- *Teško je nabrojati što je sve u životu radio, napisao, izgovorio, priredio. Ovaj vrhunski intelektualac jedan je od onih koji toliko nedostaju ovim prostorima, dovoljno provokativan i inspirativan, ali s mjerom, ukusom i kućnim odgojem.*
- *Njegova odjeća je drugačija, nije preskupa, ima autorski pečat i ne nalikuje robi koja se prodaje u velikim lancima.*

- *Nenametljiv, a opet vrlo upečatljiv i probitačan, neopterećen vlastitom pojavom u medijskom svijetu.*
- *Kada bih trebala izdvojiti samo jednu osobu koju poštujem, kojoj se na neki način divim te koja mi je ujedno uzor u mnogo čemu, svakako bi to bio moj brat Ivica.*
- *Marko je jedan od onih ljudi koje ne upoznajete, u koje se ne zaljubljujete, njih odmah zavolite. Iskren, jednostavan, dečko iz susjedstva, mladi čovjek koji je odmah znao što želi, a što ne, golemog talenta i voljom za rad, maksimalno profesionalan i s onom savršenom dikcijom stare garde hrvatskih pjevača.*
- *Jako ga cijenim, od početaka vidim da ima svoj stil, apsolutno je poseban u svom izrazu i iznad svega jako pristojan. Izdvaja se iz prosječnosti kojih ne nedostaje, imamo nekih dodirnih točaka, susreću nam se razmišljanja kad je o glazbi riječ.*
- *U životu je najveći blagoslov imati odličnog učitelja, a ja sam počašćen što imam divne roditelje.*
- *Nekad se riječ diva koristi olako, no kad je riječ o Gabi Novak, istinskoj legendi hrvatske glazbe, supruzi velikoga glazbenika Arsena Dedića, riječ diva je na pravome mjestu.*
- *Ne samo da ste se odabirom Gong Li za glavnu glumicu vratili počecima, nego ste to napravili i s radnjom filma koji vizualno ne izgleda tako raskošno kao vaši najveći hitovi.*

Odgovor, tj. reakcija na kompliment, ključan je čimbenik u određivanju komplimenta kao uvrede ili stvarnoga komplimenta. Komplimenti koji se odnose na izgled, postignuća, sposobnosti itd. pojavljuju se samo u novinskim tekstovima, a komplimenti koji se prepoznaju u slaganju sa sugovornikom, pojavljuju se u radijskim i novinskim tekstovima te nema povratnih verbalnih i neverbalnih informacija o reakcijama sugovornika na iste jer razgovor u većini slučajeva nakon komplimenta završava.

U jednoj je radijskoj emisiji upotrijebljen kompliment u funkciji uvrede (primjer: (162)). Govornik navodi kompliment: *Pa to je meni simpatično. Ja nju zovem velika kopanica. Znači, ona se stalno smije, ima duge noge, vozi se na traktoru i sad se zaigrala*, ali sugovornik svojom reakcijom ukazuje da kompliment prepoznaje kao uvredu (*Optu, optužit će vas za seksizam.*). Govornik se pokušao obraniti da je riječ o komplimentu, a ne uvredi (*Ja sam to rekao kao kompliment, e*), ali ironični smijeh i intonacija nisu mogli prikriti uvredljivu namjeru. Sugovornik prebacuje temu jer mu je neugodno iako se uvreda nije odnosila na njega. Ovaj bi kompliment

prema Bousfieldovoj (2008) teoriji odgovarao neuljudnoj strategiji *upotreba tabu riječi*, tj. *uvredljivih riječi*.

U televizijskim emisijama nema zabilježenih primjera komplimenata niti u jednoj funkciji.

4.14. Šala

Iako je primarni cilj *šale*, tj. strategije pozitivne uljudnosti, stvaranje opuštene i pozitivne atmosfere te je pokazatelj bliskosti među sugovornicima, upotrebljava se i za ostvarenje drugih ciljeva te se u navedenom skupu podataka javlja kao:

- a) sredstvo stvaranja opuštene komunikacije
- b) signal nadmoći
- c) izbjegavanje odgovora
- d) neprihvatanje suradnje
- e) sredstvo manipulacije
- f) neslane šale
- g) taktički potez
- h) stvaranje dinamičnosti.

Ova strategija pozitivne uljudnosti uvijek očekuje povratnu informaciju, tj. njeno prihvaćanje⁶⁵, a prepoznaje se u osmijehu i govoru tijela ili odgovoru s novom šalom (primjeri: (73), (74), (75), (76), (77), (78), (79), (80), (81), (82)). Međutim, u nekim je razgovorima šala neuspjela jer sugovornik ne reagira na nju (primjeri: (70), (71), (72)), tj. ne prihvaća suradnju⁶⁶. Razlog tomu je

⁶⁵ Prema Werkmann (2011) „...kako bi šala bila uspješna neke informacije ne smiju biti izrečene, tj. iskaz ne smije eksplicitno davati do znanja što znače, on samo treba implicirati značenje. Kada bi sve informacije bile dostupne, šala objašnjena, humoristični bi efekt izostao.“ (Werkmann 2011: 141)

⁶⁶ Prop (1984) navodi da je humor proces koji se ostvaruje prisustvom dvaju čimbenika: objekta koji je smiješan i subjekta koji se smije. Naglašava da ne postoji obvezna zakonitost između humorističnog objekta i čovjeka koji se smije pa će se, prema tome, netko nečemu smijati, a netko neće. Prisutnost ili izostanak smijeha rezultat je povijesnog, društvenog, nacionalnog i individualnog karaktera. Ističe da na čovjekovu percepciju smiješnoga značajno utječu psihološki čimbenici. (Prop 1984: 30) Nadalje, prema teoriji nesklada ili inkongruencije (Šiber (1973)) dva su elementa znanja u neskladnom odnosu ako suprotnost jednoga elementa proizlazi iz drugoga. Budući da je taj nesklad psihološki neugodan, pokušava se umanjiti izbjegavanjem situacija i informacija koje bi mogle povećati nesklad. Izdvaja dvije hipoteze odnosa teorije nesklada i procesa informiranja: „Po prvoj, budući da je svaki pojedinac prisiljen vrlo se često odlučivati između dviju ili više mogućnosti, svaki izbor u sebi sadrži nesklad u onoj mjeri u kojoj izabrana mogućnost sadrži negativne, a neizabrana mogućnost pozitivne osobine. Kao rezultat dolazi do težnje pojedinca da nalazi one informacije koje potvrđuju njegov izbor i na taj način smanjuje nesklad. Po drugoj hipotezi, budući da se nesklad pojavljuje između spoznajnih elemenata, pojedinac će, kako bi .izbjegao psihološku neugodu, tražiti one informacije koje će smanjiti nesklad, a izbjegavati informacije koje bi ga mogle povećati.“ (Šiber 1973: 401). Šiber nadalje ističe da veličina nesklada nije proporcionalna veličini tenzije, tj. svaki nesklad ne dovodi do napetosti.

nepostojanje socijalne bliskosti među sugovornicima, koja je preduvjet svim strategijama pozitivne uljudnosti, te sugovornik *šalu* ignorira, a govorom tijela pokazuje da je neprimjerena. *Šale* trebaju biti u granicama prihvatljivosti jer prelaženje tih granica prelazi u neuljudnost. *Šale* privlače sugovornikovu pažnju, stvaraju dinamičnost i preokret u komunikaciji, prihvaćaju se ili odbijaju, tj. utječu na daljnji tijek razgovora. Ponekad šala prelazi granicu od bezazlene prema neslanoj šali kojoj je cilj provociranje sugovornika, tj. šalom se pokušava prikriti provokacija ili omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika. Za tom strategijom u televizijskim emisijama najviše poseže voditelj pokazujući naklonost prema sugovornicima s kojima nije socijalno blizak, tj. pokušava im se približiti i iznuditi odgovore na postavljena pitanja, a ponekad ih samo provocira. S druge strane, u radijskim je emisijama voditeljica ozbiljna, drži komunikaciju pod kontrolom te je svjesna socijalnog odnosa sa sugovornicima pa prema tome, u njenom govoru šala nema. U novinskim je tekstovima više primjera ove strategije, javlja se u razgovorima sa sigurnim, neutralnim temama koje ne prijete obrazu te odražava kooperativnost/suradnju, opuštenu atmosferu te bliskost među sugovornicima.

4.15. Ostvareni ciljevi u medijima

U disertaciji se polazi od hipoteze da se uljudne i neuljudne strategije upotrebljavaju kako bi se postigli određeni ciljevi, a koja je analizom prikupljenih podataka potvrđena. Jezik je najmoćniji alat u ostvarivanju ciljeva u komunikaciji te izbor strategije ovisi o cilju koji se u danom trenutku želi postići, tj. bira se ona strategija čija je učinkovitost za postizanje određenog cilja najveća. Ciljevi su uljudnih i neuljudnih strategija različiti: ciljevi su uljudnih strategija usmjereni ka zadržavanju i očuvanju sugovornikova obraza, a ciljevi neuljudnih strategija ka uništavanju i prijetnji obrazu (povredi obraza). Iz rezultata se istraživanja prepoznaju sljedeći ciljevi koje su govornici nastojali ostvariti upotrebom određenih strategija:

1. Ciljevi uljudnih strategija:

- stvoriti ugodnu (opuštenu) atmosferu
- ostaviti dobar dojam
- složiti se sa sugovornikom
- približiti se sugovorniku
- pridobiti sugovornikovu pažnju/simpatije

- iskazati simpatije prema sugovorniku
- uveseliti sugovornika
- raspoložiti sugovornika
- nasmijati sugovornika
- ugoditi sugovorniku
- laskati sugovorniku
- izraziti zabrinutosti za sugovornika
- iskazati poštovanje
- iskazati divljenje
- pohvaliti sugovornika
- podržati sugovornika
- iskazati razumijevanje.

2. Ciljevi neuljudnih strategija:

- preuzeti dominantnosti u komunikaciji
- pridobiti naklonost ostalih sudionika/publike
- proturječiti sugovorniku
- prikazati sugovornika kao lašca
- prikazati sugovornika glupim
- istaknuti sugovornikove nedostatke (istaknuti sugovornikovu nesposobnost)
- uvrijediti sugovornika
- okaljati sugovornika
- ismijati sugovornika
- omalovažavati sugovornika
- poniziti sugovornika
- uznemiriti sugovornika
- povrijediti sugovornika
- izazvati sugovornika
- naljutiti sugovornika

- degradirati sugovornika
- ocrniti sugovornika
- osramotiti sugovornika
- posramiti sugovornika
- zaplašiti sugovornika
- naljutiti sugovornika
- uzdići sebe, poniziti drugoga (hvalisati se).

Najviše je strategija pozitivne uljudnosti zabilježeno u novinskim tekstovima te se može zaključiti da je ostvarenje ciljeva, s obzirom na malu socijalnu povezanost među sugovornicima, bilo uspješno. Prave socijalne bliskosti, koja je preduvjet svim strategijama pozitivne uljudnosti, u istraženim medijima nema te se može pretpostaviti da bi učinak postavljenih ciljeva bio veći da se sugovornici više poznaju, odnosno da je bliskost među sugovornicima veća. Govornik je posezao za navedenim strategijama, iako prisnost sa sugovornikom nije velika, kako bi stvorio opuštenu atmosferu, približio mu se i iznudio odgovore na postavljena pitanja te je prema tome, njegovo jezično ponašanje ujedno i taktički potez. Razgovori su uljudnih strategija kraći, tj. ne produbljuju se, opet zbog manjka povezanosti među sugovornicima, a u nekim je situacijama sugovornik ukazao da postavljeno pitanje nije primjereno te da je prijeđena granica prisnosti koju imaju (primjer: (186)). Ciljevi ostvareni strategijama negativne uljudnosti zadovoljavajući su jer proizlaze iz odnosa koji postoji među sugovornicima. Namjeravani su ciljevi neuljudnih strategija u većini razgovora također uspješno ostvareni, što se može razaznati iz reakcije sugovornika kojemu je određena strategija upućena.

Ostavljanje dobrog dojma (reputacije) u prirodi je svakog čovjeka, ali kada govornici postavе ostvarivanje cilja (ciljeva) ispred dobrog dojma, prihvaćaju i neuljudnost kao normalan vid komunikacije. Jedan je od najistaknutijih ciljeva u razgovorima zadržavanje dominantnosti koja se teško ostvaruje uljudnom komunikacijom te su neuljudne strategije jedino preostalo oružje koje vodi do njenog ostvarenja. Iako su govornici svjesni publike koja ih vrednuje na temelju njihovog govora, vrlo je često njihovo jezično ponašanje neuljudno te se postavlja pitanje zašto riskiraju ostaviti loš dojam. Može se pretpostaviti da biraju takvo jezično ponašanje jer su uvjereni da je hrvatska publika navikla na ovakav vid komunikacije u javnome diskursu kada je riječ o političkim temama. Posebno se to odnosi na tipičan govor političara koji je u većini slučajeva neuljudan.

Mogući su razlozi takvoga ponašanja sljedeći: političari su svjesni da se njihov govor posebno ne ističe (u negativnom smislu) jer većina komunicira na isti ili sličan način pa prema tome, griznje savjesti zbog lošeg i neprihvatljivog jezičnog ponašanja nema te se ne trude ostaviti pozitivan dojam na publiku. S druge strane, neuljudne strategije u govoru pjevača, književnika, liječnika, običnog čovjeka itd. bile bi iznenađujuće te bi vjerojatno naišle na osudu jer se takvo jezično ponašanje od njih ne očekuje. Postavlja se pitanje kolika je šteta nanesena ovakvim stavom jer se poručuje da je takav vid komunikacije opravdan, odnosno prihvatljiv. Navedeni razlozi otvaraju promišljanja budućim istraživanjima koja bi ih mogla potvrditi.

4.16. Važnost socijalne bliskosti

Za ostvarenje je uljudnih strategija potrebno zadovoljiti preduvjet socijalne bliskosti među sugovornicima⁶⁷: strategije pozitivne uljudnosti podrazumijevaju veću socijalnu bliskost, tj. što je ona veća, učinkovitost je strategija veća, a što je manja, učinkovitost je strategija manja ili čak neuspjela, a strategije negativne uljudnosti podrazumijevaju malu socijalnu bliskost, tj. distancu: što je ona manja, učinkovitost je strategija veća, a što je veća, učinkovitost je strategija manja. Ponekad govornici posežu za strategijama pozitivne ili negativne uljudnosti kada preduvjet socijalne bliskosti, odnosno distance, nije zadovoljen i u tim su slučajevima strategije neuspjele, a to se veoma lako može zaključiti iz sugovornikove reakcije. Kada govornici upotrebljavaju strategije pozitivne ili negativne uljudnosti u kontekstu koji ne zadovoljava navedeni preduvjet, jasno je da je riječ o taktičkom potezu, tj. pokušaju ostvarenja cilja.

Za ostvarenje neuljudnih strategija socijalna bliskost među sugovornicima nema iznimnu važnost te ih upotrebljavaju govornici koji su više, ali i manje socijalno bliski. Razlika je samo što će u prvome slučaju posljedice njihove upotrebe biti veće: socijalna bliskost, tj. pozitivna uljudnost, podrazumijeva i emocionalan odnos te se osim povrede obraza narušava i postojeći odnos u

⁶⁷ U istraživanom je skupu podataka socijalna bliskost, odnosno distanca među sugovornicima, definirana kao bliža ili dalja ovisno o govornikovom izboru strategija i sugovornikovo reakciji na istu, tj. smatra li ju primjerenom ili ne. Dakle, bliskost, tj. distancu među sugovornicima, otkriva govornikov izbor strategija, način govora (visina i ton glasa), geste i mimike te sugovornikova reakcija koja se prepoznaje u nastavku razgovora (odgovoru), tj. daljnjem izboru strategija, načinu govora, gestama i mimikama. Iz skupa podataka proizlazi da su strategije pozitivne uljudnosti najčešće upotrebljavali sugovornici koji su socijalno bliski, a strategije negativne uljudnosti i neuljudnosti sugovornici koji su socijalno distancirani.

budućnosti. U drugom slučaju, budući da socijalnog odnosa nema, nema ni osjećaja odgovornosti, tj. grižnje savjesti, te osim povrede obraza, štete za odnos nema.

Ovdje je veoma važno istaknuti da je odnos koji postoji među sugovornicima jednim dijelom i rezultat kulture. Naime, kultura ima značajnu ulogu u oblikovanju spola i moći, iz spola i moći proizlazi odnos pa je prema tome odnos rezultat kulture. Svi su ovi pojmovi u međusobnom odnosu i ovisnosti.

4.17. Prelazak granice socijalne bliskosti (od negativne ka pozitivnoj uljudnosti) i prelazak granice uljudnosti

Pokušavajući doći do cilja (u većini slučajeva do odgovora na postavljeno pitanje) govornici često prelaze granicu socijalne bliskosti koju imaju sa sugovornikom (primjeri: (10), (110), (184), (186), (188)). U većini je slučajeva to prijelaz od negativne ka pozitivnoj uljudnosti, a prepoznaje se u pitanjima o osobnom životu, bolesti, emocionalnom stanju itd. (*Posljednjih nekoliko mjeseci bili su vam iznimno stresni, teški.; Pretpostavljam da vam je sve još svježije i bolno. Ipak, kako ste danas? Tko vam i što najviše pomaže kad vas obuzme tuga?; Jeste li pronašli mjesta za ljubav? Jeste li zaljubljeni?* itd.). Sugovornici su iznenađeni takvim pitanjima te odgovorima signaliziraju da je socijalna granica prijeđena te da ne žele dijeliti svoju intimu. Reakcija je ili uljudna ili neuljudna, a osim u govoru (povišen glas, uznemiren glas itd.) prepoznaje se i govorom tijela:

- *O svojoj privatnosti u ovom trenutku ne mogu i neću razgovarati. Kada ste predložili intervju, povod su bili moji predstojeći profesionalni angažmani. Zato o njima i govorim. O svim privatnim pitanjima ne bih na ovome mjestu i sada.;*
- *Postavljate mi „teška“ pitanja o suradnji s čovjekom koji me je izbacio iz stranke i jasno pokazao što misli o ljudima koji mu se ne pokoravaju.*
- *Nije moj život švedski stol i poštjednica bih javnost svoga privatnog života.*
- *Ne znam točno zašto je zanimljiva moja privatnost, možda kao psihijatrijsko traženje korijena mog djelovanja?*
- *Mislim da sam vam na to pitanje već odgovorio. Ili želite da navođenjem imena ti ljudi dožive sudbinu izbacivanja iz političke platforme Most?*

Unatoč tome što su sugovornici ukazali da je granica prijeđena, govornici nastavljaju postavljati pitanja o privatnom životu, a sve kako bi iznudili odgovor te je iz njihovog ponašanja jasno da je

postizanje cilja u prvom planu, a ne briga o sugovornikovu obrazu. U svim su slučajevima govornici bili izravni, tj. komunicirali su na direktan način, što je dovelo do nesporazuma u komunikaciji, odnosno neuljudnosti. Trudgill (2000) navodi da govornici u svim kulturama nastoje izbjegavati direktne iskaze jer oni predstavljaju prijetnje i izazivaju sukobe. Iz navedenog se skupa podataka može vidjeti da sugovornici nisu vodili računa o tome⁶⁸ jer im je ostvarenje namjeravanog cilja bilo važnije od očuvanja obraza što još jednom potvrđuje postavljenu hipotezu istraživanja.

Stavljanje cilja u prvi plan može se vidjeti i u primjerima u kojima govornik prelazi granicu od uljudnosti ka neuljudnosti kada ne poštuje sugovornikovu odluku da ne razgovaraju o određenoj temi te vrši pritisak, iako je sugovornik kratko poručio da o tome ne želi razgovarati. Odgovori su u takvim situacijama neuljudni te jasno poručuju da je granica uljudnosti prijeđena (primjeri: (110), (117), (130), (138), (147)). Nekoliko je trikova kojima su govornici u istraženom skupu podataka izbjegavali odgovor na postavljeno pitanje, a s obzirom na intonaciju, govor tijela te upotrijebljene strategije mogu biti uljudni ili neuljudni:

1. Govornik ne želi odgovoriti na pitanje

Svojim iskazom izričito poručuje da neće odgovoriti na pitanje ili komentirati određene događaje ili osobe:

- a) *Ne želim komentirati pojedine političke izjave.*
- b) *To ne želim komentirati.*
- c) *Ne želim komentirati. Ja ne komentiram nikada i nikada neću komentirati razmišljanja, mišljenja predsjednice Republike kojoj sam savjetnik.*
- d) *O tome ne mogu ništa reći.*
- e) *U takvu domenu ocjena stvarno ne želim ulaziti niti po vlastitom operativnom angažmanu imam na to pravo.*
- f) *To spada u ono što ne komentiram.*
- g) *To pitajte njih.*

⁶⁸ „One aspect of communication that may cause problems of these type is the relationship between directness and indirectness. None of us say exactly what we think at all times - the world would be an even more antagonistic place than it already is if we did - and directness is something which speakers in all cultures tend to be very careful about. Direct questions, for example, can be particularly threatening.“ (Trudgill 2000: 116)

2. Govornik kritizira postavljeno pitanje ili tvrdnju

Govornik ukazuje da postavljeno pitanje nema smisla, a u njegovu se iskazu osjeća neuljudan prizvuk:

- a) *To nema nikakve veze jedno s drugim.*
- b) *To je pitanje za Nobelovu nagradu, a kad bih bio toliko pametan, onda bih ju i dobio.*
- c) *To je kao da me pitate je li demokracija tolerantnija od pseudo demokracije ili od tiranije.*
- d) *Nisam se pripremao za ovu emisiju da bih govorio o izjavama gospodina Iličića.*

3. Govornik okoliša, tj. oklijeva s odgovorom

Prepoznaje se u iskazima u kojima okolišanjem izbjegava dati konkretan odgovor:

- a) *G1: O čemu je bilo riječi na razgovorima?*

G2: To je rekao gospodin Milanović i gospodin Petrov u svojoj izjavi, onda nema potrebe da se ponavljam.

G1: Dobro. Dugo su trajali.

G2: Mogu potvrditi. Dugo su trajali.

G1: Oni su imali izjavu od trideset sekundi. Dajte nam malo elaborirajte. Jesu se dijelile kakve fotelje ministarstva? Što ste radili tamo?

G2: Pa rekli su, dakle, gospodin Petrov i gospodin Milanović. Ja tome nemam šta dodati, mogu samo potvrditi da je to istina što su rekli.

- b) *G1: Što se tiče slobode, brakova i toga „je li gej OK“ ili „nije gej OK“, reći ću vam sljedeće: meni je najprirodnije da dijete ima tatu i mamu. A sve je drugo pravo izbora.*

G2: Ali zakonom je postignuta jedna razina prava istospolnih zajednica. To biste poništili?

G1: Je l' vi mene slušate? Meni kliker radi kao Einsteinu. Saberimo se malo. Najprirodnije je da dijete ima mamu i tatu. Točka. Imate li drugo pitanje?

G2: Ja sam vas konkretno pitala, znači li to da se zalažete da se ukine zakon o istospolnim zajednicama?

G1: Ja sam vam odgovorio, a jeste li vi zadovoljni odgovorom ili niste, to je vaš problem. Imam previše utakmica u nogama da bih nasjeo na vaš štos.

G2: Nije to štos.

G1: Imam pravo braniti svoj stav. Ja sam se deklarirao i mogu ponoviti. Najprirodnije je da dijete ima tatu i mamu, a sve drugo je pravo izbora svakog pojedinca. Točka. Za pametnog dovoljno.

(Nacional, 3. 11. 2015., broj 914, str. 22./23.)

4. Govornik prelazi na drugu temu ili ignorira pitanje ili komentar

Ovaj se taktički potez prepoznaje u iskazima u kojima se govornik ogлуši na postavljeno pitanje te odgovor nema nikakve veze s pitanjem ili kada ignorira iskaz drugih sugovornika:

a) *G1: U kojem biste smjeru voljeli da se dalje razvija vaš privatni život?*

G2: Ne mislim da sam zbog nečeg posebna u odnosu na svoju generaciju, želim da ljudi za mene znaju zbog onoga što sam napravila, a ne zbog imena.

(Story, 24. 6. 2015., broj 25, str. 33.)

b) *G1: Obzirom na način kako su komunicirali od trenutka kad su bili poznati izborni rezultati možemo pretpostaviti da će vrlo teško funkcionirati, da će biti puno sukoba i nadmetanja jer upravo ono što se dešavalo do sada pokazalo je da se oni vrlo teško usredotočuju na sadržajnu stranu pregovora, a puno više se bave time tko je od njih kakav. Zato smo i svjedočili posljednjih dana brojnim optužbama, etiketiranju, vrlo neugodnog tipa...*

G2: O tome ćemo nešto kasnije.

G1: ...koji je zapravo kod ljudi, kod publike, kod glasača, stvarao pitanje, odnosno dovodio do postavljanja pitanja: Dobro, sada bez obzira na kraju tko će konstituirati vlast pa kakvi su to ljudi kad smo mi o njima već takve stvari čuli.

(Poligraf – politički grafikon, 18. 12. 2016., 8:22 - 9:10)

5. Govornik se šali kako bi izbjegao odgovor

Šala je još jedan taktički potez kojim govornik skreće pažnju s teme jer ne želi odgovoriti na pitanje:

a) *G1: Ali idemo, gospodine Šeks, malo razjasniti. Što sad dalje, ovo se, ovo se sve nastavlja, ovo se odugovlači, do kada to može trajati?*

G2: Mislim da smo dosadašnji tijek emisije, aaa, pogrešno iskoristili.

G1 (smije se): Mislim da je baš dobro iskorišten. Dajte nam Vi sad ovo.

G2 (sliježući ramenima): Aaa, to vi mislite.

(Otvoreno, 3. 12. 2015., 13:25 - 14:42)

4.18. Preuzimanje odgovornosti za verbalno ponašanje

Škiljan (2000) navodi da se javna komunikacija odvija u skladu s normama (jezičnim, komunikacijskim i pragmatičkim) koje govornici moraju poznavati kako bi uspješno komunicirali. Pragmatička norma podrazumijeva skup pravila o odabiru najučinkovitije strategije u određenom kontekstu:

„Pragmatička norma izrazito je kontekstualna norma, jer izbor komunikacijske strategije direktno ovisi o svakom od elemenata komunikacijskog konteksta, o statusima i ulogama pošiljalaca i primalaca i o njihovim međusobnim relacijama, o tome, da li je kanal oralan ili pismen, bez tehnološke podrške ili s njom, o tome kakvi su sadržaji poruka i koji su elementi univerzuma njima označeni, u kakvoj se situaciji poruka odašilje, pa i o tome koji kodovi i potkodovi iz komunikacijske matrice stoje sudionicima komunikacijskoga akta na raspolaganju.“ (Škiljan, 2000: 177)

Kršenje navedene norme, ističe Škiljan, dovodi do sankcija: privremeno ili javno isključenje iz javnih kanala, djelomična ili potpuna zabrana javnom komuniciranju, zabrana upotrebe pojedinih jezika i idioma ili pojedinih riječi i izraza (zbog toga što su pod tabuom) te zabrana iznošenja nekih sadržaja (tabuiziranih, uvredljivih, opscenih) (Škiljan 2000: 178).

U istraženom skupu podataka nisu poduzete nikakve sankcije nakon kršenja pragmatičke norme, tj. nakon neuljudnih iskaza. Nema preuzimanja odgovornosti za verbalno ponašanje što rezultira nastavkom neuljudnog ponašanja i izostankom poštovanja prema ostalim sugovornicima. Najveća

kazna za neuljudnog govornika jest oduzimanje riječi ili uzvratanje neuljudnim strategijama. Zbog nedostatka poštovanja i izdizanja iznad autoriteta, nema granica u komunikaciji. Ovdje se misli na autoritet voditelja televizijskih i radijskih emisija te novinara u novinskim tekstovima koji bi, s obzirom na ulogu koju imaju (vode i koordiniraju emisiju, tj. intervju), trebali imati u odnosu na ostale sudionike, tj. goste. Međutim, u većini neuljudnih razgovora sugovornici ne poštuju njihov autoritet i granice koje im postavljaju (npr. upozoravanje na neuljudno ponašanje, oduzimanje riječi, preusmjeravanje razgovora itd.), nego ih ignoriraju i nastavljaju govoriti.

Postavlja se pitanje zašto govornici posežu za neuljudnim strategijama i zašto je takav vid komunikacije u krugu političara prihvatljiv kada se povezuje s nečim negativnim. Razlog je tomu što su frekventnošću upotrebe neuljudne strategije, u određenom krugu ljudi (u ovom slučaju političara), postale ustaljen te prihvatljiv oblik komunikacije (suprotno tomu, u npr. kulinarskim emisijama takav bi vid komunikacije bio neprihvatljiv). Osim toga, norme i sankcije nisu unaprijed definirane i postavljene i govornici nisu ograničeni u slobodi govorenja. Može se pretpostaviti da izostanak sankcija u navedenim medijima leži u činjenici da takav vid komunikacije, iako nije u skladu s normom, povećava gledanost radijskih i televizijskih emisija te čitanost novinskih tekstova, što je u interesu vlasnika medija.

5. ZAKLJUČAK

Istraživanje je provedeno unutar javnoga diskursa na hrvatskom jeziku, točnije u trima medijima: televizijskim emisijama, radijskim emisijama i novinskim tekstovima, tj. tekstualno prenesenoj govorenoj interakciji, kako bi se ispitala hipoteza prema kojoj su govornici uljudni, odnosno neuljudni kako bi postigli određene komunikacijske učinke. Prema tome, uljudno i neuljudno ponašanje ne treba promatrati samo kao altruističku brigu ili nebrigu o sugovornikovu obrazu, nego i kao govornikovo sredstvo, odnosno instrument u postizanju vlastitih ciljeva i interesa. Prvi je korak u istraživanju bio identifikacija i interpretacija uljudnih i neuljudnih strategija prema dvjema teorijama: prema teoriji uljudnosti Penelope Brown i Stephen C. Levinsona (1987) i teoriji neuljudnosti Dereka Bousfielda (2008). U analizi rezultata u obzir su, osim verbalnih, uzeti i neverbalni znakovi, tj. pokazatelji jezičnoga ponašanja koji, kako se pokazalo, također imaju značajnu ulogu u procjeni uljudnosti i neuljudnosti. Cilj je bio pokazati u kojim se sve funkcijama pojavljuju strategije te utvrditi kolika je njihova zastupljenost ovisno o mediju te što bi bio razlog tomu. Osim toga, na temelju dobivenih rezultata prikazana je razlika u pouzdanosti između medija s obzirom na prisustvo vizualnih i auditivni elemenata iz čega proizlazi da je najveća pouzdanost televizijskih emisija jer sadrže i vizualne i auditivne elemente, tj. osim verbalnog, može se pratiti i govornikovo neverbalno ponašanje (geste i mimike) koje značajno doprinosi procjeni (ne)uljudnosti. Zatim slijede radijske emisije u kojima je prisutan samo verbalni element, a najmanja je pouzdanost novinskih tekstova jer se jezično ponašanje može zaključiti samo iz pisanoga teksta, tj. lišeno je auditivnih i vizualnih elemenata.

U raspravi je naglasak stavljen na svim zaključcima koji su dobiveni kvalitativnom i kvantitativnom metodom istraživanja, odnosno koji se mogu izvesti iz interpretacije skupa podataka te koji pokazuju u kolikoj mjeri istraživanje upotpunjuje dotadašnja znanja, a u kolikoj mjeri ukazuje na potrebu za novim istraživanjima i pristupima ovoj temi. Osim toga, izdvojene su i novine, odnosno znanstveni doprinosi na temu (ne)uljudnosti koji su proizašli iz ovog istraživanja, a koje će biti izdvojeni nešto kasnije u tekstu. Ovdje treba istaknuti da su dobiveni rezultati istraživanja reprezentativni, odnosno ne zahvaćaju apsolutnu problematiku ove teme te je prema tome promišljanje o ovoj temi otvoreno i dalje. Osim toga, pokazuju potrebu za interdisciplinarnim pristupom ovoj temi koju, osim s pragmalingvističkog gledišta, treba promatrati i sa stajališta sociolingvistike i psihologije jer su se u rezultatima istraživanja pojavljivale neke pojavnosti,

posebice u neuljudnim razgovorima, koje se ne mogu opisati samo s pragmalingvističkog stajališta, nego je za kvalitetnu analizu potrebno sagledati ovaj problem i iz drugih kutova.

Iz teorije uljudnosti proizlazi da komunikacija uvijek treba biti ugodna, tj. postavlja znak jednakosti između komunikacije i uljudnosti te prema tome, neuljudnosti nije mjesto u komunikacijskome procesu jer narušava temeljni uvjet komunikacije, odnosno suradnju između govornika i sugovornika. Međutim, unatoč tomu što neuljudna komunikacija nije izraz bontona, evidentna je njena pojavnost, što dokazuju i rezultati istraživanja, te se ne može izolirati iz komunikacijskoga procesa i trebala bi biti predmetom istraživanja jednako kao i uljudnost.

Rezultati istraživanja pokazuju da govornici u interakciji upotrebljavaju (ne)uljudne strategije kako bi zadovoljili svoje ciljeve, ali izazvali i određene učinke te pri tome mogu i ne moraju brinuti o sugovornikovu obrazu. U nekim je situacijama napad na obraz bio nenamjeravan, a u nekima je govornik namjerno štetio obrazu verbalnim ili neverbalnim sredstvima ili njihovom kombinacijom. Analiza rezultata pokazuje da neverbalni znakovi mnogo otkrivaju o samoj komunikaciji te u nekim situacijama imaju glavnu ulogu u određivanju govornikova jezičnog ponašanja: otkrivaju ono što nije izrečeno ili nadopunjuju ono što je izrečeno. Prozodijska su se obilježja u navedenom skupu podataka češće pojavljivala u neuljudnim nego uljudnim razgovorima te su otkrivala sugovornikovu reakciju, tj. njegov stav i stupanj uzrujanosti (emocionalno stanje), a mogla su se prepoznati u govoru, tj. boji glasa, izgovoru, intonaciji, promjeni u visini glasa, naglašavanju pojedinih riječi, tempu i intenzitetu govora, pauzi, smješkanju ili puhanju. Rezultati istraživanja pokazuju da govor tijela i geste također imaju značajnu ulogu u razlikovanju uljudne od neuljudne komunikacije te se u televizijskim emisijama najčešće pojavljuju u neuljudnim razgovorima, a u uljudnim razgovorima samo četiri puta: kao znak slaganja (blagi smiješak, kimanje glavom) ili poštivanja sugovornikova obraza (podizanje ruke za riječ, podizanje prsta dok drugi sugovornik govori). Govorom su tijela govornici pratili svoj neuljudni iskaz kako bi naglasili ono o čemu govore ili kako bi pridobili pažnju drugih sugovornika. Govor tijela u televizijskim je emisijama prethodio neuljudnom iskazu, javljao se istovremeno s neuljudnim iskazom ili se mogao prepoznati u sugovornikovoju reakciji, tj. nakon neuljudnoga iskaza (npr. kimanje glavom, izbjegavanje pogleda, cupkanje nogom, mahanje rukama, prevrtanje očima, izbjegavanje pogleda, slijeganje ramenima itd.).

Ovisno o tome jesu li čuvali sugovornikov obraz ili mu štetili, govornici su u istraženom skupu podataka nastojali ostvariti ciljeve uljudnim ili neuljudnim strategijama. Prema tome, u rezultatima istraživanja prepoznaju se različiti ciljevi uljudnih (stvoriti ugodnu (opuštenu) atmosferu, ostaviti dobar dojam, složiti se sa sugovornikom, približiti se sugovorniku, pridobiti sugovornikovu pažnju/simpatije, iskazati simpatije prema sugovorniku, uveseliti sugovornika, raspoložiti sugovornika, nasmijati sugovornika, ugoditi sugovorniku, laskati sugovorniku, izraziti zabrinutosti za sugovornika, iskazati poštovanje, iskazati divljenje, pohvaliti sugovornika, podržati sugovornika, iskazati razumijevanje) i neuljudnih strategija (preuzeti dominantnosti u komunikaciji, pridobiti naklonost ostalih sudionika/publike, proturječiti sugovorniku, prikazati sugovornika kao lašca, prikazati sugovornika glupim, istaknuti sugovornikove nedostatke (istaknuti sugovornikovu nesposobnost), uvrijediti sugovornika, okaljati sugovornika, ismijati sugovornika, omalovažavati sugovornika, poniziti sugovornika, uznemiriti sugovornika, povrijediti sugovornika, izazvati sugovornika, naljutiti sugovornika, degradirati sugovornika, ocrniti sugovornika, osramotiti sugovornika, posramiti sugovornika, zaplašiti sugovornika, naljutiti sugovornika, uzdići sebe, poniziti drugoga (hvalisati se)).

Za ostvarenje je uljudnih strategija potrebno zadovoljiti preduvjet socijalne distance, odnosno bliskosti među sugovornicima: strategije pozitivne uljudnosti podrazumijevaju veću socijalnu bliskost, tj. što je ona veća, učinkovitost je strategija veća, a što je manja, učinkovitost je strategija manja ili čak neuspjela, a strategije negativne uljudnosti podrazumijevaju malu socijalnu bliskost, tj. distancu: što je ona manja, učinkovitost je strategija veća, a što je veća, učinkovitost je strategija manja. Iz rezultata istraživanja proizlazi da je ostvarenje ciljeva strategijama pozitivne uljudnosti bilo uspješno, unatoč tome što preduvjet socijalne povezanosti među sugovornicima u medijima nije bio zadovoljen u potpunosti. Naime, prave socijalne bliskosti u istraženim medijima nije bilo te se može pretpostaviti da bi učinak postavljenih ciljeva bio veći da su sugovornici bili prisniji. Navedenim su strategijama govornici nastojali stvoriti opuštenu atmosferu i približiti se sugovorniku kako bi iznudili odgovore na postavljena pitanja te je prema tome njihovo jezično ponašanje ujedno bilo i taktički potez.

Razgovori su uljudnih strategija u skupu podataka bili kraći, tj. ne produbljuju se, a u nekim je situacijama sugovornik ukazao da postavljeno pitanje nije primjereno te da je prijeđena granica prisnosti koja postoji među njima. Ciljevi ostvareni strategijama negativne uljudnosti u skupu

podataka primjereni su jer proizlaze iz odnosa koji postoji među sugovornicima. U dosadašnjim se istraživanjima pojavnost socijalne distance, tj. bliskosti među sugovornicima, ne spominje kada se govori o neuljudnosti te bi ovaj čimbenik trebalo uključiti u buduća istraživanja. Neuljudne strategije upotrebljavaju govornici koji su više ili manje bliski, ali i govornici koji nisu bliski uopće. Razlika je u tome što su u prvome slučaju posljedice njihove upotrebe veće: socijalna bliskost, tj. pozitivna uljudnost podrazumijeva i emocionalan odnos te se upotrebom neuljudnih strategija, osim povrede obraza, narušava i postojeći odnos u budućnosti. U drugome slučaju, budući da bliskog socijalnog odnosa nema, nema ni osjećaja odgovornosti, tj. grižnje savjesti, te osim povrede obraza, štete za odnos nema.

Namjeravani su ciljevi neuljudnih strategija u većini razgovora u medijima, također, uspješno ostvareni što se može razaznati iz sugovornikove reakcije kojemu je određena strategija upućena. Iz rezultata istraživanja proizlazi da su govornici prelazili granicu bliskosti kada su u prvi plan stavljali ostvarenje namjeravanog cilja, a ne brigu o sugovornikovu obrazu. Međutim, njihove su namjere sugovornici prepoznali te se analizom rezultata moglo utvrditi nekoliko trikova kojima su pokušali izbjeći odgovor na postavljeno pitanje, a s obzirom na intonaciju, govor tijela te upotrijebljene strategije, bili su uljudni ili neuljudni. Tako govornici nisu htjeli odgovoriti na postavljeno pitanje (svojim su iskazom to izričito dali do znanja), kritizirali su postavljeno pitanje ili tvrdnju, okolišali su, tj. oklijevali s odgovorom, ili su se šalili kako bi izbjegli odgovor, tj. skrenuli pažnju s pitanja.

Iz rezultata se istraživanja može vidjeti da u navedenom skupu podataka nije bilo preuzimanja odgovornosti za verbalno neuljudno ponašanje što je rezultiralo nastavkom neuljudnog ponašanja, izostanku poštovanja i izdizanju iznad autoriteta. Najveća je sankcija za neuljudno ponašanje u medijima bila oduzimanje riječi, iako se ni to nije događalo u svim razgovorima, te je u većini slučajeva neuljudan vid komunikacije bio nastavljen. Razlog tomu je što norme i sankcije nisu unaprijed definirane i postavljene te nije bilo jasnih granica u jezičnom ponašanju. Izostanak sankcija u navedenim medijima leži i u činjenici da takav vid komunikacije, iako nije prihvatljiv, zabavlja publiku pa prema tome povećava slušanost i gledanost radijskih i televizijskih emisija te čitanost novinskih tekstova, što je u interesu vlasnika medija. Osim toga, učestalošću se upotrebe u krugu političara ovakav vid komunikacije ustalio te je na neki način postao prihvatljiv, tj. podrazumijeva se.

U disertaciji je naglasak stavljen na proučavanje govornikova (ne)uljudnog jezičnog ponašanja koje unaprijed ima zadanu namjeru, a ostvaruje ju uljudnim ili neuljudnim strategijama ovisno o učinku ili cilju koji želi postići. U disertaciji je prikazano kako namjeravana (ne)uljudnost čuva ili napada, tj. prijeti obrazu, i kako sugovornici odgovaraju na uljudne i uvredljive iskaze. Analizom neuljudnih iskaza iz različitih medija može se zaključiti da su govornici bili neuljudni kako bi nekoga uvrijedili, ali i kako bi sebe obranili. Rezultati istraživanja pokazuju da su sugovornici na neuljudnost odgovarali protunapadom, tj. neuljudnošću, uljudnošću ili šutnjom (jedan je sugovornik bio neuljudan, a drugi nije reagirao, tj. šutio je). Kada je sugovornik reagirao neuljudno, poručio je da zna da je njegov obraz napadnut te je uzvratio istom mjerom. Uljudna se reakcija na neuljudni iskaz pojavljivala u situacijama kada je sugovornik želio izbjeći i završiti konfliktan razgovor, a šutnjom je sugovornik prihvatio napad na obraz i nije se zauzeo za njega. U nekim je neuljudnim razgovorima treći sugovornik (voditelj ili voditeljica), koji nije direktno sudjelovao u razgovoru, osudio neuljudnost, prekinuo je neuljudan govor i napad na sugovornikov obraz kojemu je neuljudna komunikacija upućena, tako da sugovornik nije morao reagirati i iskazati stav prema izrečenom. Različita se reakcija na neuljudno ponašanje može objasniti samokontrolom: neki se sugovornici lako upuštaju u sukobe, a neki se u sukobima ne osjećaju ugodno i izbjegavaju ih.

Iz istraživanja proizlazi da govornici svjesno i namjerno koriste (ne)uljudne strategije te da uvijek imaju metu (ne)uljudnog iskaza, što je zapravo i temeljni cilj strategija. Govornik želi da sugovornik zna da je on meta i da svojim govorom želi nešto poručiti i postići, a postojanje namjere posebno se isticalo u neuljudnim razgovorima. Analizom skupa podataka može se primijetiti da su govornici u komunikacijskom procesu neprestano bili suočeni s poželjnim i nepoželjnim jezičnim ponašanjem, tj. onim koji čuva obraz i onim koji prijeti obrazu, te ovisno o uljudnom ili neuljudnom ponašanju proizašla je sugovornikova reakcija, tj. perlokucijski učinak, koji je bio pozitivan ili negativan, više ili manje izražen te je doveo do pogoršanja odnosa, uspostavljanja odnosa ili održavanja dobrog odnosa. Iz sugovornikove se reakcije moglo razaznati je li strategija uspjela i je li govornikov iskaz primjeren te je o tome ovisio i daljnji tijek komunikacije: uljudna je komunikacija u najvećem broju slučajeva izazivala uljudno ponašanje, a neuljudna komunikacija neuljudno ponašanje i konfliktne odnose, tj. sukobe. Iz navedenog proizlazi da je jezično ponašanje u medijima uvijek djelovalo po modelu akcija – reakcija te da su postojali okidači uljudne i neuljudne komunikacije, a ovisno o tome o kojima je okidačima riječ, sugovornikova je reakcija bila više ili manje izražena. U nekim su se primjerima razgovora mogli primijetiti iskazi koji

jezično nisu bili neuljudni, ali ih je sugovornik prepoznao takvima jer je govornik izrekao nešto što mu se nije svidjelo, kao npr. postavljeno pitanje, neslaganje oko iste stvari, zadiranje u intimu, šala itd.

Analizom rezultata istraživanja može se primijetiti da jedna neuljudna strategija izaziva drugu te da je to pravilo, a ne iznimka. U nekim je primjerima razgovora u istraženom skupu podataka uljudna komunikacija postupno prelazila u neuljudnu kada su se govornici neprimjerenim strategijama približili sugovorniku više nego što je to njihova socijalna distanca dozvoljavala, tj. strategijama koje nisu bile u skladu sa socijalnom distancom, a da je granica prijeđena, sugovornik je jasno pokazao: ili je bio neuljudan ili nije želio surađivati, tj. nastaviti komunikaciju. Ova se pojavnost prijelaza iz uljudnog u neuljudno ponašanje ne spominje u dosadašnjim promišljanjima na temu (ne)uljudnosti te može ostati otvorenom temom za daljnja istraživanja.

Kao što je spomenuto ranije, teorija (ne)uljudnosti naglasak stavlja na obraz primatelja poruke prema kojemu se iskazi interpretiraju kao uljudni ili neuljudni, ali zanemaruje govornikov obraz, tj. ne ukazuje što se događa s govornikovim obrazom kada šalje poruku. Za razliku od uljudne komunikacije u kojoj govornik ne privlači pažnju na sebe jer ne ugrožava sugovornikov obraz, iz analize se skupa podataka može primijetiti da upotrebom neuljudnih strategija njegovo verbalno ponašanje dolazi u fokus. Tako je govornik neuljudnom komunikacijom privukavši pažnju na sebe privukao pažnju i na svoj obraz te je potencijalno ugrozio svoj obraz u daljnjem razgovoru, ostavio je određenu sliku o sebi koja je uvjetovala odnos ostalih sugovornika prema njemu, tj. prema njegovu obrazu u daljnjoj komunikaciji. Rezultati istraživanja pokazuju da je i govornikov obraz nakon neuljudnog iskaza u većini slučajeva bio ugrožen, tj. napadnut. Razlog tomu je što su, za razliku od uljudnih iskaza, neuljudni iskazi ostavljali veći dojam na sugovornike, reakcija je uvijek postojala pa i onda kada nije bila izrečena verbalno: ako se nije mogla prepoznati u govoru tijela, reakcija je postojala u mislima te je o njoj ovisio razvoj odnosa prema sugovornikovu obrazu. Neuljudni iskazi aktiviraju jače emocije (uzrujanost, ljutnju, bol, tugu itd.), tj. neugodne emocije, te su ovisno o sugovornikovu emocionalnom stanju više ili manje utjecali na njega ili nisu utjecali uopće (reakcija je bila više ili manje izražena), a o tome je ovisio daljnji tijek razgovora. Iz svega se navedenog može zaključiti da je svakim verbalnim napadom obraz okaljan i postupno se gubi, kako govornikov tako i sugovornikov: govornik može povrijediti sugovornikov obraz, ali i svoj obraz. Stvaranje lošeg obraza okidač je za neuljudne iskaze. Oba bi se obraza mogla spasiti, više

ili manje, strategijom isprike, ali analiza neuljudne komunikacije u skupu podataka pokazuje da govornici nikada nisu upotrijebili ovu strategiju iz jednostavnog razloga: cilj je bio namjerno povrijediti obraz, a isprikom bi se željeni cilj poništio. Iz svega se navedenog može zaključiti da buduća istraživanja trebaju sagledati što se događa s obrazom svih sudionika u komunikaciji, neovisno o tome jesu li pošiljalci ili primatelji neuljudne poruke jer je iz analize istraživanja evidentno da i govornikov obraz, a ne samo sugovornikov, može biti ugrožen.

Svaki (ne)uljudni iskaz, kako pokazuju rezultati istraživanja, aktivira emocionalni sustav, tj. utječe na emocije, te bi u istraživanju (ne)uljudnosti trebalo uključiti i ovaj čimbenik, a kojemu se ne pridaje dovoljna pažnja u dosadašnjim istraživanjima na hrvatskome jeziku. Analiza primjera uljudnih i neuljudnih razgovora pokazuje da su emocije bile prisutne u svakom razgovoru, pratile su verbalnu i neverbalnu komunikaciju, više su ili manje bile izražene te su imale značajnu ulogu u razumijevanju iskaza. Iako su se emocije aktivirale i kod uljudnih interakcija, bile su izraženije u neuljudnim razgovorima jer su tada emocije bile snažnije. Osim toga, iz rezultata istraživanja proizlazi da se pojavnost emocija u medijima može dovesti u vezu i s uspostavljanjem moći. Naime, neki su sugovornici u razgovorima bili iznimno dominantni (nametali su se, prekidali su ostale sugovornike i nisu im dozvoljavali da dođu do riječi, neprestano su upadali drugim sugovornicima u riječ, povisivali su glas, dugo su govorili, bili su ironični itd.), tj. postavljali su sebe u nadređeni položaj. Govornici su neuljudne strategije koristili kao instrument u uspostavljanju moći i dominantnosti i to u razgovorima sa sudionicima za koje su primijetili da su emocionalno slabiji od njih. Dakle, taktizirali su jer su procijenili komu se mogu suprotstaviti, a komu ne, odnosno kada mogu i kada ne mogu ostvariti svoj komunikacijski učinak. Iskorištavali su sugovornikovo emocionalno stanje kao oružje kako bi uspostavili svoju dominantnost, svjesno i namjerno upotrebom ružnih i oštih izraza, odnosno neuljudnih strategija.

Odnos moći povlači za sobom i pitanje spola, tj. kako se muškarci odnose prema ženama u razgovorima. Iz istraživanja proizlazi da su najveću nadmoć muškarci pokazivali u komunikaciji sa ženama kada su žene bile uzrujane i kada su to pokazale svojim emocijama (uzrujanim glasom, mucanjem itd.). Iz rezultata istraživanja proizlazi da se s uspostavljanjem moći i emocijama u ovakvim situacijama može povezati i pojava aspekta zabave u neuljudnim razgovorima. Tada bi se neuljudni govornik, svjestan svoje moći, ironičnim tonom i podrugljivim smijehom obraćao sugovornicima koji su uzrujani zbog razgovora koji se odvija i pri tome bi pokazao da ga takav vid

komunikacije zabavlja. Što je sugovornik bio više uznemiren, i aspekt je zabave bio više izražen. U dosadašnjim istraživanjima ovakav vid aspekta zabave u neuljudnim razgovorima nije istraživan te ostaje otvorenim za istraživanja u budućnosti. Nadalje, ironija se u rezultatima istraživanja pojavljivala i kao obrana od neuljudnosti, ali tada se aspekt zabave ne prepoznaje. Govornici su upotrebljavali izraze koji po doslovnom značenju pripadaju uljudnim strategijama (*žao mi je, na žalost, oprostite, tako je, apsolutno, stvarno, upravo tako, oprostite, apsolutno, stvarno* itd.) s ciljem kritiziranja sugovornikovih postupaka te izražavanje neslaganja, ali su zbog njihove neiskrene i sarkastične upotrebe prepoznati kao neuljudni. Navedeni su se izrazi najčešće pojavljivali u strategijama: *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika, kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje i nerad te upotreba tabu riječi (uvredljivih riječi i psovki)*. Za interpretaciju je takvih izraza od iznimne važnosti bio kontekst, a intonacija ih određuje kao uljudne ili neuljudne. Aspekt zabave se u pravom smislu riječi u skupu podataka prepoznaje samo u uljudnoj strategiji *šala*: sugovornici se u razgovoru poštuju i uvažavaju, vlada opuštena i ugodna atmosfera, a humor je glavni pokazatelj zabave. Međutim, u nekim razgovorima u skupu podataka šala nije uspjela jer je izostala sugovornikova pozitivna reakcija. Razlog tomu je što nije zadovoljen preduvjet za uspješnost šale, odnosno postojanje socijalne bliskosti među sugovornicima.

Analizom neuljudnih strategija u skupu podataka može se primijetiti da su neke strategije manje prijetile obrazu, a neke više. Strategije koje su najviše prijetile obrazu su: *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika, upotreba tabu riječi te kritiziranje sugovornika, njegovo djelovanje ili nerad*, a razlog tomu je što su direktno napadale govornikov izgled ili djelovanje te su negativno utjecale na govornikov emocionalni sustav. Jedna od najčešćih strategija u neuljudnim razgovorima, kako pokazuju rezultati istraživanja, jest strategija *upotreba tabu riječi (uvredljivih riječi i psovki)* i u većini se slučajeva pojavljivala u kombinaciji s ostalim neuljudnim strategijama, posebice strategijom *omalovažavanje, podcjenjivanje i ismijavanje sugovornika*, a sve s ciljem namjerne povrede obraza.

U istraženom su se skupu podataka pojavljivali brojni primjeri komplimenata te se oni, kao i neuljudna strategija *upotreba tabu riječi*, tj. *uvredljivih riječi i psovki*, odnose na sugovornikov izgled i djelovanje, ali je razlika što je neuljudna strategija većinom bila upućena osobama koje nisu bile prisutne u razgovoru, a komplimenti su bili upućeni osobama u razgovoru i osobama izvan razgovora. Osobitost komplimenata je što su, kako pokazuju rezultati istraživanja, čuvali, ali i

napadali obraz te se iz sugovornikova odgovora, tj. reakcije, moglo zaključiti jesu li interpretirani kao stvarni kompliment ili kao uvreda. Komplimentima su se u stvarnom značenju govornici pokušavali približiti sugovorniku: iskazivali su divljenje, poštovanje, simpatije, naklonost itd., pojavljivali su se samo u novinskim tekstovima te odgovaraju strategijama pozitivne uljudnosti. Kompliment koji je shvaćen kao uvreda po doslovnom značenju odgovara stvarnom komplimentu, ali je zbog govornikovog ironičnog smijeha i intonacije interpretiran kao uvreda i kao takav odgovara neuljudnoj strategiji *upotreba tabu riječi*, tj. *uvredljivih riječi*.

Istraženi skup podataka pokazuje da su i muškarci i žene bili neuljudni u razgovorima, ali da je njihovo neuljudno ponašanje različito. Sveukupan je broj muškaraca u istraženom skupu podataka veći od broja žena (M (131), Ž (103)) te je najveći nesrazmjer u broju pojavljivanja muškaraca i žena u televizijskim (M (22), Ž (4)) i radijskim (M (16), Ž (7)) emisijama, a u novinskim se tekstovima broj muškaraca i žena razlikuje za jedan broj (M (93), Ž (92)). Budući da broj muškaraca i žena nije jednak (ili približan) u svim medijima, nego je karakterističan za ovaj skup podataka (koji je rezultat nasumično odabranih medija), određivanje prosjeka upotrebe pojedinih strategija u medijima po spolu nije u funkciji uspoređivanja uljudnog i neuljudnog ponašanja između muškaraca i žena, nego unutar istoga spola. Kada se u istraženom skupu podataka promatra neuljudno ponašanje muškaraca izolirano od neuljudnog ponašanja žena, a neuljudno ponašanje žena neovisno o neuljudnom ponašanju muškaraca, može se izvesti uzorak ponašanja karakterističan unutar istoga spola, međutim, ne postoji univerzalni obrazac ponašanja za muškarce i univerzalni obrazac ponašanja za žene. Nisu svi muškarci u istraženom skupu podataka bili neuljudni na jednak način: neki su bili više uzrujani, neki manje, neki su povisivali ton više, neki manje, nekima se nervoza vidjela u izrazu lica, neki su bili ozbiljni, ali i neuljudni istovremeno, neki su govorom tijela pokazivali svoju nervozu i netrpeljivost itd. Muškarci su bili neuljudni prema muškarcima i prema ženama te su inicirali neuljudnu komunikaciju ili su odgovarali na istu, a neuljudno se ponašanje žena prepoznaje samo prema muškarcima kao odgovor na njihovo neuljudno ponašanje, nisu započinjale neuljudnu komunikaciju, više su vodile računa o sugovornikovu obrazu te su čim prije željele izaći iz neugodnih razgovora. Muškarci su bili izravniji, žešći i glasniji, a žene su zadržavale određenu distancu te su pokušavale držati neuljudnost pod kontrolom. Međutim, iako iz rezultata istraživanja proizlazi da su žene bile smirenije u komunikaciji (kada se uspoređi jezično ponašanje žena, neovisno o drugom spolu), treba naglasiti da su ovakvi rezultati istraživanja karakteristični za ovaj skup podataka te da bi se

analizom nekog drugog skupa podataka mogli dobiti drugačiji rezultati. Osim toga, kako je navedeno ranije u tekstu, zbog nejednakog broja muškaraca i žena u medijima, u istraživanju naglasak nije bio na uspoređivanju (ne)uljudnog ponašanja između muškaraca i žena, nego unutar istoga spola te su se izveli zaključci o obrascima ponašanja žena u odnosu na žene i muškaraca u odnosu na muškarce. Iz navedenog proizlazi da nije dovoljno uspoređivati (ne)uljudno ponašanje jednog spola u odnosu na drugi kako bi se izveli zaključci o njihovoj učestalosti i obrascima ponašanja u određenim kontekstima, tj. da se spol ne treba promatrati izolirano od ostalih čimbenika u komunikaciji, jer se jezično ponašanje (muškaraca i žena) ne određuje samo u odnosu na jedan čimbenik (u ovom slučaju spol), nego više njih.

U skladu s prijašnjim istraživanjima Janet Holmes (2006), koja navodi da se u različitim interakcijama, tj. različitim kontekstima, ali i u različitim dijelovima iste interakcije preslikavaju osobni i društveni identitet svakog govornika, ovdje se prije svega misli na karakter govornika koji također utječe na izbor (ne)uljudnog jezičnog ponašanja. U oblikovanju govornikova karaktera, pa prema tome i njegova iskustva, značajnu ulogu ima i kultura, kako navode sociolingvisti Maltz i Borker (1982). Dakle, spol se ne može izolirati, on proizlazi iz karaktera, tj. osobnosti, koja je oblikovana kulturom. Odnos među sugovornicima, spol, moć, emocije i kultura čimbenici su koji se međusobno prožimaju i preklapaju, odnosno u međusobnom su odnosu i ovisnosti. Spol i moć oblikovani su kulturom, iz spola i moći proizlazi odnos, a iz svega proizlazi zaključak da je odnos rezultat kulture. Kako ističu dosadašnja istraživanja, svim ovim pojavnostima o kojima je bilo riječi, ishodište treba tražiti u kulturi jer je evidentno da kultura ima značajnu ulogu u procjeni jezičnog ponašanja pa je prema tome nužan interdisciplinarni pristup ovoj problematici kako bi se ona obuhvatila u cijelosti. Iako takav pristup nije bio predmetom ovog istraživanja, prije svega zbog neujednačenog broja sudionika po spolu, ostavlja se otvorenim za daljnja istraživanja jer se različito jezično ponašanje muškaraca i žena ne može jednostavno objasniti samo sa stajališta spola nego je potrebno uključiti sve navedene čimbenike u analizu kako bi rezultati bili relevantni i sveobuhvatni.

Rezultati istraživanja pokazuju da su govornici često taktizirali u svom jezičnom ponašanju, a to se prije svega može vidjeti u izboru strategija, kombiniranju strategija, u uspostavljanju moći i iskorištavanju svojega položaja. Ovisno o cilju koji je govornik želio postići u istraživanom se skupu podataka razlikuje: taktiziranje radi uspostavljanja moći, tj. iskorištavanju svojega položaja,

te taktiziranje radi usmjeravanja tijekom razgovora. Kao što je već navedeno ranije, taktiziranje se radi uspostavljanja moći moglo prepoznati u razgovorima u kojima su govornici procijenili komu se mogu suprotstaviti u razgovoru, a komu ne, tj. u kojim situacijama mogu iskazati svoju moć i dominantnost. Dakle, prema rezultatima istraživanja, značajnu su ulogu u izboru strategija, osim socijalne bliskost, tj. povezanosti i ciljeva koje sugovornici žele postići, imale i uloge i funkcije sugovornika u razgovorima te je postojala razlika u jezičnom ponašanju između voditelja televizijskih i radijskih emisija te novinara u novinskim tekstovima i ostalih sudionika razgovora, tj. gostiju. Razlike se primjećuju u izboru strategija te reakcijama na (ne)uljudno ponašanje. Moć u razgovoru nisu uspostavljali samo gosti, nego i voditelj televizijske emisije koji je iskorištavao svoj položaj voditelja, odnosno bio je svjestan da ostali sugovornici nisu prijetnja njegovu obrazu pa je uspostavljao kontrolu nad njima. Kontrola se prepoznaje u postavljanju neprimjerenih i nezgodnih pitanja, u podrugljivim šalama i izazivanjem ostalih sugovornika neprimjerenim strategijama. Voditelji i novinari opušteniji su jer se ne moraju brinuti o posljedicama svojega ponašanja pa lakše posežu za određenim strategijama i u situacijama kada nisu ispunjeni uvjeti za njihovu upotrebu. Njihov je obraz siguran.

Druga je vrsta taktiziranja taktiziranje radi usmjeravanja tijekom razgovora, a u rezultatima se istraživanja prepoznaje u izboru i kombiniranju strategija. U najvećem se broju primjera u istom razgovoru pojavljivalo više uljudnih i neuljudnih strategija, govornici su ih kombinirali kako bi namjeravani učinak bio uspješniji. Ponekad su razgovor započinjali strategijom pozitivne uljudnosti (npr. *šalom*) nakon koje slijedi kritika i razgovor se nastavio u neuljudnom tonu iz čega proizlazi da je uljudna strategija samo najava neuljudnog ponašanja, tj. taktički potez. Iz rezultata istraživanja također proizlazi da se stvaranje privida uljudnosti može vidjeti i u razgovorima u kojima govornici upotrebljavaju strategiju negativne uljudnosti, tj. *ograde*. Uljudna strategija *ograde* prethodi ometanju sugovornika i ostalim neuljudnim strategijama koje će uslijediti te se na prvi mah čini da govornik uistinu brine o sugovornikovu obrazu, ali je ovdje zapravo riječ o manipulaciji, odnosno taktici, kako bi govornik postigao svoj cilj, tj. dolazak do riječi, te kako bi sačuvao ili obranio svoj obraz od osude ostalih sudionika u razgovoru zbog neuljudnosti.

Taktiziranje u komunikaciji, odnosno stvaranje privida uljudnosti koji proizlazi iz rezultata istraživanja, posebice pojavnost prelaska iz uljudnih u neuljudne strategije u komunikaciji kao taktički potez, nije istraživano do sada u hrvatskom jeziku tako da ostaje otvorenim pitanjem za

daljnja istraživanja koja uljudnost ne trebaju proučavati izolirano nego u ovisnošću s neuljudnošću. Rezultati istraživanja također pokazuju da se određene strategije u medijima ne potvrđuju ili da se potvrđuju veoma rijetko što još jednom dokazuje činjenicu da na izbor strategija, osim socijalne bliskosti, značajno utječu uloge i funkcije sugovornika u razgovorima.

Strategija koja se najčešće pojavljivala u medijima jest *ometanje sugovornika* i iako se u znanstvenoj literaturi definira kao neuljudna strategija jer prijeti obrazu, a podrazumijeva prekidanje sugovornika i oduzimanje riječi, u medijima se pojavljivala u kontekstima i kao znak uljudnosti te je prema tome na tragu strategije pozitivne uljudnosti *slaganje sa sugovornikom*. Iako u uljudnim razgovorima jedan govornik prekida drugoga i upada mu u riječ, kao i u neuljudnim razgovorima, razlika je što je prekidanje znak slaganja i odobravanja, a ne neuljudnosti. Ometanjem sugovornika, tj. upadanjem u riječ, kako pokazuju rezultati istraživanja, drugi sugovornici signaliziraju da su solidarni, da se slažu s izrečenim, nadovezuju se na izrečeno i nadopunjuju sugovornikov iskaz. Sugovornik u takvim situacijama prepoznaje govornikovu namjeru, ne osjeća se ugroženim, čak štoviše, prihvaća govornikove upadice i nadovezuje se na njih. Osim prihvaćanja, uljudno se ometanje u istraživanom skupu podataka razlikuje od neuljudnog jer nema povišenih tonova (nadglasavanja ili govorenja istovremeno) nakon oduzimanja riječi. Najčešće je uljudno upadanje u riječ popraćeno *ogradom* ili *isprikom*, tj. strategijama negativne uljudnosti, i na taj način sugovornici pokazuju da brinu o obrazu, na neki se način ispričavaju zbog prekida, za razliku od taktiziranja u kojemu je uljudna strategija *ograda* najava neuljudnog ponašanja, tj. taktički potez. Dakle, javlja se potreba za uspostavljanjem nove uljudne strategije koja bi se mogla nazvati *ometanje sugovornika kao znak uljudnosti* te bi se kao takva trebala podvrgnuti znanstvenom istraživanju: samostalno, ali i u odnosu na neuljudnu strategiju *ometanje sugovornika* kako bi se mogli izvesti zaključci o njihovim razlikama, učestalosti, kontekstima u kojima se pojavljuju itd.

Iz svega se navedenog može zaključiti da u nekim kontekstima u istraživanom skupu podataka nije postojala jasna granica između upotrebe uljudnih i neuljudnih strategija pa su tako govornici uljudne strategije upotrebljavali kao neuljudne i pri tome je to bio taktički potez, odnosno manipulacija, a neuljudne strategije kao uljudne, a sve opet kako bi se postigao komunikacijski cilj i učinak u određenom kontekstu, što je i glavna hipoteza istraživanja. Dakle, u daljnjim je istraživanjima potrebno uzeti u obzir i ovu činjenicu miješanja strategija, odnosno da ne postoji

uvijek jasna granice među svim uljudnim i neuljudnim strategijama te da je potrebno istražiti pojavnost uljudnih i neuljudnih strategija u suprotnoj funkciji. Treba istaknuti još jednu pojavnost, odnosno novinu, koja se ne spominje u dosadašnjim istraživanjima, a koja proizlazi iz analize primjera neuljudnih strategija u istraživanim medijima. Naime, može se zaključiti da bi sve neuljudne strategije mogle biti podstrategije jedne neuljudne strategije, odnosno strategije uvrede, jer svaka neuljudna strategija vrijeđa sugovornika, u većoj ili manjoj mjeri. Navedenom pridonosi i činjenica što se strategije preklapaju i prožimaju te što sugovornici istovremeno upotrebljavaju više neuljudnih strategija kako bi uvreda postala veća te je ponekad veoma teško razlučiti o kojoj je neuljudnoj strategiji riječ, pa prema tome, pitanje složene neuljudnosti ostaje otvorenim za istraživanja u budućnosti.

Na kraju se može zaključiti da je nužnost za interdisciplinarnim pristupom opravdana zbog pojavnosti u istraženom skupu podataka koje se ne mogu objasniti samo s pragmalingvističkog pristupa, nego i sa stajališta sociolingvistike i psihologije kako bi analiza bila sveobuhvatnija i jasnija. Tu se prije svega misli na odnos emocija, spola, karaktera i kulture jer značajno utječu na interpretaciju jezičnoga ponašanja, što ostavlja otvorena pitanja i daje smjer budućim istraživanjima.

LITERATURA

1. Allan, Keith, Burridge, Kate (2006). *Forbidden words: Taboo and censoring of language*. Cambridge University Press: Cambridge.
2. Aronoff, Mark, Rees-Miller, Janie, ur. (2001). *The handbook of linguistics*. Blackwell Publishers Ltd: Padstow/Cornwall.
3. Austin, John L. (1962). *How to Do Things with Words*. Cambridge, Massachusetts.
4. Badurina, Lada (2008). *Između redaka. Studije o tekstu i diskursu*. Hrvatska sveučilišna naklada. Izdavački centar Rijeka: Zagreb/Rijeka.
5. Badurina, Lada (2015). *Jezično raslojavanje i tipovi diskursa*
Izvor: <http://www.hrvatskiplus.org/article.php?id=1835&naslov=jezicno-raslojavanje-i-tipovi-diskursa>
6. Badurina, Lada, Pranjković, Ivan (2012). Načini izražavanja imperativnosti. (ur. Halilović, Senahid, Omerović, Mirela, ur. *Zbornik radova* (knjiga 1), Bosanskohercegovački slavistički kongres I.. Slavistički komitet: Sarajevo, str. 619-628.
7. Bakšić, Sabina (2012). *Strategije učtivosti u turskom jeziku*. Katalogizacija u publikaciji, Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine: Sarajevo.
8. Bargiela – Chiappini, Francesca (2003). Face and politeness: new (insights) for old (concepts). *Journal of Pragmatics* 35: str. 1453-1469.
Izvor: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S037821660200173X>
9. Bayley, Paul, Bevitori, Cinzia, Zoni, Elisabetta (2004). Threat and fear in parliamentary debates in Britain, Germany and Italy. Bayley, Paul ur. *Cross-Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse*. John Benjamins Publishing Company: Amsterdam/Philadelphia. str. 185-236.
10. Bevitori, Cinzia (2004). Negotiating conflict: Interruptions in British and Italian parliamentary debates. Bayley, Paul ur. *Cross-Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse*. John Benjamins Publishing Company: Amsterdam/Philadelphia. str. 185-236.
11. Bourdieu, Pierre (1992). *Što znači govoriti*. Naprijed: Zagreb.
12. Bousfield, Derek 2007. „Beginnings, middles and ends: A biopsy of the dynamics of impolite exchanges“, *Journal of Pragmatics* 39: str. 2185 – 2216.
Izvor: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216606002281>
13. Bousfield, Derek (2008). *Impoliteness in interaction*. John Benjamins Publishing Company: Amsterdam.

14. Brown, Penelope, Levinson, Stephen C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press: Cambridge.
15. Cameron, Deborah (2001). *Working with Spoken Discourse*. Sage Publications Ltd.: London.
16. Cameron, Deborah (2012). *Verbal hygiene*. Routledge: London/New York.
17. Carbo, Teresa (2004). Parliamentary discourse when things go wrong: Mapping histories, contexts, conflicts. Bayley, Paul ur. *Cross-Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse*. John Benjamins Publishing Company: Amsterdam/Philadelphia. str. 301-337.
18. Chen, Rong (1993). Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between America English and Chinese speakers. *Journal of pragmatics* 20: str. 49-75.
19. Coupland, Nicolas (2007). *Style: Language variation and identity*. Cambridge University Press: United States of America.
20. Culpeper, Jonathan (1996). Toward an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics* 25: str. 349-367.
21. Culpeper, Jonathan (2010). Conventionalised impoliteness formulae. *Journal of Pragmatics* 42: str. 3232-3245.
Izvor: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216610001694>
22. Culpeper, Jonathan (2011). *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*. Cambridge University Press: Cambridge.
23. Culpeper, Jonathan, Bousfield, Derek, Wichmann, Anne (2003). Impoliteness revisited: with special reference to dynamic and prosodic aspects. *Journal of Pragmatics* 35: str. 1545-1579.
24. Cutting, Joan (2002). *Pragmatics and discourse*. Routledge: London/New York.
25. Čuvalo, Antonija (2010). Osobine medijskih publika i povjerenje u medije. *Medijske studije*. Vol. 1, No 1-2: str. 40-54.
26. Delin, Judy (2000). *The Language of Everyday Life*. Publications: London/Thousand Oaks/New Delhi.
27. Eelen, Gino (2001). *A critique of Politeness Theories*. St. Jerome Publishing: Manchester.
28. Felger, Branimir; Lesinger, Gordana; Tanta, Ivan (2017). Diskriminacija žena – zastupljenost žena i političarki u izbornim blokovima informativnih emisija nacionalnih televizija. *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*. Vol. 21, No. 1. Izvor: <https://hrcak.srce.hr/190205>

29. Gligorić, Igor Marko (2020). Izražavanje emocija i male riječ u hrvatskome jeziku. Morvalec, Lana, Pišković, Tatjana ur. *Emocije u hrvatskome jeziku, književnosti i kulturi*. Zagrebačka slavistička škola: Zagreb.
30. Goffman, Erving 1967. *Interaction ritual – essays in face to face behaviour*. Penguin books: Harmondsworth.
31. Goffman, Erving (2000). *Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu*. Geopoetika: Beograd.
32. Gradečak-Erdeljić, Tanja (2005). Metonimija kao izlaz : eufemizmi u jeziku politike. Stolac, Diana, Ivanetić, Nada, Pritchard, Boris ur. *Jezik u društvenoj interakciji*. Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku: Zagreb/Rijeka. str. 185-192.
Izvor: <https://www.bib.irb.hr/195423>
33. Gradečak-Erdeljić, Tanja, Vidaković, Dubravka (2005). Ilokucijska metonimija u svjetlu kognitivnog pristupa komunikaciji. Granić, Jagoda ur. *Semantika prirodnog jezika i meta jezik semantike*. Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku: Zagreb/Split, str. 255-274. Izvor: <https://www.bib.irb.hr/195424>
34. Gradečak, Tanja, Moritz, Ivana (2015). Vladari jezikom i jezik kao vladar. Belaj, Branimir. ur. *Dimenzije značenja*. Zagrebačka slavistička škola: Zagreb, str. 119-141.
35. Gradečak-Erdeljić, Tanja, Varga, Mirna (2009). Jezik kao izvozni proizvod – engleski eufemizmi u hrvatskom političkom diskursu. Granić, Jagoda ur. *Jezična politika i jezična stvarnost/Language Policy and Language Reality*. Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku: Zagreb, str. 339-348.
36. Grice, Henry Paul (1987). Logika i razgovor. Mišćević, Nenad, Potrč, Matjaž ur. *Kontekst i značenje*. Izdavački centar Rijeka: Rijeka, str. 55-68.
37. Grice, Paul (1989). *Studies in the way of words*. Harward University Press: Cambridge/London.
38. Gumperz, John J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge University Press: United Kingdom.
39. Haugh, Michael (2007). *The co-constitution of politeness implicature in conversation*. Journal of pragmatics 39: str. 84-110.
40. Haugh, Michael, Hinze, Carl (2003). *A metalinguistic approach to deconstructing the concepts of 'face' and 'politeness' in Chinese, English and Japanese*. Journal of pragmatics 35: str. 1581-1611.
41. Holmes, Janet (2006). *Workplace narratives, professional identity and relational practise*. Drew, Paul, Harness Goodwin, Marjorie, Gumperz, John J., Schiffirin, Deborah ur.

- Discourse and Identity. Cambridge University Press: United States of America. str. 166-187.
42. Ilie, Cornelia (2004). *Insulting as (un)parliamentary practice in the British and Swedish parliaments: A rhetorical approach*. Bayley, Paul ur. *Cross-Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse*. John Benjamins Publishing Company: Amsterdam/Philadelphia. str. 45-86.
 43. Ilie, Cornelia (2010). *Analytical perspectives on parliamentary and extra-parliamentary discourses*. *Journal of pragmatics* 42: 879-884.
 44. Ilie, Cornelia (2010). *Strategic uses of parliamentary forms of address: The case of the U.K. parliament and the Swedish Riksdag*. *Journal of pragmatics* 42: 885-991.
 45. Ivanetić, Nada (1994). *Govorni činovi*. Zavod za lingvistiku: Zagreb.
 46. Jakobson, Roman (1960). *Linguistics and Poetics*. Sebeok, Thomas A. ur. *Style in Language*. The Technology Press of Massachusetts Institutes of Technology/ John Wiley & Sons: New York/London.
 47. Jakobson, Roman (1966). *Lingvistika i poetika*. Nolit: Beograd.
 48. Jurčić, Daniela (2017). *Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj*. *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*, Vol. 21, No. 1: str. 127-136.
 49. Karimnia, Amin, Afghari, Akbar (2011). *Compliments in English and Persian interaction: A cross-cultural perspective*. *Jezikoslovlje* 12.1: str. 27-50.
 50. Katičić, Radoslav (2010) *Glavna obilježja hrvatske culture*. *Kroatologija*, Vol1. No1: str. 1-9. Izvor: <https://hrcak.srce.hr/clanak/90160>
 51. Kedveš, Ana (2011). *Metodološki pristupi u pragmatičkim istraživanjima*. *Hrvatistika*. Vol. 5, No 5. str. 99-110. Izvor: <https://hrcak.srce.hr/81698>
 52. Kišiček, Gabrijela, Stanković, Davor (2014). *Retorika i društvo*. Naklada slap: Zagreb.
 53. Kordić, Snježana (1991). *Konverzacijske implikature*. *Suvremena lingvistika* 17: 31-32.
 54. Kukić, Slavko, Markić, Branko (2006). *Metodologija društvenih znanosti: metode, tehnike, postupci i instrumenti znanstvenoistraživačkoga rada*. Ekonomski fakultet sveučilišta u Mostaru: Mostar.
 55. Kuna, Branko (2007). *Identifikacija eufemizama i njihova tvorba u hrvatskom jeziku*. *Fluminensia*, god. 19, br. 1: 95-113.
 56. Kuna, Branko (2009). *Uljudnost i njezini učinci u komunikaciji*. *Lingua Montenegrina*, Cetinje, br. 3: str. 81-93.

57. Kuna, Branko, Kostanjevac, Domagoj (2012). Politički korektna komunikacija. *Aktualna istraživanja u primijenjenoj lingvistici*. Pon, Leonard, Karabalić, Vladimir, Cimer, Sanja. Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku: Osijek. str. 479-493.
58. Leech, Geoffrey N. (1983). *Principles of pragmatics*. Longman: London/New York.
59. Levinson, Stephen C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press: Cambridge.
60. Limberg, Holger (2009). Impoliteness and threat responses. *Journal of Pragmatics* 41: str. 1376-1394. Izvor: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S037821660900040X>
61. Longcope, Peter (1995). *The universality of face in Brown and Levinson's politeness theory: A Japanese perspective*. University of Pennsylvania graduate school of education: Pennsylvania.
62. Maltz, Daniel N., Borker Ruth A. (1982). A cultural approach to male-female miscommunication. Gumperz, John J. ur. *Language and social identity*. Cambridge University Press: United states of America. str. 195-216.
63. Marot, Danijela (2005). Uljudnost u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji. *Fluminensia* 17 (1): str. 53-70.
64. Mills, Sara (2003). *Gender and Politeness*. Cambridge University Press: Cambridge.
65. Mills, Sara (2009). Impoliteness in a cultural context. *Journal of pragmatics* 41: str. 1047-1060.
66. Mills, Sara (2012). *Gender Matters: Feminist linguistic analysis*. Equinox: London/Bristol.
67. Palašić, Nikolina (2020). *Pragmalingvistika – lingvistički pravac ili petlja?*. Hrvatska sveučilišna naklada d.o.o.: Rijeka.
68. Palašić, Nikolina (2015). *Komunikacijska vrijednost ironije*. *Fluminensia*, god. 27 br.1: str. 123-136. Izvor: <https://hrcak.srce.hr/140816>
69. Pease, Allan (1991) *Govor tijela*. Založba Mladinska knjiga: Ljubljana/Zagreb.
70. Perak, Benedikt (2020). *Emocije u korpusima: Konstrukcijska gramatika i graf-metode analize izražavanja emotivnih kategorija*. Morvalec, Lana, Pišković, Tatjana ur. *Emocije u hrvatskome jeziku, književnosti i kulturi*. Zagrebačka slavistička škola: Zagreb.
71. Perišić, Igor (2010). *Uvod u teorije smeha: kratak pregled teorije smeha od Platona do Propa*. Službeni glasnik: Beograd.
72. Pfister, Jonas (2010). Is there a need for a maxim of politeness?. *Journal of Pragmatics* 42: str. 1266 -1282.

Izvor: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216609002343>

73. Pinter, Kornelija (2011). *Spol/rod između teorije uljudnosti i feminističke lingvistike*. Nova Croatica V. No 5. str. 385-400.
74. Podboj, Martina (2011). *Manipulacija u političkom diskursu – kritički pristup*. Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis. Vol. 5. No. 5: 123-133. Izvor: <https://hrcak.srce.hr/81700>
75. Pranjković, Ivo; Badurina, Lada (2012). *Načini izražavanja imperativnosti*. Halilović, Senahid; Omerović, Mirela ur. Zbornik radova 1. Lingvistika. Slavistički komitet: Sarajevo. str. 619-628. Izvor: <https://www.bib.irb.hr/535144>
76. [Propp, Vladimir] Prop, Vladimir (1984). *Problemi komike i smeha*. Dnevnik. Književna zajednica Novog Sada: Novi Sad.
77. Pupovac, Vanja (2018). *Akademsko pisanje*. Studentski zbor Sveučilišta u Rijeci: Zagreb.
78. Sardelić, Mirko (2020). *Kultura i jezik emocija: prožimanja hrvatske književnosti i svakodnevice*. Molvarec, Lana, Pišković, Tatjana ur. Emocije u hrvatskome jeziku, književnosti i kulturi. Zagrebačka slavistička škola: Zagreb.
79. Searle, John Rogers (1969). *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*. University printing house: Cambridge.
80. Searle, John R. (1975) *A Taxonomy of Illocutionary Acts*. University of Minnesota Press: Minneapolis, Izvor: <https://conservancy.umn.edu/handle/11299/185220>
81. Searle, John Rogers (1979). *Expression and meaning. Studies in the theory of speech acts*. Cambridge University Press: Cambridge/New York.
82. [Searl, John R.] Serl, Džon (1991). *Govorni činovi. Ogled iz filozofije jezika*. Beograd: Nolit.
83. Sifianou, Maria (2013). The impact of globalisation on politeness and impoliteness. *Journal of Pragmatics* 55: str. 86-102.
Izvor: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216613001380>
84. Silić, Josip (2006). *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Disput: Zagreb.
85. Šarić, Ljiljana (1999). *Pragmatička načela: načelo kooperativnosti*. Badurina, Lada, Ivanetić, Nada, Pritchard, Boris, Stolac, Diana ur. Teorija i mogućnost primjene pragmalingvistike. Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku: Zagreb. str. 735-740.
86. Šiber, Ivan (1973). *Što su to politički stavovi*. Politička misao: časopis za politologiju, Vol. 10, No. 4: str. 396-404. Izvor: <https://hrcak.srce.hr/114977>
87. Škiljan, Dubravko (2000). *Javni jezik*. Izdanja Antibarbarus: Zagreb.

88. Trudgill, Peter (2000). *Sociolinguistics. An Introduction to Language and Society*. Penguin Books.
89. Vančura, Alma, Tomić, Diana (2013). *The Analysis of Insulting Practices - Sticks and Stones in the Croatian Parliament*. Kišiček, Gabrijela, Žagar, Igor ur. What do we know about the world? Rhetorical and Argumentative Perspectives. Windsor: Kanada, str. 262-292. Izvor: <https://repozitorij.ffos.hr/islandora/object/ffos:3839>
90. Watts, Richard J. (2003). *Politeness*. Cambridge University Press: Cambridge.
91. Watts, Richard J., Ide, Sachiko, Ehlich, Konrad ur. (1992). *Politeness in language: Studies in its history, theory and practice*. Mouton de Gruyter: Berlin/New York.
92. Werkmann, Ana (2011). *Ironični iskazi i Griceovo načelo suradnje*. Hrvatistika. Vol. 5. No. 5. str. 135-144. Izvor: <https://hrcak.srce.hr/81701>
93. Wierzbicka, Anna (1985). *Different cultures, different languages, different speech acts: Polish vs. English*. Journal of pragmatics 9(2): 145-178. Izvor: https://www.researchgate.net/publication/240418078_Different_cultures_different_languages_different_speech_acts_Polish_vs_English
94. Yule, George (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press: Oxford.
95. Zakon o medijima (datum tiskanog izdanja: 16. 10. 2003.), Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_163_2338.html

SAŽETAK

Uljudne i neuljudne strategije u javnome diskursu

U središtu su istraživanja ove disertacije uljudne i neuljudne strategije koje se pojavljuju u javnome diskursu. Skup podataka za istraživanje prikupljen je u razdoblju od lipnja 2015. do siječnja 2016. godine u hrvatskim javnim glasilima: televiziji, radiju i tiskanim tjednicima. Čini ga pet televizijskih emisija *Otvoreno*, pet radijskih emisija *Poligraf – politički grafikoni* te po pet brojeva tjednika (*Nacional*, *Globus* i *Story*). U početnom je dijelu disertacije navedeno tumačenje javnoga diskursa i medija (televizije, radija i novina) nakon čega slijedi pregled dosadašnjih istraživanja u kojemu se opisuju najznačajnije teorije uljudnosti i neuljudnosti, teorije koje su im prethodile, a koje su imale značajan utjecaj na njihov nastanak, te istraživanja na temu (ne)uljudnosti koje su uslijedile.

U istraživanju se polazi od hipoteze da su govornici uljudni ili neuljudni kako bi postigli određene komunikacijske učinke. Prikupljeni se rezultati kvalitativnom analizom opisuju i raščlanjuju s obzirom na primjenu uljudnih i neuljudnih strategija koje utvrđuju Brown i Levinson (1987) i Bousfield (2008) uzimajući u obzir ciljeve, kontekst, društvene čimbenike (relativnu moć govornika nad sugovornikom, socijalnu distanca između govornika i sugovornika), prozodiju, dob, spol, govor tijela i dr. Kvantitativnom se analizom utvrđuje čestoća pojavljivanja različitih elemenata (kao npr. broj sugovornika (koliko su od toga muškarci, a koliko žene), broj uljudnih i neuljudnih razgovora, ukupan broj strategija, sveukupan broj uljudnih i neuljudnih strategija, čestoća upotrebe nekih riječi itd.). Kvalitativna i kvantitativna analiza pokazuju u kolikoj je mjeri uspostavljena hipoteza istraživanja točna.

Analiza rezultata istraživanja pokazuje da govornici u interakciji upotrebljavaju (ne)uljudne strategije kako bi zadovoljili svoje ciljeve, ali izazvali i određene učinke te pri tome mogu i ne moraju brinuti o sugovornikovu obrazu. Poseban je naglasak stavljen na neuljudno jezično ponašanje jer je u dosadašnjim istraživanjima u hrvatskoj znanstvenoj literaturi vrlo malo istraživano. Osim toga, ukazano je i na važnost emocija jer je evidentno da su prisutne u svakom razgovoru i od značajne su važnosti u procjeni jezičnog ponašanja. Nadalje, emocije su povezane s kulturom, ali i sa spolom te su svi ovi čimbenici promatrani u međusobnoj ovisnosti kako bi analiza rezultata bila sveobuhvatna. U disertaciji je posebna pažnja usmjerena na pojavnost

uspostavljanja moći i aspekta zabave te se pokušalo ukazati na važnost prozodije i govora tijela i gesta u razlikovanju uljudnih od neuljudnih razgovora. Naznačena je i važnost uloga i funkcija sugovornika u izboru strategija te socijalne bliskosti među sugovornicima. Također, izdvojeni su okidači neuljudnog ponašanja, kao i odgovori na neuljudnost te su objašnjene razlike u jezičnom ponašanju muškaraca i žena. Naposljetku, objašnjeno je i preuzimanje odgovornosti za verbalno ponašanje, izdvojene su novine proizašle iz istraživanja te je istaknuta potreba za interdisciplinarnim pristupom (ne)uljudnosti u daljnjim istraživanjima.

Ključne riječi: uljudne strategije, neuljudne strategije, javni diskurs, mediji, emocije, kultura, spol, govor tijela, prozodija

SUMMARY

Polite and impolite strategies in public discourse

The research in this dissertation centers around polite and impolite strategies that appear in public discourse. The data set for the research was collected in the period from June 2015 to January 2016 in Croatian public media: television, radio and printed weekly magazines. It consists of five *Otvoreno* television shows, five radio shows of *Poligraf - - politički grafik* and five issues per magazine (*Nacional*, *Globus* and *Story*). In the initial part of the paper, the interpretation of public discourse and the media (television, radio and newspapers) is stated, followed by an overview of previous research in which the most significant theories of politeness and impoliteness are described, theories that preceded them, which had a significant impact on their creation as well as research itself on the topic of (im)politeness that followed the theoretical models.

The research is based on the hypothesis that speakers are either polite or impolite in order to achieve certain communicative effects. The collected results are described and analyzed using qualitative analysis of examples of polite and impolite strategies, as determined by Brown, and Levinson (1987) and Bousfield (2008). It considered goals, context, social factors (the relative power of the speaker over the interlocutor, social distance between speakers and the interlocutor), prosody, age, gender, body language, etc. Quantitative analysis determines the frequency of occurrence of various elements (such as, for example, the number of interlocutors (how many of them are men and how many are women), the number of polite and impolite conversations, the total number of strategies, total number of polite and impolite strategies, frequency of use of some words, etc.). Qualitative and quantitative analyses show to what extent the established research hypothesis is correct.

The analysis of the research results shows that speakers use (im)polite strategies in interaction in order to meet their goals, but also cause certain effects, during which they may or may not care about the interlocutor's face. A special emphasis is placed on impolite language behavior because it has been scarcely researched in Croatian scientific literature so far. In addition, the importance of emotions will be pointed out because it is evident that they are present in every conversation and are of significant importance in the assessment of linguistic behavior. Furthermore, emotions are related to culture, but also to gender, and all these factors will be interdependent with each other in

order for the analysis of the results to be comprehensive. In the paper, special attention is paid to the establishment of power and the aspect of entertainment, and an attempt is made to point out the importance of prosody and body language and gestures in distinguishing polite from impolite conversations. The importance of the roles and functions of interlocutors is pointed out in the choice of strategies and social closeness among interlocutors. Also, the triggers of impolite behavior are singled out, as well as the responses to impoliteness, with special regard to the differences in the linguistic behavior of men and women. Finally, responsibility for verbal behavior is discussed, as well as some novelties resulting from the research which require an interdisciplinary approach to (im)politeness in future research.

Keywords: polite strategies, impolite strategies, public discourse, media, emotions, culture, gender, body language, prosody

ŽIVOTOPIS

Josipa Balen rođena je 9. listopada 1982. godine u Đakovu, gdje je završila osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje. Godine 2001. na tadašnjem Pedagoškom, danas Filozofskom fakultetu, upisala je studij hrvatskoga jezika i književnosti te ga završila 2008. godine. U prosincu 2010. godine upisala je na Filozofskom fakultetu u Osijeku Poslijediplomski sveučilišni studij Jezikoslovlje. Radila je kao učiteljica engleskoga jezika u Osnovnoj školi „Mijat Stojanović“ u Babinoj Gredi, kao učiteljica hrvatskoga jezika i likovne kulture u Osnovnoj školi „Viktor Car Emin“ u Donjim Andrijevcima te kao učiteljica hrvatskoga jezika i geografije u Osnovnoj školi „Vladimir Nazor“ u Đakovu. Trenutačno je zaposlena u Gimnaziji A. G. Matoša u Đakovu kao nastavnica hrvatskoga jezika. U časopisu *Jezikoslovlje* objavila je prikaz knjige Anite Peti-Stantić i Keitha Langstona *Hrvatsko jezično pitanje danas: identitet i ideologije*. Član je Hrvatskoga društva za primijenjenu lingvistiku.