

# Tekstne vrste u predizbornoj kampanji

---

**Ježić, Daniela**

**Doctoral thesis / Doktorski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:866448>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-04**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)

SVEUČILIŠTE U ZADRU

POSLIJEDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ  
HUMANISTIČKE ZNANOSTI

**Daniela Ježić**

**TEKSTNE VRSTE U PREDIZBORNOJ  
KAMPANJI: TEKSTNO-LINGVISTIČKA  
ANALIZA TEKSTNIH VRSTA IZ HRVATSKIH  
JAVNIH GLASILA**

**Doktorski rad**

Zadar, 2024.

SVEUČILIŠTE U ZADRU

POSlijEDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ

HUMANISTIČKE ZNANOSTI

**Daniela Ježić**

**TEKSTNE VRSTE U PREDIZBORNOJ KAMPANJI:  
TEKSTNO-LINGVISTIČKA ANALIZA TEKSTNIH  
VRSTA IZ HRVATSKIH JAVNIH GLASILA**

Doktorski rad

Mentorica

izv. prof. dr. sc. Suzana Jurin

Komentorica

izv. prof. dr. sc. Barbara Vodanović

Zadar, 2024.

# SVEUČILIŠTE U ZADRU

## TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

### I. Autor i studij

Ime i prezime: Daniela Ježić

Naziv studijskog programa: Poslijediplomski sveučilišni studij Humanističke znanosti

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Suzana Jurin

Komentorica: izv. prof. dr. sc. Barbara Vodanović

Datum obrane: 12. travnja 2024.

Znanstveno područje i polje u kojem je postignut doktorat znanosti: Humanističke znanosti, filologija

### II. Doktorski rad

Naslov: Tekstne vrste u predizbornoj kampanji: tekstno-lingvistička analiza tekstnih vrsta iz hrvatskih javnih glasila

UDK oznaka: 81'4

Broj stranica: 253

Broj slika/grafičkih prikaza/tablica: 2/2/7

Broj bilježaka: 67

Broj korištenih bibliografskih jedinica i izvora: 130

Broj priloga: 1

Jezik rada: hrvatski

### III. Stručna povjerenstva

Stručno povjerenstvo za ocjenu doktorskog rada:

1. izv. prof. dr. sc. Vlado Sušac, predsjednik
2. doc. dr. sc. Manuela Svoboda, članica
3. izv. prof. dr. sc. Petra Žagar-Šoštarić, članica

Stručno povjerenstvo za obranu doktorskog rada:

1. izv. prof. dr. sc. Vlado Sušac, predsjednik
2. doc. dr. sc. Manuela Svoboda, članica
3. izv. prof. dr. sc. Petra Žagar-Šoštarić, članica

**UNIVERSITY OF ZADAR**  
**BASIC DOCUMENTATION CARD**

**I. Author and study**

Name and surname: Daniela Ježić

Name of the study programme: Postgraduate doctoral study in Humanities

Mentor: Associate Professor Suzana Jurin, PhD

Co-mentor: Associate Professor Barbara Vodanović, PhD

Date of the defence: 12 April 2024

Scientific area and field in which the PhD is obtained: Humanities, Philology

**II. Doctoral dissertation**

Title: Text genres in pre-election campaign: text-linguistic analysis of text genres from Croatian public media

UDC mark: 81'4

Number of pages: 253

Number of pictures/graphical representations/tables: 2/2/7

Number of notes: 67

Number of used bibliographic units and sources: 130

Number of appendices: 1

Language of the doctoral dissertation: Croatian

**III. Expert committees**

Expert committee for the evaluation of the doctoral dissertation:

1. Associate Professor Vlado Sušac, PhD, chair
2. Assistant Professor Manuela Svoboda, PhD, member
3. Associate Professor Petra Žagar-Šoštarić, PhD, member

Expert committee for the defence of the doctoral dissertation:

1. Associate Professor Vlado Sušac, PhD, chair
2. Assistant Professor Manuela Svoboda, PhD, member
3. Associate Professor Petra Žagar-Šoštarić, PhD, member



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Daniela Ježić**, ovime izjavljujem da je moj **doktorski** rad pod naslovom **Tekstne vrste u predizbornoj kampanji: tekstno-lingvistička analiza tekstnih vrsta iz hrvatskih javnih glasila** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 12. travnja 2024.

## ZAHVALE

Hvala mentorici ne samo na prenesenom znanju, već i na konstantnoj motivaciji i pomoći tijekom ove avanture.

Hvala komentorici koja je uskočila u ovu ulogu bez *kako* i *zašto* i koja mi je pružila izvrsne savjete i sugestije.

Hvala kolegama, odnosno bolje reći prijateljima s EFRI-ja koji su me uvijek poticali da postanem znanstvenica i koji nisu dopustili da skrenem s tog puta. Posebno hvala ekipi pisaca doktorata na nezaboravnom ljetu u stanu bez klime. :)

Hvala Ivi na pomoći s papirologijom od prvog do zadnjeg dana, *sei stata il mio Virgilio!*

Hvala mojim *las chicas* na strpljenju, razumijevanju i podršci, ne samo tijekom doktorata, nego i inače.

I na kraju, hvala mojoj obitelji na svemu. Vi ste moj oslonac i snaga!

Mama i tata, bez vaše vjere u mene, ljubavi i podrške ništa od ovoga ne bi bilo moguće.

Tea i Ivan, vi ste moji uzori, hvala vam što ste uvijek bili uz mene, i kad je išlo, ali pogotovo kad baš i nije.

Zoran, hvala ti što si me naučio strpljenju i smirenosti u teškim trenucima, a pogotovo što si me podupirao i volio i u trenucima ludila i očaja i oduvijek vjerovao u mene!

# SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Pretpostavke i ciljevi istraživanja	3
1.2. Struktura rada	3
1.3. Korpus rada i metodologija opisa	4
2. POLITIKA I POLITOLINGVISTIKA	7
2.1. Politika i jezik	7
2.2. Pojam i funkcija politolingvistike	9
2.3. Povijest politolingvistike	12
2.4. Metode i analiza u politolingvistici	16
2.4.1. Analiza razine riječi	17
2.4.2. Analiza razine teksta i razine diskursa	21
2.4.3. Modeli analize političkog jezika	24
2.5. Komunikacija u politici	26
2.5.1. Predizborna kampanja	27
2.5.2. Politički komunikacijski kanali	28
2.6. Jezična manipulacija i persuazija u politici	29
3. TEKST I TEKSTNA VRSTA	32
3.1. Tekstna lingvistika	32
3.1.1. Povijest tekstne lingvistike	32
3.1.2. Pristupi tekstnoj lingvistici	34
3.2. Tekst	36
3.2.1. Kriteriji tekstualnosti	38
3.2.2. Modeli analize teksta	41
3.3. Tekstne vrste	44
3.3.1. Određivanje tekstnih vrsta kroz kriterij funkcije teksta	45
3.3.2. Klasifikacija tekstnih vrsta	48
4. KORPUS	54
4.1. Politički kontekst	54
4.2. Opis korpusa	55
4.3. Metodologija opisa korpusa	56
5. ANALIZA TEKSTNIH VRSTA U KORPUSU	62
5.1. Tekstna vrsta <i>vijest</i>	64
5.1.1. Tekstna vrsta <i>vijest</i> kao asertiv – informativ	65
5.1.1.1. Novi list	66



5.1.1.2. Večernji list	71
5.1.2. Tekstna vrsta <i>vijest</i> kao asertiv – eksplikativ	79
5.1.2.1. Novi list	80
5.1.2.2. Večernji list	94
5.1.3. Tekstna vrsta <i>vijest</i> kao direktiv	107
5.1.3.1. Novi list	108
5.1.3.2. Večernji list	116
5.1.4. Tekstna vrsta <i>vijest</i> kao komisiv	124
5.1.4.1. Novi list	125
5.1.4.2. Večernji list	134
5.1.5. Tekstna vrsta <i>vijest</i> kao ekspresiv	139
5.1.5.1. Novi list	140
5.1.5.2. Večernji list	147
5.2. Tekstna vrsta <i>uvodnik</i>	152
5.2.1. Novi list	154
5.2.2. Večernji list	161
5.3. Tekstna vrsta <i>intervju</i>	170
5.3.1. Novi list	172
5.3.2. Večernji list	184
5.4. Tekstna vrsta <i>analiza</i>	197
5.4.1. Novi list	199
5.4.2. Večernji list	214
6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I ZAKLJUČAK	227
7. LITERATURA	236
Sažetak	248
Summary	250
Prilozi	252
Životopis	253

# 1. UVOD

Predizborna kampanja jedno je od ključnih razdoblja svakog političara i može biti presudno za njegovu daljnju karijeru. Političari danas sa svojim (potencijalnim) biračima komuniciraju uglavnom putem medija, dok je izravna komunikacija relativno rijetka. Ključ uspjeha političkih aktera (pojedinaca ili stranaka) leži upravo u masovnim medijima koji služe za prenošenje njihovih poruka do birača. Međutim, mediji ne samo da prenose poruku, već na nju mogu utjecati načinom formuliranja i perspektivom iz koje poruku prenose, što onda utječe na percepciju birača kada je u pitanju neki politički akter i poruka koju on iskazuje (usp. Šegvić 2022). S obzirom da svaka osoba, kako novinar, tako i adresat, ima svoj pogled na svijet koji ga okružuje, poruka već prije nego dođe do adresata može imati prilagođen oblik u skladu s vjerovanjima i stajalištima novinara, a jednako tako i adresat dobivenu poruku prilagođava svojim stavovima i svojoj percepciji u skladu s vanjskim svijetom (usp. Fowler 1991).

Najzastupljeniji masovni mediji u političkoj komunikaciji su Internet, televizija, radio i tisak, gdje se, uz izuzetak Interneta, radi o jednosmjernim komunikacijskim kanalima te adresat (tj. potencijalni birač) nema mogućnost odgovora kao što ni pošiljatelj (tj. političar) ne može odmah dobiti povratnu informaciju (usp. Sedak 2022). Novinari mogu usmjeriti biračevu percepciju nekog političara i poruke koju šalje u pozitivan ili negativan smjer, a to ovisi i o vrsti medija koja se koristi.

U fokusu ovog rada je jedan od oblika pisanih masovnih medija, a to su novine. Kako navodi Mokriš (2011: 124), novine su dostupne svakodnevno u tiskanom izdanju te će ovaj rad analizirati upravo članke preuzete iz dnevnih novina *Novi list* i *Večernji list*, te se korpus ograničava na članke objavljene u njihovim tiskanim izdanjima, a ne na članke objavljene na internetskim portalima. Namjera je ove doktorske disertacije stoga dati uvid u tekstne vrste koje se koriste u predizornoj kampanji u hrvatskim javnim glasilima, kao što su npr. tekstna vrsta *vijest*, *uvodnik* ili *intervju*. Njima se prvenstveno pristupa iz tekstno-lingvističke, te politolingvističke perspektive.

Tekstna lingvistika sustavno opisuje uvjete i pravila oblikovanja tekstova na temelju definiranih pravila, a osnovna jedinica proučavanja je tekst (usp. Ivanetić 2003; Brinker i dr. 2014). Ovaj rad polazi od definicije teksta koju su dali Brinker i dr. (usp. 2014: 17) u kojoj

se naglašava važnost komunikacijske funkcije koju tekst posjeduje. Tekstne vrste se pak mogu definirati kao elementi jezično-komunikacijske kompetencije te klasa tekstova koji imaju iste obrasce i podudaraju se u komunikacijskim, sadržajnim, funkcionalnim i kognitivnim aspektima, a imaju zajedničke tematske, ilokutivne i stilističke elemente (usp. Ivanetić 2003; Gansel 2011; Fix 2008a; Brinker i dr. 2014; Adamzik 1995; Jurin 2010). Upravo navedeni element komunikacije jedan je od ključnih aspekata ovog rada, a nadovezuje se i na drugi aspekt koji je ključan u analizi odabranog korpusa, a to je politolingvistika.

Značenje i važnost koje jezik ima u politici i za politiku predstavlja zapravo moć jezika jer se pravilnom, tj. situacijski adekvatnom uporabom jezika birači mogu usmjeriti i navesti da glasaju za određenu političku opciju. Gotovo uvijek političari kroz jezik utječu i na emocije birača i time nastoje postići odobravanje javnosti (usp. Girnth 2002; Chomsky 2004; Niehr 2014; Grünert 1974). Javila se stoga potreba za proučavanjem povezanosti jezika i politike i opisivanjem njihova međusobnog utjecaja te je nastala disciplina nazvana politolingvistika. Burkhardt je u politički jezik uključio više aspekata, a to su govorenje o politici, politički jezik medija i jezik politike (koji uključuje jezik političara i jezik u politici) (usp. Niehr 2014).

U jeziku političke (pa i predizborne) kampanje koriste se razne funkcije među kojima je ona manipulativna najistaknutija, a vidljivo je to iz primjera u kojima političari često koriste „osušujući“ jezik, opravdavajući svoja ponašanja i stavove umanjujući istovremeno protivnikove, „sebe“ i „nas“ predočavaju kao pozitivne, dok su „drugi“ i „oni“ uvijek negativni i loši te uvjeravaju birače da su im oni bliski (ili barem bliži) od njihovih protukandidata. Nadalje, koriste i specifičan politički rječnik, institucionalne, resorne ili ideološke riječi i sintagme, natuknice i stigmatizirajuće riječi te, svjesno ili nesvjesno, okvire, koji pomažu u razumijevanju svijeta, a ovise o našem općem znanju (usp. Niehr 2014; Klein 1998; Lakoff 2014; Ziem 2008; Miletić i Perić 2022; Borčić 2017; Tomić i dr. 2008; van Dijk 2006; Shigapova i dr. 2021).

Ovaj će rad dakle obuhvatiti počela tekstne lingvistike i politolingvistike i temeljem navedenog izraditi model za analizu tekstnih vrsta u predizornoj kampanji te pokazati način političke komunikacije kroz članke iz hrvatskih javnih glasila.

## 1.1. Pretpostavke i ciljevi istraživanja

Tekstno-lingvistički pristup analizi političkih tekstova iz javnih glasila, osobito u Hrvatskoj, do sada nije bio korišten jer je fokus (bio) ili na tekstno-lingvističkoj analizi tekstova u općoj komunikaciji ili na diskursnom pristupu (Critical Discourse Analysis – CDA) u političkoj komunikaciji. Stoga je osnovni cilj ovoga rada tekstno-lingvistička analiza tekstnih vrsta u hrvatskom jeziku u političkoj komunikaciji. Prikazat će se tekstni tipovi i tekstne vrste sa svim prototipičnim karakteristikama za medijski prikaz predizborne kampanje te će se izraditi model za njihovu analizu. Taj će model omogućiti analizu svake tekstne vrste u političkoj kampanji i to na komunikacijsko-pragmatičnoj, tematskoj i jezično-stilističkoj razini. U sklopu ovog rada istražit će se postoji li specifični jezični i komunikacijski kod te imaju li hrvatske političke stranke svoj zasebni politički sociolekt kroz koji mogu realizirati svoju ideologiju. Još jedan cilj ovog rada biti će uvođenje pojma politolingvistike u hrvatski akademski prostor, s obzirom na činjenicu da je tek nekolicina autora do sada u Hrvatskoj koristila navedeni pojam, o čemu će više biti riječi u potpoglavlju 1.3.

S obzirom da su u korpus ovog rada uključeni tekstovi preuzeti iz hrvatskih dnevnih javnih glasila Novi list i Večernji list, kao osnovne pretpostavke za istraživanje u sklopu ovog rada postavljene su teze da će Večernji list koristiti drugačije tekstne vrste od Novog lista za medijski prikaz predizborne kampanje te da postoji specifični jezični i komunikacijski kod koji će ukazati na opredijeljenost novina za jednu od strana u predizbornoj kampanji. Navedeno će se pokušati dokazati izradom modela za analizu tekstova u političkoj kampanji i zatim analizom pojedine tekstne vrste upravo prema tom modelu.

## 1.2. Struktura rada

Ova je doktorska disertacija podijeljena u sedam glavnih poglavlja. U prvom se poglavlju daje prikaz teme rada, navode se glavne pretpostavke i ciljevi rada i objašnjena je njegova struktura. Uz pregled dosadašnjih istraživanja u Hrvatskoj u domeni tekstne lingvistike i politolingvistike opisani su korpus rada te metodologija za analizu.

Drugo se poglavlje bavi ključnim aspektima politike i politolingvistike te odnosom politike i jezika. Prikazane su potom osnovne metode i analize u politolingvistici koje su bile temelj za izradu modela analize u ovoj doktorskoj disertaciji. Nadalje, dan je uvid u osnovne elemente komunikacije u predizbornoj kampanji i prikazani su politički komunikacijski

kanali. Kao neizostavan element analize definirane su i prikazane jezična manipulacija i persuazija.

U trećem poglavlju fokus je na spoznajama tekstne lingvistike, definiraju se različiti pristupi unutar tekstne lingvistike te se definira tekst, prikazuju se kriteriji tekstualnosti i modeli analize teksta. Nadalje, istaknute su definicije i informacije vezane za tekstne vrste, a prikazana je i njihova klasifikacija kao i način određivanja tekstnih vrsta kroz kriterij funkcije teksta.

Slijedi potom četvrto poglavlje u kojem je opisan korpus ovog rada. Određen je pritom politički kontekst i točno vremensko razdoblje prikupljenih jedinica za analizu, a radi se o predizbornoj kampanji za parlamentarne izbore 2016. godine u Republici Hrvatskoj. Korpus rada sastavljen je od jedinica preuzetih iz dvaju hrvatskih dnevnih javnih glasila, i to njihovih tiskanih izdanja, a to su Novi list i Večernji list. Zatim je prikazana metodologija opisa korpusa te je izrađen i opisan novi model za analizu tekstnih vrsta u političkoj kampanji.

Središnji dio ovog rada predstavlja peto poglavlje, u kojem se analiziraju najbrojnije tekstne vrste prikupljene za korpus ovog istraživanja. Analizirani su prototipični primjeri iz Novog lista i iz Večernjeg lista, a klasificirani su i s obzirom na tekstne tipove (asertivi, direktivi, komisivi, ekspresivi, deklarativi). Među ostalima, istaknute su tekstne vrste *vijest*, *uvodnik*, *intervju* i *analiza*.

U šestom se poglavlju donose zaključci analize korpusa i cijelog rada, a sedmo poglavlje donosi popis korištenih izvora literature.

### 1.3. Korpus rada i metodologija opisa

Kako tekstna lingvistika tako i politolingvistika svoje korijene nalaze u germanističkoj lingvističkoj zajednici pa su glavni autori, na čijim se spoznajama bazira i ovaj rad, također autori s njemačkog govornog područja. U tekstno-lingvističkoj analizi ističe se K. Brinker (1992; 1997; 2000), Brinker i dr. (2014), a valja također spomenuti i R. Beaugrandea i W. Dresslera (1981; hrv. izdanje 2010), K. Adamzik (1995; 2004; 2008; 2016), U. Fix (2008; 2008a) i W. Heinemanna (2000; 2000a; 2002), a s aspekta politolingvističkog istraživanja tu su H. Girth (2002) i T. Niehr (2014), a ne smiju se izostaviti ni J. Klein (1989; 1998; 2000) i A. Burkhardt (2003).

Ipak, s obzirom na činjenicu da se ovo istraživanje bavi isključivo tekstovima iz hrvatskih javnih glasila, pregled dosadašnjih istraživanja na hrvatskom govornom području ograničit će se na autore koji su se bavili ili se bave hrvatskom građom. Odmah na početku valja napomenuti da je broj autora koji se bave politolingvistikom iz tekstno-lingvističke perspektive gotovo nepostojan te će stoga ovaj rad dati značajan doprinos istraživanju navedenog područja. Autorica koju ovdje valja istaknuti je N. Borčić koja se u svojoj doktorskoj disertaciji (2017) dotakla upravo politolingvistike, no, njezin je rad iz područja komunikacijskih znanosti te se među ostalim dotiče i neverbalne komunikacije te opisuje međuodnos s konceptualnim metaforama u javnim nastupima njemačkih i hrvatskih političara. Tekstna lingvistika potaknula je više interesa za istraživanje, krenuvši od J. Silića (1984), M. Velčić (1987), N. Ivanetić (1995; 2003), Z. Glovacki-Bernardi (2004), L. Badurina (2008; 2010), S. Jurin (2010), N. Županović Filipin (2017) te S. Jurin i D. Kružić (2020a).

S obzirom da je jedna od značajnih komponenti analize jezično-stilistička razina, mogu se izdvojiti i autori koji su u ovom segmentu dali važan doprinos te tu svakako valja istaknuti Silića (2006) koji je klasificirao tekstove prema stilu. Nadalje, mnogo se autora u svojim radovima dotaklo stilske i lingvističke analize, političke komunikacije i medijskih nastupa, kao npr. govora političara, njihovih izjava i korištenih stilskih figura te komunikacijskog pristupa. Među ostalima, ističu se D. Škiljan (2002), D. Brozović Rončević i M. Žic Fuchs (2003), N. Borčić (2010), V. Sušac (2006; 2022), Z. Tomić (2012), K. Štrkalj Despot (2016), S. Babić (2018), N. Miletić i M. Perić (2022), K. Sedak (2022) i B. Šegvić (2022).

Korpus rada sačinjen je od tekstova prikupljenih iz hrvatskih dnevnih javnih glasila *Novi list* i *Večernji list*, i to isključivo iz tiskanog izdanja. Naime, portali navedenih javnih glasila ne objavljuju sve tekstove iz tiskanog izdanja, a isti su često i skraćeni i prilagođeni za online okruženje. Prikupljeni tekstovi odnose se na razdoblje od 16. kolovoza do 9. rujna 2016. godine, tj. radi se o službenoj predizbornoj kampanji za 9. saziv Sabora Republike Hrvatske (koja je počela dan ranije, 15. kolovoza 2016. godine, no kako se radi o državnom prazniku, tog dana fizička izdanja novina nisu tiskana). Korpus dakle obuhvaća 25 dana i 50 brojeva *Novog lista* i *Večernjeg lista* te je u tom razdoblju pronađeno 830 jedinica koje svojim sadržajem i akterima pripadaju predizbornoj kampanji. Međutim, 65 jedinica izostavljeno je iz daljnje analize jer se radi uglavnom o promotivnim plakatima, a javljaju se i fotografije i stripovi, a preostalih 765 članaka obrađeno je i uključeno u analizu ovog istraživanja.

Metodologija opisa prikupljenih članaka u analizi temelji se na spoznajama nekoliko glavnih autora koji su se bavili analizom tekstnih vrsta općenito. To su Ivanetić (2003), koja je prva popisala tekstne vrste u hrvatskom jeziku i potom ih klasificirala u tekstne tipove, a ta će se podjela koristiti i u ovom radu (asertivi, direktivi, komisivi, ekspresivi i deklarativi). Njene se pak spoznaje i nazivlje temelje na Brinkerovoj klasifikaciji tekstnih funkcija i Searleovoj klasifikaciji govornih činova. Brinker i dr. (2014) daju metodologiju opisa tekstnih vrsta na tri razine, a to su komunikacijsko-pragmatična, tematska i jezično-stilistička razina, a upravo će one biti temelj za analizu korpusa ovog istraživanja. Nadalje, na temelju navedenih spoznaja, Jurin (2010) je u svojoj doktorskoj disertaciji dala pregled tekstnih vrsta u korporativnom menadžmentu i analizirala ih. Sve navedeno, uz spoznaje iz političke komunikacije i politolingvistike, bilo je osnova za izradu modela koji će se koristiti za opis korpusa ovog rada, tj. tekstnih vrsta u političkoj (tj. predizbornoj) kampanji.

## 2. POLITIKA I POLITOLINGVISTIKA

### 2.1. Politika i jezik

Povezanost jezika i politike očita je jer politika bez jezika ne može postojati, naime, bilo kakvo djelovanje u političkom svijetu uvjetovano je korištenjem jezika. Jezik može funkcionirati i bez politike, no politika bez jezika nikako, te je činjenica da se jezik i politika međusobno prožimaju neizbježna i očekivana (usp. Granić 1999: 280). Njemački lingvist Horst Grünert istaknuo je tako 1983. godine važnost i značenje jezika u politici i za politiku te navodi da se „politika kreira, priprema i pokreće kroz i uz pomoć jezika, jezik politiku prati, utječe na nju i regulira ju, a politiku se kroz jezik opisuje, objašnjava, motivira, opravdava, kontrolira, kritizira i osuđuje te sudi“ (usp. Burkhardt 2003: 117). Iz ovakvog opisa može se zaključiti da jezik u politici služi i može se shvatiti prije svega kao jezično djelovanje (*sprachliches Handeln*). Kako navodi Granić (1999: 279), jezik je društveni fenomen i ne služi samo kao sredstvo komunikacije, već i političke kontrole. Upravo je snaga i moć djelovanja jezika onaj ključni aspekt jezika u politici (Girnth 2002: 1). Chomsky (2004) među ostalim navodi kako riječi (tj. jezik) imaju moć utjecati na izbore, dakle mogu navesti birače u određeni smjer. Dobro to znaju i „glavni akteri“ u politici – političari su bez daljnega pravi majstori zanata i znaju da u politici jezik ne služi samo kako bi se prenijela određena informacija, već i vlastiti stavovi, vjerovanja i političke ideje. Veliku važnost također pridaju i jezičnom izražavanju jer su njihove jezične vještine pod konstantnom lupom birača, znajući da se baš kroz jezik oblikuje javno mnijenje. Treba stoga napomenuti kako mnogi političari koriste svoju sposobnost jezičnog izražavanja kako bi utjecali na birače i kako bi stekli njihovo povjerenje, a samim time i odobravanje. Kako bi to i ostvarili, apeliraju na emocije birača, što se u širem smislu može shvatiti i kao jednom vrstom manipulacije. Uzme li se u obzir model jezičnih funkcija Karla Bühlera, upravo se apelativna funkcija može izdvojiti kao najznačajnija funkcija u političkoj komunikaciji. Prema Girnthu (2002), politička komunikacija ne podrazumijeva samo jezik kojim se političari služe, već i razne političke simbole, a sve se to koristi u svrhu djelovanja i utjecanja na politički izbor birača.



Definiranje politike nikako nije lagan zadatak i obuhvaća više različitih aspekata. Tako Hrvatski jezični portal<sup>1</sup> među ostalim kaže da je politika „djelatnost koja teži uređenju društva u najširem smislu (...), umijeće i način vladanja državom ili gradom (...), zastupanje interesa neke države, te, u demokraciji, djelatnost koja teži pridobivanju javnosti za neki program, pridobivanju što više glasača na izborima kako bi se osvojila ili zadržala vlast“. I u njemačkom Dudenu<sup>2</sup> slično se navodi da je politika orijentirana na djelovanje vlada, parlamenata, stranaka, organizacija i sl., a usmjerena je na ostvarivanje određenih ciljeva osobito vezanih uz državu i uz oblikovanje javnog života. Obje definicije ukazuju na nemogućnost funkcioniranja politike bez korištenja jezika. Girth (2002: 1) je tako i rekao da „jezik nije samo jedan od instrumenata politike, već u prvom redu uvjet koji je omogućava“. Ističe se dakle važnost komunikacijskog aspekta politike, što se može potvrditi i definicijama još nekih lingvista. Tako na primjer Lübbe politiku definira kao „umijeće postizanja odobravanja u javnosti“ (usp. Girth 2002: 1), za Grünerta (1974) je političko djelovanje „borba za moć i prevlast, za sudjelovanje u vlasti i osiguravanje ostanka na vlasti kako bi se ostvarile određene ideje i interesi“, dok 1989. godine Strauß politiku vidi kao „diferencirano područje komunikacije koje se bavi pitanjima od javnog interesa, u kojem se stvaraju mišljenja i događaju se procesi koji služe za stvaranje i provođenje obvezujućih ili čak kontroverznih društvenih odluka“ (usp. Girth 2002: 1). Ova posljednja izjava jasno ukazuje da se politika ne odnosi strogo i isključivo na državna pitanja već da obuhvaća i različite aspekte cjelokupnog društvenog života.

Jasna je sada međusobna povezanost i nemogućnost odvajanja jezika od politike, no u znanosti i dalje ostaje otvoreno pitanje tko ima primat i može li se političko djelovanje izjednačiti s jezičnim djelovanjem ili je pak jezik u podređenom položaju naspram politike. Iz ranije, doduše od strane lingvista, navedenih definicija može se iščitati da se jezik uopće ne smatra inferiornijim od politike. Možda je to 1990. godine najbolje definirao Heringer koji smatra da se uopće ne treba govoriti o jeziku u politici, već o politici u jeziku te navodi da politika u jeziku upućuje na to da se politika ostvaruje u jeziku i da je političko djelovanje zapravo jezično djelovanje (usp. Girth 2002: 2).

S druge pak strane, kako navodi Girth (2002: 2-3), politolozi snažno zastupaju stajalište da jezik ima samo usputnu, te samim time podređenu ulogu u politici te da u odnosu jezika i

---

<sup>1</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: politika (datum pristupa: 22.09.2021.)

<sup>2</sup> <https://www.duden.de/rechtschreibung/Politik> (datum pristupa: 22.09.2021.)

politike primat ima politika, a jezik nikako ne može biti odlučujući aspekt politike. U korist ovakvom pogledu govore i Fetscher i Richter koji su svoju knjigu iz 1976. godine naslovili „Worte machen keine Politik“<sup>3</sup> (usp. Girth 2002: 2). Pritom se navodi i kako se ne smije zaboraviti na neverbalnu komunikaciju, kao ni na političku simboliku. Govori se kako jezik ovdje ne igra nikakvu ulogu, komunikacija (u ovom slučaju ona politička) se odvija i bez korištenja jezika. Pross 1974. godine govori kako jezik sadržaje može otkrivati samo linearno, korak po korak, a simbole karakterizira sposobnost simultane, integralne prezentacije, dok Girth u političke simbole ubraja tako npr. nacionalne simbole kao što su državne ceremonije, državna himna i zastava, nacionalne boje ili simbole mira, a sve to dio je političke komunikacije (usp. Girth 2002: 2-3).

## 2.2. Pojam i funkcija politolingvistike

Upravo kako bi se istražila dublja povezanost politike i jezika, i to prvenstveno iz lingvističke perspektive, nastala je grana lingvistike koja je u njemačkom govornom području poznata pod nazivom *Politolinguistik*, dok se u anglosaksonskoj akademskoj zajednici koristi pojam *Political linguistics*. U Hrvatskoj pojam *politolingvistika* kao takav još nije dovoljno etabliran te nema mnogo znanstvenika koji se bave isključivo ovim područjem istraživanja.

U anglosaksonskom svijetu *politička lingvistika* uglavnom je povezana s analizom političkog diskursa, kao specifičnom području analize diskursa. Pojam političke lingvistike 1998. godine prvi je upotrijebio nizozemski lingvist Teun A. van Dijk, koji se među ostalim bavi upravo kritičkom analizom diskursa (CDA), te osobito propagandom u političkom diskursu. S obzirom da se politički diskurs uz sam tekst (tj. sadržaj) bavi i ostalim aspektima komunikacije kao što su govor, vizualni elementi i sl., te se u analizu uključuju kako i pošiljatelj poruke tako i adresat (publika, tj. potencijalni birači), takva vrsta analize neće se primijeniti u ovom radu, koji će se pak bazirati na tekstno-lingvističkoj analizi (v. poglavlja 3 i 4).

Upravo stoga pojam politolingvistike će se u ovom radu promatrati iz germanističke perspektive. Politolingvistika kao zasebna lingvistička disciplina nema dugu povijest.

---

<sup>3</sup> Riječi ne čine politiku.

Postojala su naravno istraživanja vezana uz jezik i politiku, no s obzirom na njihovu isprepletenost i međusobno prožimanje, teško je bilo definirati i utvrditi podrazumijeva li se pod politolingvistikom jezik u politici, jezik politike ili jezik i politika<sup>4</sup> (usp. Dieckmann 2005: 12).

Općenito bi se moglo reći da se pojam politolingvistike može promatrati kao političarev iskaz, no na taj su način iz istraživanja isključeni mnogi aspekti koji čine sastavni dio politike i političke komunikacije. Uloga medija ovdje nikako ne smije proći nezapaženo. Kako navodi Alaburić (2003), mediji su značajni za funkcioniranje demokratskih sustava i služe javnosti, tj. građanima, a ne političarima, strankama, državama ili određenim pojedincima. Mediji trebaju biti čuvari demokracije i, usto, moraju oblikovati i odražavati stav javnosti te u njoj probuditi kritičko mišljenje (usp. Alaburić 2003: 11). Zadaća medija nije samo informiranje publike, još je možda i važnija uloga koju mediji imaju u oblikovanju mišljenja publike. Iako su mediji nezavisni, veliku važnost pridaju upravo razdvajanju ovih dvaju uloga što je vidljivo, među ostalim, i u korištenju određenih tekstnih vrsta. Kako navodi Niehr (2014: 15), ako se koristi tekstna vrsta *vijest*, radi se o informiranju publike, dok se npr. tekstna vrsta *komentar* koristi za oblikovanje mišljenja javnosti.

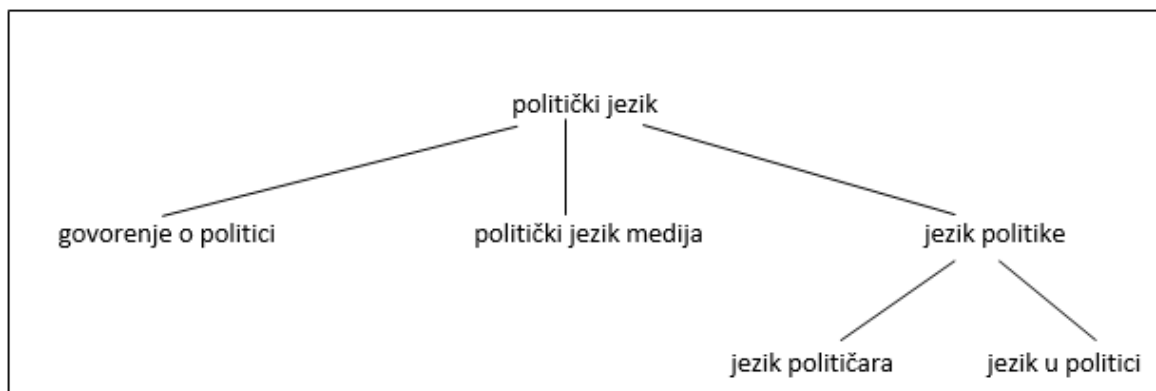
Utjecaj medija na svakodnevni život građana iznimno je snažan u procesu oblikovanja mišljenja, kako navodi Schulz (2011: 257), mediji prenose u manjoj mjeri ono što bi čovjek trebao misliti, a više o čemu treba razmišljati. U komunikacijskim je znanostima ovaj efekt poznat pod imenom *Agenda-Setting* i podrazumijeva da ono što znamo o društvu i svijetu oko sebe zapravo saznajemo iz medija. Mediji pak biraju teme, ali i prioritet koji će određena tema imati u političkom smislu. Tako recimo i česta prisutnost nekog političara na televiziji i u ostalim medijima može mu stvoriti određenu prednost na izborima.

Iz ovih je nekoliko opažanja jasno da se politolingvistika ne može ograničiti samo na jezik političara, već da se radi o mnogo širem pojmu. Niehr je u svom *Uvodu u politolingvistiku* (2014) odlučio koristiti pojam *politische Sprache* (politički jezik) i definirao ga kao uporabu jezika u politici koji podrazumijeva tri aspekta: govorenje o politici (npr. osobne ili javne rasprave), politički jezik medija (npr. talk show, novinski komentari) i jezik politike. Navedeno se može i vizualno prikazati na sljedeći način:

---

<sup>4</sup> njem. *Sprache in der Politik, Sprache der Politik oder Sprache und Politik.*

Slika 1: Područja politolingvistike prema Burkhardt



Izvor: Burkhardt (1996: 81); prijevod autorice

Burkhardt (1996) je politolingvistiku definirao kao lingvističku disciplinu koja se bavi istraživanjem političkog jezika općenito i njegovih gore navedenih područja te rekao da se radi o disciplini lingvistike koja se bavi proučavanjem političkog jezika općenito i njegovih gore navedenih potpodručja u specifičnom smislu. Važno je naglasiti da osobama koje se bave politikom jezik služi prvenstveno kako bi utjecali na birače, dobili njihovo odobrenje, pridobili ih i u konačnici osvojili njihov glas. Komunikacijski cilj u politici i glavna funkcija političkog jezika nije isključivo prenošenje informacija, već se radi o namjeri političara koja je kodirana u jezičnom djelovanju (Girnth 2002: 38). Bühlerov model jezičnih funkcija (kojeg je on nazvao *Organon-Modell*) iz 1934. godine upućuje na tri različite jezične funkcije, a to su: funkcija predočavanja, funkcija izražavanja i funkcija apeliranja. Prva funkcija vezana je za odnos između znaka i stvarnosti, funkcija izražavanja odnosi se na sam iskaz, koji je zapravo odnos između pošiljatelja i znaka, a treća, apelativna funkcija, se odnosi na vezu znaka i adresata. Upravo ova posljednja, apelativna funkcija, služi političarima u ostvarivanju svojih komunikacijskih ciljeva i pritom je najvažnija funkcija u političkom jeziku (usp. Niehr 2014: 13; Jurin i Kružić 2020a: 46-47).

Promatra li se pak uporaba jezika u političkim kampanjama, može se primijetiti da političari često koriste „osuđujući“ jezik kako bi opravdali svoje stavove, a umanjili protivnike. Ovakva se funkcija često naziva manipulativnom. Za politički jezik stoga se može reći da njegova osnovna funkcija nije isključivo informiranje i određivanje istine, već stvaranje zabluda i time otvaranje mogućnosti za manipulacijom i utjecajem na birače. Također, informacije i obrada interpretacije pritom nisu objektivni. Ne znači to naravno da se politički jezik, odnosno politika, svodi samo na borbu za moć i na manipulaciju te da funkcija

predočavanja nema nikakav značaj. Uz pomoć jezika imenuju se stvari, no ta veza nije uvijek jednoznačna, što osobito dolazi do izražaja upravo u politici. Prihvatljivost ili neprihvatljivost neke riječi odraz je (ideološkog) stajališta svakog pošiljatelja, npr. što je za nekoga rat, netko drugi nazvat će mjerom za postizanje mira (usp. Niehr 2014: 14). U analizi korpusa ovog rada bit će vidljivi upravo ovakvi primjeri.

Osim ovih, postoji još niz funkcija koje se mogu pronaći u politici, no kako se radi o funkcijama koje su uglavnom povezane s analizom diskursa i prikazuju odnose među akterima u politici te se funkcije u ovom radu neće razmatrati, već će se prvenstveno analizirati apelativna te manipulativna funkcija.

### 2.3. Povijest politolingvistike

Kako bi sam pojam politolingvistike postao jasniji i uvržeženiji, valja dati i kratak pregled povezanosti jezika i politike. Pojam politolingvistike je, kako je ranije i navedeno, nešto novijeg datuma, no politički jezik itekako je poznat još od antičkog doba. U fokusu se tada nalazila retorika, tj. „govorno umijeće“. Radi se o preskriptivnoj disciplini, za razliku od politolingvistike, koja je deskriptivna i kojoj je cilj joj opisati i objasniti jezične fenomene u politici. Politolingvistika je relativno novija lingvistička disciplina koja se razvila u Njemačkoj u periodu nakon II. svjetskog rata. Kako je ranije rečeno, pojam politolingvistike vezan je za njemačku znanstvenu terminologiju, te će stoga biti navedene činjenice vezane isključivo uz takvu, politolingvističku, perspektivu.

Zanimanje za politolingvistiku može se objasniti, među ostalim, i činjenicom da su upravo njemački političari (kako oni iz vremena nacionalsocijalizma tako i oni iz Njemačke Demokratske Republike) jako dobro shvatili kako "iskoristiti" jezik za realizaciju svojih planova i ciljeva i okrenuli ga u svoju korist. Kako tumači Niehr (2014: 18-19), rane studije o politolingvistici nisu zadovoljavale današnje metodološke kriterije proučavanja jer takvi kriteriji još nisu bili razvijeni.

Tek nakon završetka Drugog svjetskog rata iskazano je ogromno zanimanje za jezik korišten u vrijeme dok je Njemačka bila pod okriljem nacizma jer je bilo kakva kritika, pa tako i ona

jezična, bila gotovo nemoguća. Victor Klemperer<sup>5</sup> je pak za vrijeme nacizma vodio dnevnik u kojem je bilježio javnu, ali i privatnu uporabu jezika. Zapisao je tako i da riječi mogu biti kao sićušne doze arsena: neprimjetno ih se guta, izgleda da ne djeluju, a nakon nekog vremena djelovanje otrova ipak postaje vidljivo. Ono što je ranije bilo u domeni pojedinca ili manje grupe nacistički jezik pretvara u opće dobro, preuzima za stranku ono što je prije bilo dijelom općeg dobra, i u svemu tome riječi i rečenice natapa svojim otrovom, jezik koristi tom užasnom sistemu i postaje najjače, najizraženije i najskrivenije reklamno sredstvo. Korištenje takvog jezika utjecalo je posljedično i na mišljenje pošiljatelja, štoviše čak i na osjećanje i želje cijelog društva (usp. Niehr 2014: 20-21).

Sternberger, Storz i Süskind u svom djelu „*Wörterbuch des Unmenschen*“<sup>6</sup> iz 1957. godine koriste metode koje će dati temelj za proučavanja u politolingvistici. U toj su publikaciji mnoge riječi, koje su klasificirane kao nacističke, u međuvremenu ljudi počeli koristiti kao „normalne“, neobilježene riječi u svakodnevnoj komunikaciji te su izgubile negativnu konotaciju, dok npr. riječi *Arier*, *Rasse* ili *Führer*<sup>7</sup> i dalje imaju ideološku konotaciju i još se uvijek povezuju s nacističkim režimom i njegovom politikom jer su uvijek i jedino bile korištene u tom krugu (usp. Niehr 2014: 23).

Kasnije politolingvističke studije vezane za jezik u vrijeme nacionalsocijalizma odmiču se od kritičkog pristupa i dobivaju lingvistički, znanstveno utemeljen pristup istraživanju. Među njima su recimo rječnik Cornelije Schmitz-Berning „*Vokabular des Nationalsozialismus*“ iz 2002. godine u kojem ističe da se službeni i privatni jezik ne mogu odijeliti, te studija Utz Maas iz 1984. koja savjetuje da se tekstovi iz doba nacionalsocijalizma interpretiraju imajući u vidu specifični društveni i povijesni kontekst u kojem su nastali. Predlaže stoga pet koraka u interpretaciji svakog teksta kako bi se postupak mogao formalizirati, tj. da se može provesti lingvistička analiza. Ti se koraci odnose na: sadržaj, odnosno predmet teksta, insceniranje sadržaja, odnosno jezičnu analizu, smisao insceniranja, odnosno pogled u socijalno-povijesni kontekst, sažimanje analize i razvijanje alternativnih načina čitanja (ako su se u ranijem koraku pojavile kontradikcije). Naravno, ovi se koraci mogu provesti samo uz uključivanje socijalno-povijesnog konteksta u analizu

---

<sup>5</sup> Victor Klemperer (1881.-1960.) bio je njemački znanstvenik i političar židovskog porijekla. Njegovi su dnevници objavljeni 1995. godine, a u njima je dokumentirao svoju svakodnevnicu od vremena Njemačkog carstva do DDR-a. Osobiti značaj ima dio zapisan za vrijeme nacionalsocijalizma.

<sup>6</sup> Rječnik nečovjeka.

<sup>7</sup> arijevac; rasa; vođa.

tekstova. (usp. Niehr 2014: 29-32). Kämper se bavi diskursom krivnje u neposrednom razdoblju nakon Drugog svjetskog rata i ističe razliku između tekstova žrtava, počinitelja i nečinitelja te razrađuje obilježja i uporabu jezika u svakoj od navedenih grupa. (usp. Niehr 2014: 32). Zaključno, uz osjetljivu temu i povijesni kontekst, prilikom analize u fokusu su istraživanja osim pisanih tragova još i leksik, stilistika i retorika, ali i utjecaj govora na (pod)svijest građana. Nadalje, faktori kao što su intonacija, naglašavanje riječi, melodija rečenice ili glasnoća, zatim nastup i držanje govornika (mimika, gestikulacija) te cijela situacija u trenutku držanja govora zasigurno su doprinijeli još većem i bržem širenju nacionalsocijalističke ideologije na narod upravo kroz jezik.

Drugi važan period za razvoj politolingvistike je onaj nakon Drugog svjetskog rata, kada je podjela Njemačke na Saveznu Republiku Njemačku (BRD) i Njemačku Demokratsku Republiku (DDR) utjecala i na podjelu u jeziku, s time da je u fokusu istraživanja više bio jezik korišten u DDR-u. Neki od najistaknutijih znanstvenika u tom području proučavanja bili su Hellmann i Polenz. U svojim je istraživanjima iz 1980. godine Hellmann naveo, među ostalim, da se, osim lingvističkog aspekta, u jeziku DDR-a ističu i nacionalni, političko-ideološki, društvenostrukturalni i komunikacijski aspekt, gdje su znanstvenici u DDR-u promovirali klasnu borbu, dok su se oni u BRD-u odlikovali antikomunizmom, a i da predmet istraživanja jezika u DDR-u nije bila svakodnevna uporaba jezika, već je naglasak bio na "službenoj", političkoj i propagandističkoj uporabi jezika (usp. Niehr 2014: 34-36). Nadalje, prema Polenzu, u DDR-u se uporaba jezika može podijeliti na javni diskurs korišten u državnim institucijama i medijima koji je izrazito normiran, zatim na polujavni diskurs u upotrebi u crkvenim i opozicijskim grupama, u kulturnim i književnim krugovima te na potpuno privatni diskurs korišten izvan politike, dakle u obitelji i među prijateljima te je prema njemu je ta razlika između uporabe službenog i privatnog jezika bila mnogo veća nego u Zapadnoj Njemačkoj. Sve vrste medija bile su pod jakim utjecajem partije, cenzura se provodila osobito u temama kao što su ekonomija i politika, a osim toga šefovi redakcija dobivali su naputke o izgledu novina i na kojoj se stranici o čemu i na koji način treba pisati. Primjera radi, svakodnevni, privatni, vokabular bio je gotovo jednak u obje Njemačke, no na službenoj se razini mogu primijetiti neki različiti fenomeni kao što je npr. učestalost uporabe određenih riječi (u DDR-u *sozialistisch, friedliebend*; u BRD-u *Markt, Preis, freiheitlich*)<sup>8</sup> ili riječi koje se mogu "pripisati" samo jednoj strani (DDR – *Volkskammer*,

---

<sup>8</sup> socijalistički, miran; tržište, cijena, liberalan.

*wissenschaftlich-technische Revolution, BRD – Bundestag, AG, europäische Integration*)<sup>9</sup>. I iz navedenih je primjera jasno da je osnovna razlika bila u području ideologije i politike, u gospodarskim temama te u odgoju i obrazovanju (usp. Niehr 2014: 36-41).

Osim razlika između BRD-a i DDR-a, Niehr (2014: 41-47) navodi da u 70-im godinama prošlog stoljeća u njemačkoj politolingvistici dolazi do semantičkih "borbi", diskutira se o manipulativnim tendencijama u političkom govoru, osobito između "ljevičara" i "desničara", te spominje Maiera, koji govori da postoje pojmovi koji su u novom političkom jeziku dobili i neko novo, promijenjeno značenje, ali i dalje zadržavaju svoje staro značenje koje se još uvijek koristi, a upravo su takve riječi idealne za političko-semantičku manipulaciju.

Novija se istraživanja, očekivano, odnose i na novije mogućnosti komunikacije koje su naravno iskorištene i u političke svrhe. Jasno je da su veliku (ako ne i najveću) ulogu preuzeli vizualni mediji (TV programi, vijesti, saborske sjednice), a dotadašnje metode korištene u politolingvistici nisu bile potpuno prikladne za analizu takvih medija. Nastale su stoga mnoge studije koje su osim teksta u obzir uzele i vizualni aspekt. Politolingvistika se sve više počela baviti upravo politikom na televiziji – TV debatama, TV duelima, a to je neizbježno dovelo i do ispreplitanja politike i zabave, te je Dörner 2001. godine od riječi *Politik* i *entertainment* (engl. zabava) skovao novi pojam za ovakvu vrstu komunikacije - *politainment*. Politika je ovakvim načinom prezentiranja postala dostupnija za šire mase, a političari pristupačnije osobe koje na direktan način ulaze u domove gledatelja te osvajaju potencijalne birače. Dolazi se tako do zaključka da politolingvistika mora uzeti u obzir i vizualnu komunikaciju (usp. Niehr 2014: 47-53). Ne smije se naravno zanemariti još jedan, danas sveprisutan način komunikacije, a to je Internet i online interakcija. Građani sve više imaju potrebu za brzom i direktnom komunikacijom, kako međusobno tako i s političarima. Članci objavljeni na portalima i društvenim mrežama nude razne mogućnosti komentiranja i izražavanja svojih stavova i svjetonazora, a osim toga velika većina političara ima otvorene profile na društvenim mrežama i raznim platformama kako bi bila u „neposrednom“ kontaktu s građanima (usp. Niehr 2014: 57-58). S obzirom da će se ovaj rad fokusirati na analizu iz tekstno-lingvističke perspektive, ovi aspekti politolingvistike neće biti uzeti u razmatranje.

---

<sup>9</sup> *Volksammer* - istočnonjemački parlament, znanstveno-tehnička revolucija, *Bundestag* - zapadnonjemački parlament, *AG (Aktiengesellschaft)* - dioničko društvo, europska integracija.



Zaključno, njemački lingvisti imali su velik utjecaj na razvoj politolingvistike kao samostalne lingvističke discipline te zahvaljujući njima danas postoje znanstveno utemeljene metode kako provoditi analize vezane uz politiku i jezik i dani su načini kako se jezik koristi za oblikovanje i utjecaj na politički diskurs, identitet i ideologiju.

Osim u njemačkom govornom području, pojam politolingvistika vrlo je čest u češkom i slovačkom jeziku, dok u hrvatskoj akademskoj zajednici pojam kao takav nije u potpunosti zaživio, već je učestaliji oblik politička lingvistika. Jedna od autorica koja preuzima i pojašnjava pojam politolingvistike je Borčić (2017), koja uz pojam politolingvistika u svom radu simultano koristi i pojam politička komunikacija. Postoji ipak veliki broj istraživanja koja se bave vezom jezika i politike, no ti su radovi uglavnom vezani uz analizu diskursa ili su njihov pristup i perspektiva vezani za politologiju, sociolingvistiku ili kognitivnu lingvistiku, dok će ovaj rad ukazati na povezanost politolingvistike i tekstne lingvistike.

#### 2.4. Metode i analiza u politolingvistici

Kao i u samoj lingvistici, tako je i u politolingvistici na početku u prvom planu proučavanja bila razina riječi, no ubrzo je analiza prerasla na razinu teksta, u kojem riječi zapravo „djeluju“ i dobivaju smisao. Upravo zato politolingvistička analiza danas u obzir uzima i pisane i govorene tekstove, ali već na prvu postaje jasno da prilikom proučavanja političkog jezičnog djelovanja postoje i strukture koje nadilaze sami tekst. Kako bi analiza bila potpuna valja prikupiti mnoštvo tekstova koji se bave određenom temom i složiti korpus koji se potom analizira (usp. Niehr 2014: 63-64). Analiza političkog jezika usko je povezana s pragmatikom i zapravo je od 70-ih godina prošlog stoljeća, kada je došlo do svojevrsnog komunikativno-pragmatičkog obrata u lingvistici općenito u fokusu cjelokupna izvanjezična situacija. Stoga se politički jezik može shvatiti kao analiza jezičnog djelovanja jer se u obzir, osim teksta, uzima i kontekst, što znači da se riječ, rečenica ili tekst ne mogu analizirati i potpuno razumjeti bez situacije u kojoj su nastali (usp. Girnth 2002: 9-11; Niehr 2014: 64). Pritom se politolingvistika služi metodama lingvističke pragmatike kao što su analiza pretpostavki, implikatura i indirektnih jezičnih činova.

#### 2.4.1. Analiza razine riječi

Kao što je u povijesnom pregledu već spomenuto, neke su riječi u određenom vremenskom razdoblju postale „obilježene“ te ih se i danas povezuje s određenim političkim događajima. Riječi se u aktualnim lingvističkim istraživanjima analiziraju kao izrazi s kojima je povezano jedno ili više značenja (tj. sadržaja). Politolingvistika se shodno tome bavi i jezičnim strategijama koje se koriste ciljanim korištenjem ili izbjegavanjem određenih izraza, a poznate su pod nazivom „*Begriffe besetzen*“<sup>10</sup>. Pojam je nastao 1973. godine i to u govoru glavnog tajnika njemačke stranke CDU Kurta Biedenkopfa, koji kaže da taj „pojmovni odabir“ zapravo govori da se politička borba više ne vodi kao nekada okupacijom tuđih gradova ili zgrade parlamenta, već je jezik taj koji postaje sredstvo ostvarenja cilja i strategije. Taj je izraz u navedenom govoru korišten isključivo u komunikacijske svrhe, a tek je nešto kasnije preuzet od lingvиста koji su ga počeli koristiti za analizu političkih tekstova (usp. Niehr 2014: 64; 87).

Postojanje političkog rječnika teže je odrediti nego što se to može s jezikom medicine ili mehanike, a istraživanjima se došlo do zaključka da je politički rječnik „sve u svemu ne-strukovni jezik“ (Dieckmann 2005: 17-21) jer se većinom radi o uobičajenom jeziku kojeg ljudi koriste u svakodnevnici. Čak i riječi koje se nikada ne bi uvrstile u politički rječnik u određenim društvenim okolnostima mogu postati političke i zapravo svaka tema već je, ili može postati politička. Prema Girnthu (2002: 47) u jeziku politike leksik nije jedini, ali je najvažniji instrument jezičnog djelovanja. Dieckmann pak podsjeća da je vrlo važno imati na umu razliku između političkog rječnika određenog jezika i političkog rječnika određenog sustava, što npr. znači da politički rječnik Savezne Republike Njemačke nije jednak političkom rječniku njemačkog jezika. Nadalje, Dieckmann je politički rječnik podijelio u tri skupine (institucionalni rječnik, stručni jezik određenog područja te ideološki rječnik), a od ovakve podjele polazi i Klein (1989) te uvodi nešto širu promjenu i tako razlikuje (usp. Girnth 2002; Niehr 2014):

1. institucionalni rječnik – koristi se za pisanje i govor o političkim činjenicama i takvi se pojmovi koriste za neutralno imenovanje činjenica, postupaka i osoba, npr. oblika vladavine (*parlamentarna demokracija, konstitucionalna monarhija*), službenih tekstova (*ustav,*

---

<sup>10</sup> „okupirati/zauzeti pojmove“, ali će se u duhu hrvatskog jezika u ovoj disertaciji koristiti sintagma *pojmovni odabir*.

*međudržavni sporazum, konvencija*), državnih institucija (*Vlada, stranka, ustavni sud*), političkih dužnosnika (*potpredsjednik vlade, šef opozicije*) i političkih procesa (*izglasavanje nepovjerenja, zasjedanje kluba zastupnika*);

2. resorni rječnik – uglavnom se radi o specifičnom stručnom vokabularu kojeg koriste stručnjaci za određeno područje ili resorni ministri najčešće u međusobnoj komunikaciji (pojmovi poput: *socijalna pomoć, zdravstveni sustav*), a često se isprepliće i s ideološkim rječnikom;

3. ideološki rječnik – većina ga percipira kao tipično politički rječnik. U političkoj komunikaciji ima važnu ulogu pri ideološkom prikazivanju činjenica i problematičnih situacija. Važno je napomenuti da izrazi, osim svog osnovnog (denotativnog, deskriptivnog) značenja, istovremeno imaju evaluativni i deontički potencijal te takva značenja mogu imati pozitivne (*sloboda, mir, ljudska prava*) ili negativne (*rasizam, tiranija, rat*) konotacije (usp. Girth 2002: 51). Značenje takvih riječi uglavnom je povezano s nekom ideologijom – značenje može biti različito u različitim ideološkim grupama (npr. *konzervativan*) ili se pak može naći različit naziv za isti izvanjezični sadržaj (npr. hoće li se koristiti riječ *rat* ili će se reći *mjera za postizanje mira*). Upravo takvo deontičko značenje riječi može se povezati s apelativnom funkcijom koja je iznimno važna u politolingvistici jer potiče na djelovanje (npr. nešto se mora, treba ili ne smije učiniti). Uspije li neka stranka u svoj program „ubaciti“ riječi koje su deontički prihvaćene kao pozitivne, tada njihovi politički oponenti imaju težak zadatak kako diskreditirati cjelokupni ili dio političkog programa, te moraju pritom biti oprezni kako sami ne bi bili percipirani kao protivnici takve „pozitivne“ ideje. Ovakvi su presuazivni postupci jedan od ključeva uspjeha i ostvarenje apelativne funkcije, tj. djelovanje na birače.

4. rječnik u svakodnevnoj interakciji – u ovoj se kategoriji nalaze sve riječi koje se ne mogu svrstati u prve tri skupine, a upitno je jesu li izrazi poput *afera, zaključak* ili *apelirati* četvrta kategorija političkog jezika ili se mogu kategorizirati kao opći, standardni jezik.

Nadalje, valja spomenuti da Niehr (2014: 69-75) izdvaja i pojavu strateške uporabe riječi, odnosno natuknica, ključnih riječi i stigmatizirajućih riječi, čije se značenje u politolingvistici detaljnije analizira. Korištenje takvih riječi omogućava pošiljatelju da postigne cilj koji je odredio i da kroz njih djeluje na adresata. Natuknica je izraz koji u određenom trenutku postaje aktualan i koristi se u javnom promoviranju političkog programa

ili cilja (usp. Niehr 2014: 70), dakle povezana je s trenutnom političkom situacijom. Određena se natuknica može koristiti u pozitivnom smislu, međutim politički će oponenti preuzeti tu natuknicu i koristiti ju u difamirajućem kontekstu, a ponekad je staviti u opoziciju s nekom drugom riječi (koja u javnosti može biti prihvaćena kao pozitivna), npr. HDZ-ov slogan za izbore 2016. godine „*Vjerodostojno*“ oponenti su koristili govoreći da su sve radnje i osobe u HDZ-u nevjerodostojni. Takve se riječi najčešće koriste kako bi emocionalno i intelektualno utjecale na javnost, a mogu se podijeliti na afirmativne i stigmatizirajuće. Afirmativne ključne riječi služe kako bi se jasno izrazio vlastiti stav, a da se istovremeno provocira politički oponent, dok se stigmatizirajućim riječima naglašava negativan stav pošiljatelja prema nečemu protiv čega se bori.

Kao još jedan korak u analizi na razini riječi Niehr (2014: 76-80) navodi i okvire (engl. *frames*). Naime, riječi se u komunikaciji ne koriste izolirano, već unutar tekstova i one se odnose jedna na drugu. Povezivanje određenog sadržaja s nekim jezičnim izrazom znači aktivirati okvir s već predodređenim vrijednostima, a okvir se opisuje kao sustav kategorija koji je strukturiran u skladu s kontekstom. Dakle, može se reći da su *frameovi* kognitivne strukture koje su međusobno povezane, a naša znanja i spoznaje o svakom pojedinom konceptu te strukture omogućuju nam njeno razumijevanje i na temelju našeg općeg znanja ili naših iskustava možemo doći do odgovarajućih zaključaka o značenju određenog okvira. Njima zapravo percipiramo svijet, oni oblikuju naše planove, ciljeve te utječu na naše ponašanje (usp. Lakoff 2014; Ziem 2008; Fillmore 1982). Potpuno razumijevanje određenog semantičkog okvira ovisi dakle o našem „pozadinskom“ (općem) znanju. Određeni okvir ne mora ponuditi sve informacije, to nas potiče na aktivaciju određenog znanja (koje nam i ne mora biti dostupno u našem općem znanju), a upravo taj nedostatak potrebnih informacija zanimljiv je za politolingvistiku jer se u političkoj komunikaciji određene (možda i iznimno važne) informacije ne iznose.

Klein (1998: 376) navodi i neke strategije kako doprijeti do adresata (u ovom slučaju birača) uz pomoć kojih bi se upravo adresati uvjerali da im je pošiljatelj blizak te da im može pomoći više nego njegov oponent te da su pošiljateljevi iskazi vjerodostojni, relevantni, informativni i jasni (u svakom slučaju više nego oni njegova protivnika). Kleinove strategije bliske su Griceovim konverzacijskim maksimama koje se mogu primijeniti i u analizi političke komunikacije. Sudionici svake vrste komunikacije imaju određena očekivanja od druge strane, a upravo je ta očekivanja Grice (1975: 45-47) formulirao u tzv. konverzacijske

maksime, a to su maksima kvalitete, maksima kvantitete, maksima odnosa i maksima načina. Maksima kvalitete nalaže da pošiljatelj nastoji formulirati iskaz koji je istinit, u kojem se ne izriče laž i ono što se ne može dokazati. Maksima kvantitete kazuje da iskaz treba pružati točno onoliko informacija koliko je potrebno za svrhu razgovora i ništa više od toga. Maksima odnosa pak od pošiljatelja zahtijeva da bude relevantan, dok maksima načina govori da pošiljatelj bude jasan i izbjegava dvosmislenost te da bude kratak i govori logičnim redoslijedom. Poštivanjem ovih maksima komunikacija bi trebala biti potpuno razumljiva, no jasno je da se ne držimo svi uvijek ovih uvjeta pri komunikaciji s drugima, što je možda i najočitije u političkoj komunikaciji.

Klein (1998) je na temelju ovih Griceovih konverzacijskih maksima razvio nekoliko strategija u korištenju političkog jezika te ih podijelio na osnovne, dvosmislene i konkurentne.

Osnovne strategije orijentirane su na preferencije adresata i na osnaživanje vlastite pozicije, što podrazumijeva i obezvređivanje protivnika. Konkretno, osnovne se strategije realiziraju korištenjem apsolutno pozitivnih riječi (npr. *mir*, *demokracija*), ciljanom upotrebom osobne zamjenice *mi* ili korištenjem dijalektalnih izraza ili žargona koji pripada određenim grupama društva. Ove se strategije često koriste u oprečnosti: *mi* vs. *ostali*, *mir* vs. *kriza* i sl., čime se kod adresata stvara osjećaj pripadnosti te se on identificira s pošiljateljem.

Dvosmislene strategije trebale bi od adresata sakriti kršenje određenih komunikacijsko-etičkih normi, i to onih vezanih za informativnost, istinu, značaj i jasnoću poruke. U političkoj komunikaciji „najopasnije“ je kršenje maksime kvalitete, odnosno svjesno tvrditi neistinu kako bi sam pošiljatelj bio u povoljnijem položaju od svojih političkih oponenta. Stoga se vrlo često primjenjuje strategija izostavljanja relevantnih informacija, tj. ne govori se potpuna istina. Prema Niehru (2014: 85-86), „vjerodostojnost je za svakog političara najveće dobro“ i upravo se iz tog razloga u političkoj komunikaciji nastoji diskreditirati vjerodostojnost političkog protivnika. Pri politolingvističkoj analizi često je iznimno teško objektivno procijeniti radi se o laži ili ne, a sama će procjena ovisiti o političkom stajalištu svakog pojedinca.

Kao treća strategija o kojoj Klein (1998) govori, javlja se konkurentna strategija koja je u njemačkoj politolingvistici poznatija pod ranije spomenutim nazivom *pojmovni odabir*. Riječ se ovdje shvaća kao sredstvo persuzije, moć je u politici povezana sa značenjem

korištenih riječi (usp. Girnth 2002: 62-63). Klein (1998: 389) ističe da konkurentne strategije ciljaju na jačanje vlastitih jezičnih resursa i istovremeno na slabljenje onih svojih političkih oponentata. Ovdje spadaju: stvaranje nove riječi i novog sadržaja, referenca (pripisivanje posebnih osobina ljudima ili predmetima), zatim promjena sadržaja pojma (dok izraz ostaje isti) dodavanjem ili oduzimanjem dijela značenja pojma te promjena deontičke komponente značenja pojmova.

#### 2.4.2. Analiza razine teksta i razine diskursa

U ovom će se potpoglavlju dati kratki pregled analize teksta i diskursa iz perspektive politolingvistike. Prema Girnthu (2002: 72) upravo je tekst „primarna jezična jedinica u kojoj se odvija jezična uporaba u politici“. Postavlja se pitanje postoje li tekstne vrste koje su karakteristične za političku komunikaciju pa tako sa sigurnošću saborske govore, stranačke programe i vladina priopćenja možemo svrstati u političke tekstove. Klein (2000) je pokušao usustaviti tekstne vrste u politici temeljem Brinkerove podjele tekstnih funkcija (informativna, apelativna, obligativna, kontaktivna i deklarativna). Prije njega to su već pokušali učiniti Grünert, Strauß, Tillmann i Girnth. Tekst je uglavnom osnovna komunikacijska jedinica svakog političara, a riječi koje se u tekstovima koriste dobivaju svoj puni smisao upravo tek u tekstu. Tekstne vrste tako predstavljaju „konvencionalne obrasce za složena jezična djelovanja“ (Brinker i dr. 2014: 124), a zadatak je političara odabrati prikladne riječi, tj. adekvatnu tekstnu vrstu za provođenje namjere i ostvarenje cilja kojeg je naumio realizirati svojim iskazom.

Jednu od mogućih klasifikacija tekstnih vrsta u politici dao je Klein (2000: 733-754), a prema njemu tri su osnovna kriterija klasifikacije, a to su kategorije pošiljatelja, adresata i komunikacijske funkcije. U kategoriju pošiljatelja mogu se smjestiti: sabor i saborski odbori, vlada, političke stranke, političari osobno ili preko svojih zastupnika te vanjski pošiljatelji (sudovi, udruge građana ili građani sami, stručnjaci, mediji). Slično tome, Burkhardt (2003: 118) spominje „političke subjekte“, a to su političke institucije i dužnosnici (političari, stranke, države u međunarodnim organizacijama ili sami građani).

U Tablici 1 Klein je prikazao klasifikaciju tekstnih vrsta u politici s obzirom na pošiljatelja:

Klasa tekstne vrste	Tekstna vrsta
<u>1. Pošiljatelj: sabor ili saborski klub</u> 1.1. primarno usmjerene prema van 1.2. namijenjene za internu uporabu	Ustav; Zakon; Odluka Dnevni red; Izvješće odbora; Anketa
<u>2. Pošiljatelj: vlada</u> 2.1. vanjskopolitičke 2.2. usmjerene saboru  2.3. usmjerene administraciji	Međudržavni ugovor; Nota; Objava rata Nacrt zakona; Izvješće vlade; Odgovor na parlamentarni upit Zakonska odredba; Administrativna odredba
<u>3. Pošiljatelj: Stranke</u> 3.1. usmjerene prema van 3.1.1. usmjerene biračima  3.1.2. usmjerene strankama  3.2. usmjerene unutar stranke  3.3. tekstovi poslani od strane frakcija	Izborni slogan; Izborni spot; Izborni program; Izborna brošura; Izborni plakat; Natpis; Bilanca; Pamflet Koalicijski sporazum; Izjava o razvrgavanju koalicije  Stranački program; Izvješće; Prijedlog za kongres stranke; Zaključak s kongresa stranke; Statut stranke  Veliki upit; Mali upit
<u>4. Pošiljatelj: Političar</u> 4.1. pismene  4.2. usmene 4.2.1. formalni govorni činovi  4.2.2. politički govori 4.2.2.1. usmjerene izražavanju neslaganja  4.2.2.2. usmjerene izražavanju slaganja  4.2.2.3. usmjerene izražavanju slaganja i neslaganja	Izjava o prihvaćanju mandata; Izjava o ostavci; Zastupničko pitanje; Nalog ministra; Imenovanje; Razrješenje s dužnosti; Dodjela odlikovanja; Pomilovanje  Otvaranje sjednice; Prekid sjednice; Zatvaranje sjednice; Pozivanje govornika; Oduzimanje riječi; Pozivanje na red; Zastupničko pitanje; Potpitanje; Zakletva Govor na stranačkoj/frakcijskoj raspravi; Govor na saborskoj raspravi; Vladino pojašnjenje; Govor na kongresu stranke; Obrazloženje zahtjeva; Sudjelovanje u raspravi; Izborni govor  Komemorativni govor; Govor na televiziji  Govor na otvorenju; Govor predsjednika republike
<u>5. Pošiljatelj: Građani, mediji, udruge</u>	Odluka o prosvjedu; Prosvjedna krilatica; Memorandum; Mišljenje interesne skupine; Želja građana; Zahtjev građana; Inicijativa građana; Medijski komentar; Presuda ustavnog suda; Vještačenje stručnjaka

**Tablica 1: Klase tekstnih vrsta i tekstne vrste u području političkih institucija prema Kleinu**

**Izvor: Girth 2002: 74-75; prijevod autorice**

Kako bi opis tekstnih vrsta u političkoj komunikaciji bio još precizniji, trebaju se dodati još tematske, gramatičke, leksičke i ostale kategorije. Za potpunu analizu tekstne vrste u politici Klein (2000: 735) daje sljedeće kriterije: 1. pragmatičke kategorije: pošiljatelj, adresat, vrsta teksta, osnovna funkcija teksta, kratki sadržaj teksta, način valjanosti, intertekstualnost

tekstne vrste; 2. semantičke kategorije: tema, leksik; 3. gramatičke kategorije: sintaksa, glagolske kategorije, odnos osoba kroz zamjenice; 4. retoričke kategorije: struktura teksta, razvoj teme, retoričke figure/ tropi, a sličnu kategorizaciju analize primjenjuju i Brinker i dr. (2014) pri analizi bilo koje vrste teksta, o čemu će više biti riječi u poglavlju o tekstnoj lingvistici. Burkhardt (2003: 18-20) u političku komunikaciju uključuje još i intencionalnost političkog djelovanja, refleksivnost i konvencionalnost. Političko je djelovanje intencionalno jer je smisleno i ciljano, refleksivno jer je pošiljatelj svjestan svojih radnji, a konvencionalno je jer slijedi obrasce koje daju jezik i kultura, a koji se odražavaju u pojmovima za označavanje djelovanja u različitim jezicima.

Kao što je vidljivo iz Tablice 1, ovakav način klasifikacije prepoznaje tekstne vrste u cjelokupnoj političkoj situaciji i uglavnom je povezan s institucionalnim poimanjem politike i raznim pošiljateljima u tom ambijentu. No, ono što nije detaljnije analizirano jeste upravo zadnji odjeljak tablice, tj. dio u kojem se u političkoj komunikaciji kao pošiljatelj promatraju mediji. Upravo će se ova disertacija baviti tim, nedostavno razrađenim dijelom tekstnih vrsta u političkoj komunikaciji.

Još se jedan fenomen pojavljuje na tekstnoj razini, a radi se o proračunatoj dvosmislenosti, odnosno usmjerenosti prema višestrukim adresatima. Nejasno formuliranje ciljeva (stranačkih općenito ili recimo predizbornih) doprinosi različitom tumačenju iskaza za različite adresate, što je osobito uočljivo kod ekstremističkih stranaka s ekstremističkim ciljevima (usp. Niehr 2014: 116-117). Valja istaknuti i pojam intertekstualnosti koji je iznimno značajan za politolingvistiku. Naime, tekstovi su najčešće međusobno povezani i upućuju na druge tekstove koji nam olakšavaju razumijevanje početnog teksta. Najbolji su primjer za intertekstualnost upravo online tekstovi, tj. hipertekstovi, no to ne znači da „obični“, printani tekstovi ne mogu imati obilježje intertekstualnosti. Istaknuti primjer je npr. tekstna vrsta *novinski komentar* koja služi za komentiranje činjenice koja je zapravo bila osnova neke druge vijesti ili informacije. Često se u medijima koriste i izmijenjeni naslovi poznatih filmova ili knjiga (uz igru riječi), a oni koji znaju originalnu verziju mogu stvarati intertekstualne poveznice, što znači da one ne moraju svima biti jasne. Stoga razumijevanje uvijek ovisi o postojećem znanju svakog adresata. U politolingvistici postoji veliki raspon različitih tekstova koji se analiziraju i svi su ti tekstovi međusobno intertekstualno povezani, stvaraju neku vrstu mreže te su isprepleteni (usp. Niehr 2014: 121-124), a njihovim „raspetljavanjem“ se pobliže bavi analiza diskursa.



S obzirom da će se u ovom radu korpus analizirati metodama tekstne lingvistike, u obzir se neće uzeti analiza diskursa. No, valja ovdje samo pojasniti osnovne pojmove i takve analize. Niehr (2014: 125-133) navodi da je lingvistička analiza diskursa svojevrsni nastavak tekstne analize jer se ne analizira samo pojedinačni tekst, već intertekstualna „mreža“ tekstova i svi se ti tekstovi promatraju kao cjelina. Prilikom analize važan je upravo taj intertekstualni aspekt i odnos među tekstovima. U fokusu analize diskursa nisu određene riječi ili izrazi, već cijeli sustav iskaza i mreža koje takvi iskazi stvaraju. Važno je isto i napomenuti da je gotovo nemoguće prikupiti apsolutno sve doprinose (od) raznih sudionika određene diskursne teme te jednu od istaknutijih uloga pritom igra i dostupnost samih izvora.

#### 2.4.3. Modeli analize političkog jezika

U ovom će se poglavlju dati pregled najznačajnijih modela analize političkog jezika, a svaki od modela u određenom opsegu uvažava pragmatički aspekt analize (usp. Girth 2002: 17-28):

a) u Klausovu agitacijskom modelu iz 1971. godine glavnu ulogu ima agitator, tj. korisnik političkog jezika. Cilj političkog jezika je prema Klausu utjecati na svijest ljudi kako bi ih se potaklo na određeno ponašanje. Klaus u ovom modelu u fokus stavlja jezični znak i njegove odnose prema drugim znakovima, njegovu značenju i uporabi. Znak može označavati, procjenjivati ili propisivati činjenično stanje stvari;

b) persuazivni model J. Kopperschmidta iz 1973. godine povezan je s retorikom, čiji je cilj razumno govorenje, a to podrazumijeva da se komunikacijski partneri usuglase temeljem potkrijepljenih argumenata. Komunikacijski činovi koji zadovoljavaju ovaj kriterij nazivaju se persuazivnim komunikacijskim činovima. Radi se o ostvarenju ciljeva koje može biti izravno, jezično i argumentativno. Ovaj se model vezuje na Austinovu i Searleovu teoriju govornih činova i uz njenu se pomoć nastoje opisati struktura i pravila persuazivnog govornog čina;

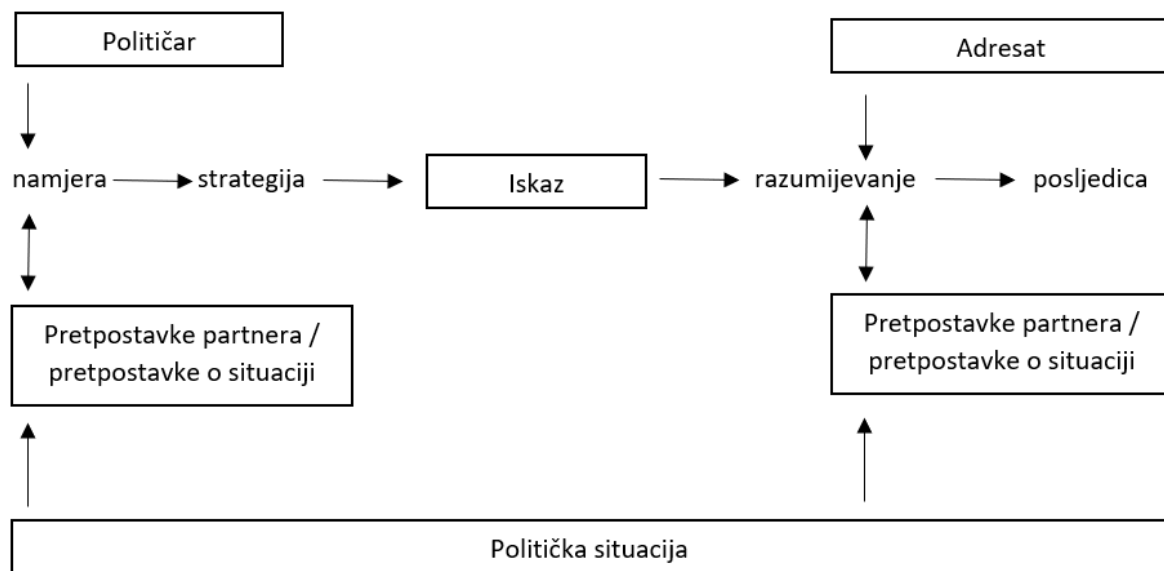
c) Grünert u svom leksičko-argumentativnom modelu iz 1974. godine ističe da se ideološki jezični znak ne promatra izolirano, već da je bitan kontekst u kojem znak dobiva značenje u semantičkom smislu te funkciju u pragmatičkom smislu. Kontekst dijeli na onaj u užem smislu i u širem smislu. U širem smislu kontekst obuhvaća povijesno-društvenu situaciju, političko-ideološke uvjete i posebne argumentativno-komunikacijske čimbenike, dok je kontekst u užem smislu zapravo jezični kontekst, tj. odnos jezičnih znakova međusobno;

d) u modelu jezičnog djelovanja iz 1990. godine Holly se pita „što neki zastupnik zaista radi kada govori“. Kako bi došao do odgovora na to pitanje Holly je zaista bio uz jednog zastupnika njemačkog parlamenta za vrijeme njegova političkog djelovanja i promatrao njegovu komunikaciju. Razlikuje vanjske i unutarnje parlamentarne funkcije, pri čemu su eksterne funkcije artikulacija interesa, samopromocija, odnos s javnošću i promocija stranke, dok su unutarnje funkcije određivanje smjernica, detaljni rad i profiliranje, a treba odgonetnuti koje se jezično djelovanje realizira u kojem razgovoru;

e) Heringerov model komunikacijskih maksima iz 1990. godine temelji se na Griceovim konverzacijskim maksimama. Heringer navedene maksime shvaća kao najavu moralnog komunikacijskog djelovanja, te se one mogu interpretirati i kao instrumenti kritiziranja, odnosno kršenja normi.

Još jedan značajan model je i faktorski model političke komunikacije autora Hannapel i Melenk iz 1984. godine ili Herrgena iz 2000. godine (usp. Girnth 2002:31) koji obuhvaća sve značajne faktore koje političar odabire pri izražavanju. Taj se model može grafički prikazati na sljedeći način:

**Slika 2: Faktorski model političke komunikacije**



Izvor: Girnth 2002:31; prijevod autorice

U ovom je modelu u glavnoj ulozi političar koji ima određenu namjeru, a u predizbornoj kampanji je to je da javnost bude suglasna s njime po nekom određenom pitanju. Ta se namjera ostvaruje u određenoj situaciji koju pojedinac subjektivno interpretira, a političar

ima određene pretpostavke o adresatu, kao što i adresat ima određena očekivanja od političara.

## 2.5. Komunikacija u politici

Politički jezik teško se može promatrati izolirano od ostalih resornih jezika jer je s njima usko povezan (Morris 1981: 242). Kako navodi Girnth (2002: 33-35), među obilježjima političkog jezika ističu se javnost, povezanost s grupom, orijentiranost prema konsenzusu/ neslaganju i usmjerenost prema više adresata/ insceniranost, a Burkhardt (2003: 123-124) smatra da politička komunikacija nikada nema isključivo funkciju prikazivanja i informiranja, već su tu uvijek uključeni elementi apelativne i persuazivne funkcije, tj. ima snažan perlokutivni element djelovanja na adresata.

Javnost i dostupnost političke komunikacije trebale bi biti neupitne jer je to pretpostavka demokratskih političkih sustava, a važnost mogućnosti izražavanja političkog mišljenja jedna je od ključnih značajki političke komunikacije. Međutim, treba imati na umu da nije stopostotna politička komunikacija javna i dostupna, npr. rasprave političkih klubova ili sjednice iza zatvorenih vrata. Povezanost s grupom također je važno obilježje političkog jezika jer svaki političar zapravo zastupa i svoju stranku. Generalno gledajući, grupe se mogu podijeliti na pozitivno percipiranu „vlastitu grupu“ i negativno percipiranu „stranu grupu“. U takvoj vlastitoj grupi članovi dijele slična mišljenja i svjetonazore, interpretiraju okolinu na sličan način i imaju zajedničku svijest pripadanja toj grupi, a kako navodi Burkhardt (2003: 406) u komunikaciji se vrlo često koristi inkluzivna zamjenica „*mi*“. Sve ono što se odnosi na grupu percipira se kao pozitivno i bolje, dok se „strana grupa“ i njezini članovi doživljavaju kao negativni. Ovakva polarizacija može se pronaći i u jeziku, a ne samo u percepciji vlastite ili strane grupe, gdje se, kako navode Miletić i Perić (2022), *mi* prikazuju pozitivno, a *oni*, tj. drugi, negativno. Takav „*mi*“ ima sugestivnu snagu i često se adresat osjeća kao dio grupe i smatra se aktivno uključenim u događaje.

Usmjerenost prema više adresata također se podrazumijeva u političkoj komunikaciji jer političar se vrlo rijetko obraća samo jednom adresatu. To su najčešće šira javnost, pripadnici iste stranke ili pripadnici ostalih stranaka. Važnu ulogu pritom u slanju poruke imaju mediji. No, ono što je različito kod svakog adresata jeste način na koji će on interpretirati poruku, i

tek u njegovu ponašanju postaje vidljivo je li pošiljatelj uspio putem poruke djelovati na primatelja ili ne (usp. Blagus Bartolec 1999).

Valja napomenuti i da interakcija između političara i adresata može biti izravna (uglavnom političari međusobno) te neizravna (komunikacija s javnošću koja zapravo indirektno sudjeluje u komunikaciji). Upravo se ova javna, „masovna“ komunikacija može opisati kao ona vrsta komunikacije u kojoj se sadržaj nudi kontinuirano, namijenjen je kratkotrajnom korištenju, stvara se u formalnim organizacijama pomoću visokorazvijenih tehnologija i uz pomoć različitih tehnika (medija). Taj je sadržaj dostupan istovremeno potencijalno velikom broju ljudi koji su za pošiljatelja anonimni, a komunikacija je jednosmjerna i neizravna (Burger 2005: 1). Girnth (2002) nadalje kao obilježje političke komunikacije navodi i orijentiranost prema konsenzusu/ neslaganju. Jedan od ciljeva korištenja jezika u politici upravo je postizanje konsenzusa. Jedan od načina postizanja takvog cilja može biti i neslaganje, tj. stvaranje polarizacije kako bi se „ojačao“ negativni pogled na određenu činjenicu.

#### 2.5.1. Predizborna kampanja

Jedno od političarima najvažnijih razdoblja svakako je predizborna kampanja, razdoblje kada je komunikacija između političara i javnosti najizraženija. Predizbornom kampanjom političar ili stranke promoviraju svoje političke ciljeve, a sve sa željom pobjede na izborima i osvajanja mandata. Etimološki gledano, riječ kampanja<sup>11</sup> podrazumijeva bitku, tj. vojni pohod, a označava povremeni intenzivan rad kako bi se ostvario neki cilj, u politici je to borba za pridobivanje javnosti i što većeg broja glasača te, u konačnici, za osvajanje mandata (usp. Tomić 2012). Kako navode Tomić i dr. (2008), komunikacijom se utječe na stavove ili postupke ljudi još od najranijih civilizacija, od doba antičke Grčke i starih Rimljana, koji su, među ostalim, bili vrsni pravnici, političari i retoričari. Važnu ulogu pritom ima i neverbalna komunikacija, koja, među ostalim, uključuje stav i držanje, frizuru, šminku, boju odjeće, pokrete i sl. (usp. Jurin 2014: 83).

Današnje političke kampanje pojavljuju se pak u različitim oblicima i stilovima. Tomić (2012: 238) govori o dva opća tipa kampanje prilikom analize izbornih kampanja: prvi, dijaloški pristup kaže da predizborna kampanja predstavlja „vježbe u komuniciranju

---

<sup>11</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: kampanja (datum pristupa: 06.10.2021.)

odnosno pokušaju kandidata da dopru do biračkog tijela sa svojim idejama, temama, stavovima i drugim pitanjima kampanje“, dok je drugi, utilitarističko-propagandni pristup opisan kroz izravnu korist od kampanje, odnosno definira kampanju kao aktivnost koja bi trebala ostvariti neposrednu korist za pretendente na obnašanje vlasti. Green i Gerber (2019) navode kako je najvažniji čimbenik pri svakim izborima navesti glasače da izađu na izbore te u svom radu analiziraju načine kako ih mobilizirati izdvajajući one danas najučinkovitije: anketiranje od vrata do vrata, elektroničku poštu, personaliziranu poštu, telefonske pozive te komunikacija od usta do usta, što nas dovodi do idućeg važnog poglavlja, a to su politički komunikacijski kanali.

### 2.5.2. Politički komunikacijski kanali

Sedak (2022) komunikaciju definira kao „dinamičan i stalan prijenos informacija putem određenog komunikacijskog kanala pomoću unaprijed definiranih sustava znakova“ te navodi da se dvosmjerna komunikacija razvila te danas „teži simetričnoj podjeli protoka informacija.“ Prema Graberu (1993), u današnju je komunikaciju uključen ne samo prijenos poruka, već i reakcija adresata na te poruke. Komunikacija je dakle sporazumijevanje uz pomoć jezičnih znakova, a podrazumijeva prijenos, izmjenu i usvajanje informacija. Jednostavno rečeno, prema najjednostavnijem komunikacijskom modelu, komunikacijski proces mora sadržavati pošiljatelja i adresata, samu poruku te neki komunikacijski kanal (usp. Jurin i Kružić 2020a: 41-51). Sedak (2022: 18) nadalje navodi da se komunikacija može promatrati s obzirom na broj sudionika u njoj, na vrijeme te na način povratne informacije te, shodno tome, postoje intrapersonalna, interpersonalna, grupna, javna i masovna komunikacija. Za potrebe ovog rada valja izdvojiti masovnu komunikaciju koja podrazumijeva sve oblike „kod kojih se izjave prenose javno, tehničkim distribucijskim sredstvima, odnosno medijima, indirektno (bez da partneri u komunikaciji dijele prostorni i vremenski kontekst) disperziranoj publici“ (Sedak 2022: 18).

Kako je ranije rečeno, sastavni dio komunikacije podrazumijeva i komunikacijski kanal, tj. medij. S obzirom da je interes ovog rada fokusiran na masovnu komunikaciju, valja, među interpersonalnim i digitalnim komunikacijskim kanalima, ovdje ipak istaknuti samo masmedijske komunikacijske kanale. Kako i sama riječ govori, masovni mediji služe kao kanal komunikacije za veliki broj adresata (masu) i podrazumijevaju televiziju, radio, tisak, film te Internet (usp. Burger 2005; Sedak 2022). Prva su četiri komunikacijska kanala

jednosmjerna te pošiljatelj nema mogućnosti dobivanja povratnih informacija, a usto postoji i odmak od trenutka nastajanja informacije do njene objave (Burger 2005: 10-19). Osim toga, kako navodi Sedak (2022: 21), masovni mediji mogu selektivno pristupiti informacijama ili možda biti neobjektivni, a pogotovo ako je riječ o politici, mogu biti pristrani i manipulativni. Nadalje, masovni mediji generalno se mogu podijeliti na tiskane i elektroničke medije. Za ovaj rad značajni su upravo ovi prvi, tiskani mediji, koji, kako navodi Dominick (2004), podrazumijevaju novine, časopise i knjige, a u političkoj komunikaciji najkorišteniji su novine, časopisi, letci i brošure.

Istaknuti dio za ovaj rad su upravo novine, koje imaju zadaću informirati, zabaviti, uvjeravati, prenositi i obrazovati, a njihovo je obilježje da su dostupni svakodnevno u tiskanom izdanju (Mokriš 2011: 124). Vezano uz funkcije informiranja i prenošenja informacija, Fowler (1991) navodi da stvarni događaji postaju vijest tek kada ih netko odabere i odluči ih objaviti, što znači da se velika većina događaja uopće ne spominje. Samim time adresat (u ovom slučaju čitatelj) i prije početka čitanja ima samo djelomičnu sliku vanjskog svijeta. Nadalje, i svaki novinar ima različit pogled na vijest, a prije objave (na bilo kakvoj vrsti medija, od novina do televizije) vijest se prilagođava, i to najčešće nesvjesno prema vlastitim vjerovanjima i idejama. Sve što se izjavi o činjenicama u svijetu rečeno je iz posebne ideološke perspektive (usp. Fowler 1991: 10-12).

## 2.6. Jezična manipulacija i persuazija u politici

Kako je netom navedeno, jedna od potencijalnih opasnosti masovnih medija, osobito u prenošenju informacija vezanih za politiku, je selekcija i neprenošenje svih činjenica i mogućnost različitih pogleda na njih, što dovodi do neobjektivnosti i otvara mogućnost manipulacije, ne samo informacijama, već i korištenim jezikom u političke svrhe. Prema Hrvatskom jezičnom portalu<sup>12</sup>, manipulacija u političkom smislu podrazumijeva „postupak podčinjavanja pojedinaca, društvenih skupina, javnosti, komunikacijske procedure, komunikacijskih kanala, medija i subjekata određenoj vrsti interesa“. Za manipulaciju van Dijk (2006) kaže da je to neopravdana i nevaljana dominacija koja potvrđuje društvenu nejednakost. Ona podrazumijeva utjecaj na formiranje mentalnih modela, ali i utječe na diskurs kroz razne morfološke i sintaktičke oblike. Akopova (2013) pak, definirajući jezičnu

---

<sup>12</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: manipulacija (datum pristupa: 13.11.2022.)

manipulaciju, navodi da se ona odnosi na namjerno korištenje jezika u svrhu utjecaja na druge, a uključuje, među ostalim, negativnu namjeru pošiljatelja i prikriveni utjecaj na adresata i njegovu kontrolu. Manipulacija se nalazi između prave (potpune, istinite) informacije i laži, jer, kako objašnjava Akopova (2013), laž je u opoziciji sa „semantičkom istinom“, dok je manipulacija u opoziciji s „pragmatičkom istinom“. Nadalje navodi kako se lingvistička manipulacija temelji na raznim mehanizmima i strategijama kojima pošiljatelj utječe na adresatove emocije, a on pak te poruke usvaja nekritički. Mehanizmi i strategije manipulacije odnose se uglavnom na analizu diskursa te neće sve biti obuhvaćene u analizi ovog rada. Manolov (2018) navodi kako su strategije jezične manipulacije zapravo kombinacija istinitih i neistinitih jezičnih iskaza, izraza te leksičkih, stilskih, morfoloških i drugih sredstava, a Shigapova i dr. (2021) govore pak da se radi o raznim trikovima kojima pošiljatelj navodi adresata da mu vjeruje. To su npr. davanje neostvarivih obećanja, nepotvrđene činjenice i preuveličavanja, a koriste se i manipulativne taktike kao što su pristojnost, odvratanje adresatove pozornosti ili precjenjivanje. Mehanizmi jezične manipulacije mogu se pojavljivati na različitim razinama.

Kako navode Kenzhekanova i dr. (2015: 326-330), jezična manipulacija provodi se na fonografskoj, leksičkoj i gramatičkoj razini. Fonografska razina, osim zvukova uključuje i grafički zapis poruke, što uključuje interpunkciju i metagrafička sredstva (npr. podcrtavanje, font, velika tiskana slova), a na leksičkoj razini odnose se na semantiku, sintaksu i pragmatiku te podrazumijevaju nominalizaciju, metaforu i metonimiju, obrnute (suprotne) pojmove, tzv. „ameba pojmove“ koji nisu povezani i ne postoje u stvarnom svijetu (apstraktni pojmovi i koncepti), zatim neologizme, aforizme, modificirane poslovice, igru riječima, perifraze, specifikacije i konotacije. Pri analizi diskursa osobito se izdvaja prikazivanje *sebe* ili *nas* na pozitivan način, dok su *drugi* prikazani negativno, što dovodi do podjele u društvu na „prijatelje“ i „neprijatelje“. Takav se prikaz, shodno tome, odražava i na recimo makro govorne činove (*naši* dobri, *njihovi* loši potezi), semantičke strukture (naglašavanje *naših* pozitivnih strana/ radnji, nenavođenje *njihovih* pozitivnih strana/ radnji ili ublažavanje *naših* negativnih, a isticanje *njihovih* negativnih strana/ radnji) ili na korištene retoričke figure poput metonimija i metafora koje, opet, naglašavaju *naše* pozitivne i *njihove* negativne značajke (usp. van Dijk 2006; Shigapova i dr. 2021; Miletić i Perić 2022; Podboj 2011).

S obzirom da se uz pojam manipulacije često javlja i pojam persuazije (tj. uvjeravanja) i da se u nekim člancima čak i izjednačuju, valja ih ipak razgraničiti. Oba pojma podrazumijevaju utjecaj na druge kako bi oni razmišljali o nečemu ili učinili nešto što im bez „inputa“ pošiljatelja ne bi niti palo na pamet. Kako navode Dontcheva-Navratilova i dr. (2020: 4-5) ključna se razlika krije u ravnoteži moći između pošiljatelja i adresata. Kada je riječ o persuaziji adresat ima izbor – podleći ili oduprijeti se, i kao takav slobodan je vjerovati ili djelovati kako hoće. Međutim, kada se radi o manipulaciji, pošiljatelj ima moć i na neki način kontrolira adresata koji je zapravo pasivan i ima ulogu žrtve, a jedina mogućnost koju ima je vjerovati pošiljatelju i djelovati prema njegovom napatku (usp. van Dijk 2006; Dontcheva-Navratilova i dr. 2020; Virtanen i Halmari 2005; Podboj 2011).



### 3. TEKST I TEKSTNA VRSTA

#### 3.1. Tekstna lingvistika

Razvoj tekstne lingvistike kao samostalne discipline započeo je 60-ih godina 20. stoljeća, što naravno ne znači da se ranije nitko nije bavio tekstovima i da tekstovi nisu bili predmetom proučavanja, no perspektiva je bila drugačija. Tekstovi su oduvijek dio povijesti i kulture nekog naroda i trajni su pokazatelji čovjekova stvaralaštva. No upravo pod pojmom tekstna lingvistika (njem. *Textlinguistik*, eng. *text linguistics*) podrazumijeva se nešto više od pukog bavljenja tekstom. Javljaju se tako u drugoj polovici 20. stoljeća različita pitanja, interesi i problematike vezani uz sam tekst, npr. kako je ona povezana s ostalim disciplinama lingvistike te koje su njene zadaće (usp. Adamzik 2004: 1). Do tada su se lingvistička istraživanja bavila manjim jedinicama (od fonema i morfema do rečenice), a tradicionalna je gramatika neke „nesvrstane“ rečenične elemente jednostavno zaobilazila. Takve „nesvrstane“ riječi prilažu se cijeloj rečenici, a ne samo jednom njezinom članu te upućuju na suprasintaksu (usp. Badurina 2008: 25-28).

##### 3.1.1. Povijest tekstne lingvistike

Mnoge su preteče tekstne lingvistike, odnosno postoje discipline unutar kojih se javljalo i zanimanje za tekst te se raspravljalo o nekim sličnim pitanjima kojima se bavi današnja tekstna lingvistika. Prva je takva disciplina retorika, kojoj je u fokusu podučavanje javnih govornika u staroj Grčkoj i Rimu, odnosno, u modernom smislu poučavanje uspješne i djelotvorne komunikacije. S obzirom da ljudi svoje odluke ne donose samo na temelju razuma i argumenata, već i osjećaja, svaki dobar govornik mora također uzeti u obzir i osjećaje da bi djelotvorno mogao utjecati na adresata (usp. Adamzik 2004: 5-7). Kako navode Beaugrande i Dressler (2010: 26), njihovo shvaćanje tekstne lingvistike ima dosta dodirnih točaka s retorikom te navode neke od njih, kao npr. sustavno kontroliranje ideja i njihova poretka, svjesni trening prijelaza između ideje i pojma te postojanje kvalitetnijih i manje kvalitetnih tekstova koji izražavaju određen poredak ideja. Nadalje, sličnosti su i da se o tekstovima može suditi ovisno o tome kako djeluju na adresata te da su tekstovi nosioci prema cilju usmjerene interakcije.

Druga disciplina unutar koje se može pronaći zanimanje za tekst je stilistika. Može se definirati kao filološka disciplina kojoj je predmet proučavanja jezični, odnosno književni stil, a već u antici Kvintilijan je naveo četiri kvalitete stila: korektnost (sukladnost s uvaženim uporabnim normama), jasnoća, elegancija i primjerenost. Suvremenije poimanje stilistike oslanja se na statističko brojanje elemenata (kvantitativna metoda) te se tako analiziraju afektivne vrijednosti jezičnih izraza kao dodatak njihovoj čisto informacijskoj vrijednosti (usp. Hrvatska enciklopedija<sup>13</sup>). Adamzik (2004) u konačnici navodi da retorika i stilistika sadrže faktore koji se danas promatraju kao faktori za uspješnu komunikaciju, a to su odnos govornik - slušatelj, komunikacijska situacija, makrostruktura teksta (cjelokupna organiziranost teksta), mikrostruktura teksta (jezična struktura) te konkretna aktualiziranost teksta. Međutim, ono što u stilistici kakva je utemeljena u antici nedostaje jedno je od ključnih postavki tekstne lingvistike, a to je teorijski dio, odnosno pitanje što je zapravo tekst, kakav je odnos jezika i teksta, i na koje se načine tekst strukturira ili interpretira, dok god je tekst (govoreni tekst, retorički sadržaj) uvjerljiv.

Osim upravo navedenih disciplina utemeljenih u antici, teksta se dotiču i mnoge druge, kao znanost o književnosti, antropologija ili sociologija. Znanost o književnosti usmjerena je na razne tipove književnih tekstova, a fokus je bio na opisivanju procesa kreiranja tekstova i rezultata nekog autora ili grupe autora u nekom određenom razdoblju ili okolini, pronalaženje problematičnih ili spornih značenja tekstova i vrednovanje tekstova. S antropološkog stajališta pak važna je metoda Tagmemike za prikupljanje i analizu podataka u obliku otvorenih pozicija unutar nekog teksta i elemenata koji potencijalno mogu doći na te pozicije (*slots* i *fillers*) te time nadilazi granice tekstova i ulazi u ljudsku interakciju, što podrazumijeva povezanost jezičnog i nejezičnog komunikacijskog konteksta. Sociologija se dotiče analize konverzacije (analiza diskursa, *discourse analysis*). Konverzacija se proučava kao oblik socijalne organizacije i interakcije, npr. kako se izmjenjuju govornici u razgovoru, zatim se preispituju odnosi među jezičnim obrascima, društvenim ulogama te statusa u društvu, a sagledava se i prilagodba jezičnog ponašanja govornika u kontaktu s određenim grupama, i sl. (Beaugrande i Dressler 2010: 29-31).

Sowinski smatra da je pojam tekstna lingvistika stvorio Harald Weinrich upotrijebivši ga 1967. godine u diskusiji „Sintaksa dijalektike“ (usp. Adamzik 2016: 4), međutim osnove

---

<sup>13</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58103> (datum pristupa: 14.05.2020.)

tekstne lingvistike dao je strukturalist Zellig Harris u svom radu *Discourse Analysis* iz 1952. godine u kojem predlaže da se distribucija morfema u tekstovima analizira prema ekvivalencijama. Uveo je i pojam transformacija kojim je zapravo nastojao dobiti maksimalni broj ekvivalencija za određeni pojam. Taj je pojam kasnije preuzeo i razradio njegov učenik Noam Chomsky. Harris je i sam potvrdio da ekvivalencije između rečenica ne daju nikakve informacije o semantičkim odnosima, jedino se može reći koje kriterije nova rečenica mora ispuniti da bi formalno bila identična rečenicama danoga teksta (Harris, 1952). Nadalje, Coseriu (1955) među ostalim smatra da se proučavanje jezika treba zasnivati na pošiljateljevu znanju vlastitog jezika, ali i na znanju o načinu kako prenijeti lingvističko znanje u lingvističku aktivnost. Razradio je pritom i klasifikaciju „okruženja“ koja svoje uporište ima npr. u kognitivnoj, kulturalnoj, povijesnoj i socijalnoj okolini, u stupnju posredovanja između teksta i situacije ili u opsegu sadržaja. Prvo opsežnije istraživanje o tome kako su tekstovi organizirani proveo je Harweg 1968. godine koji zaključuje da su tekstovi povezani mehanizmom „supstitucije“, unutar koje svrstava rekurenciju, sinonimiju, veze kao što su razred/ predstavnik, uzrok/ posljedica ili dio/ cjelina i druge (usp. Beaugrande i Dressler 2010: 33-34).

### 3.1.2. Pristupi tekstnoj lingvistici

Lingvistička su istraživanja najčešće bila ograničena do domene rečenice. Naime, mnogo je lakše odrediti što čini gramatički pravilnu ili prihvatljivu rečenicu nego cijeli niz rečenica, tj. tekst. U nadrečeničnim cjelinama mnogo je veća sloboda odabira i povezivanja elemenata te ne postoje stroga pravila o njihovoj upotrebi. Danas se mogu opisati tri faze u pristupu tekstnoj lingvistici (usp. Adamzik 2016; Ivanetić 2003; Beaugrande i Dressler 2010):

1. transfrastički pristup bavi se istraživanjem nadrečeničnih jedinica i sredstvima njihova formalnog povezivanja (kohezija). Na tekstove se gleda kao na niz povezanih rečenica te su oni apstraktne, dekontekstualizirane jedinice. Autori poput Isenberga Riesera, Hartmanna, Petöfija ili van Dijka uvidjeli su da nije sve u granicama izolirane rečenice (npr. korištenje zamjenica, članova ili redoslijeda glagolskih vremena u rečenicama ovisi o onome što je prethodno izrečeno) i zaključili da je razlika između rečenične i tekstne gramatike značajnija nego što se ranije pretpostavljalo, no nisu uspjeli definirati kriterije koji bi odredili je li tekst gramatički prihvatljiv i dobro strukturiran.

2. U komunikacijsko-pragmatičkom pristupu tekst se promatra kao cjelina s određenom komunikacijskom funkcijom, a ne kao niz rečenica, tj. niz manjih jezičnih cjelina, te se pritom analizira i sadržaj teksta. Kako 1976. godine kažu Halliday i Hasan „tekst se promatra kao semantička jedinica: ne jedinica forme, već jedinica značenja“ (usp. Ivanetić 2003: 24). Analizom semantičke strukture teksta bavili su se, među ostalima, i Petöfi, van Dijk te Melčuk. Petöfi tvrdi da je temeljna struktura reprezentacija značenja, a da se sintaktički oblik teksta generira tek kasnije, te definira i mnogo čimbenika koji su orijentirani više prema korisnicima tekstova nego prema samom tekstu. Van Dijk pak smatra da generiranje teksta proizlazi iz neke glavne ideje koja se zatim postepeno razvija u razna značenja. Pojam kojim se izdvaja od ostalih autora svakako je pojam makrostrukture, tj. opsežnog iskaza sadržaja čitavog teksta, što je povezano s važnošću izostavljanja, uopćavanja i stvaranja novog sadržaja kako bi tekst bio što sažetiji, a sve kako bi se moglo doći do glavne ideje, tj. teme teksta (usp. Beaugrande i Dressler 2010; Brinker i dr. 2014; Ivanetić 2003).

3. U prvom planu kognitivističkog pristupa nalaze se procesi produkcije i recepcije tekstova te svrha samog teksta. U fokusu analize nalazi se „funkcioniranje jezika u komunikacijskim procesima konkretnoga društva“ (Heinemann i Viehweger 1991: 54). U osnovi ovakvog pristupa je interakcijski okvir u kojem se komunikacija tekstovima odvija, a tekst se smatra sredstvom djelovanja. Javlja se sličnosti sa Searleovom teorijom govornih činova jer se pojmovi vezani za govorne činove (lokucija, propozicija, ilokucija, perlokucija) prenose s razine rečenice na razinu teksta. Kao najvažnija razina analize javlja se ilokucijska struktura teksta pa stoga analiza teksta podrazumijeva njegovu raščlambu na osnovne ilokucije kako bi se utvrdio odnos među njima.

Kako navodi Ivanetić (2003: 2), smatra se da je zadaća tekstne lingvistike „sustavan opis uvjeta i pravila konstitucije konkretnih tekstova i objašnjenje njihova značenja za recepciju, a cilj joj je pokazati da se tekstovi strukturiraju i prihvaćaju u skladu s pravilima“, što može pridonijeti boljem razumijevanju tuđih i produkciji vlastitih tekstova (Brinker i dr. 2014: 8).

U hrvatskoj lingvistici zanimanje za tekst među prvima je pokazao već polovicom 70-ih godina 20. stoljeća Josip Silić (*Od rečenice do teksta*, 1984), a nakon njega tekstnom lingvistikom detaljnije su se bavile Mirna Velčić (*Uvod u lingvistiku teksta*, 1987), Zrinjka Glovacki-Bernardi (*O tekstu*, 2004), Nada Ivanetić (*Govorni činovi*, 1995 i *Uporabni tekstovi*, 2003), i nešto kasnije Nada Županović Filipin (*Pogled u tekst. Analiza*

*referencijskih odnosa na tekstnoj razini*, 2017). Tekstno-lingvistički pristup u svojoj je disertaciji (2010) i kasnijim radovima (2011; 2012; 2013; 2017) koristila i Jurin, a dio knjige *Über Sprache und Text* (Jurin i Kružić 2020a) također je posvećen tekstnoj lingvistici.

Kako je ranije spomenuto, uz tekstnu lingvistiku često se javlja i pojam analize diskursa te valja razgraničiti ta dva pojma. Analiza diskursa obuhvaća proučavanje jezika (tj. tekstova) ne samo analizom sadržaja, već uključuje i sociolingvistički kontekst. Dakle, u obzir se uzimaju razni izvanjezični elementi (govor tijela, lokacija, ton i boja glasa, slike, simboli...), što nije slučaj pri analizi tekstova iz tekstno-lingvističke perspektive. Može se reći da analiza diskursa podrazumijeva proučavanje „sustavnih odnosa između strukture teksta i konteksta“ (van Dijk 1977). Nadalje, kritička analiza diskursa (*CDA – critical discourse analysis*), kako navodi van Dijk (1985), proučava odnose između diskursa i njegovih struktura sa strukturom moći, odnosno, kako oni na poziciji moći (institucije, elitne skupine itd.) tu moć koriste kroz pisane i govorene tekstove. Analiza diskursa bavi se i recepcijom od strane adresata te se može reći da je po svojoj prirodi interaktivna, što za tekstnu lingvistiku ne vrijedi. Stoga će se analizi korpusa ovoga rada pristupiti s tekstno-lingvističkog stajališta.

### 3.2. Tekst

Osnovna jedinica proučavanja tekstne lingvistike je tekst. Međutim, u tekstnoj lingvistici ne postoji jedna i jednoznačna definicija teksta jer prilikom proučavanja tekstova postoje različiti aspekti, interesi i moguće spoznaje koje neminovno stvaraju i različita definiranja pojma tekst. Treba naglasiti da se takve različite tendencije međusobno ne isključuju, već svaka definicija kreće od određenog konteksta te poima tekst u skladu s njime (usp. Brinker i dr. 2014: 13). U takvome mnoštvu različitih aspekata proučavanja teksta i pokušaju različitih definiranja teksta, javljaju se dva osnovna pravca tekstne lingvistike koji su na različit način formulirali ciljeve svog proučavanja, različito definirajući predmet proučavanja, tj. tekst. Prva se struja razvila na temeljima strukturalne lingvistike i transformacijsko-generativne gramatike, s fokusom na analizu i opis rečeničnih struktura (sa sustavom minimalnih jedinica), na sintaktičko-semantičke odnose među rečenicama. Nadalje, koherencija se definira isključivo gramatički, a tekst je služio samo kao kontekst za opisivanje određenih odnosa koji nadilaze izoliranu rečenicu. Cilj je ovakvog pristupa tekstnoj lingvistici otkriti opće principe, pravila i načine na koje se rečenice povezuju u

cjelinu i potom ih sistematično opisati (usp. Brinker i dr. 2014: 13-15; Glovacki-Bernardi 2004: 20; Ivanetić 2003: 16).

Druga je struja usmjerena komunikacijski te ju Brinker definira kao komunikacijski orijentiranu tekstnu lingvistiku. Ovaj će se rad i analiza korpusa voditi upravo ovim drugim pristupom te će se stoga pobliže i opisati. Prema Brinkeru i dr. (2014: 14) lingvistička analiza treba se okrenuti tekstu, a ne više rečenici, te stoga navode da „najviša i najneovisnija jezična jedinica i primarni jezični znak“ postaje tekst. Ovaj se pristup razvio na osnovi lingvističke pragmatike, čiji je cilj objasniti i opisati uvjete jezično-socijalnog sporazumijevanja među govornicima neke jezične zajednice. Takav pristup teorijski je potkrijepljen Searleovom teorijom jezičnih činova. Glavna zamjerka prema strukturalistima svakako je promatranje tekstova kao izoliranih, statičkih objekata i neuzimanje u obzir činjenice da su tekstovi sastavni dio komunikacije, da se uvijek nalaze u nekoj vrsti komunikacijskog procesa u kojem su glavni čimbenici pošiljatelj i adresat sa svojim socijalnim i situativnim pretpostavkama i poveznicama. U komunikacijski orijentiranoj tekstnoj lingvistici na tekst se više ne gleda kao na niz gramatički povezanih rečenica, već se radi o složenom jezičnom činu kojim pošiljatelj nastoji uspostaviti komunikacijsku vezu s adresatom. Ovakav pristup u prvi plan stavlja svrhu, tj. funkciju teksta, proučava se dakle komunikacijska uloga tekstova. Stoga je bitno poznavati strukture jezika i način na koji pošiljatelj iskorištava jezična pravila kako bi se izrazio i uspješno komunicirao (usp. Brinker i dr. 2014: 15-16; Adamzik 2016: 6). Tako Wunderlich komunikacijsku kompetenciju definira kao „sposobnost govornika da uspostavi komunikaciju uz pomoć jezičnih iskaza“. Ona obuhvaća one strukture i pravila koji određuju aktiviranje jezične kompetencije u konkretnim komunikacijskim situacijama (usp. Brinker i dr. 2014: 16). Heinemann i Viehweger (1991: 126) pak kažu da su tekstovi nastali jezičnom djelatnošću ljudi koji sudjeluju u socijalnoj interakciji, a njihova struktura ukazuje na samu funkciju teksta. Navode nadalje i kako se ne podrazumijeva da je tekst koherentan, već da je pošiljateljeva namjera da tekst bude koherentan, što adresat i očekuje, te na taj način tekst i interpretira.

Valja ovdje istaknuti i još nekoliko definicija teksta uzimajući u obzir upravo komunikacijsku funkciju samih tekstova. Engel navodi da su „tekstovi mreže iskaza, povezani i imaju raspoznatljivu strukturu te su specifični s obzirom na tekstnu vrstu“ (usp. Ivanetić 2003: 16), dok Hartmann tvrdi da „ako se uopće i govori, govori se samo u tekstovima (usp. Fix 2008: 15). Nadalje, Strohner govori da su „tekstovi i razgovori rezultat

kognitivnih procesa ljudi koji ih proizvode i recipiraju“ (usp. Ivanetić 2003: 17), a prema Hallidayu je tekst „svaka jezična pojava, bez obzira na medij kojim se pronosi, u kojoj smisao prepoznaje onaj koji zna određeni jezik“ (Badurina 2011: 51).

Silić (1984: 7-8) pak govori o nadrečeničnom jedinstvu, u kojem rečenica dobiva svoj puni smisao. U tekstu su rečenice združene i čine strukturno, smisaono, ritmo-melodijsko i stilističko jedinstvo, a komunikativna zadaća utječe na prijelaz misli iz jedne rečenice u drugu. Slično, Fix (2008: 17-18) navodi da se pod pojmom tekst podrazumijeva lanac rečenica, niz znakova s određenom funkcijom, podrazumijeva se tematska cjelina i sredstvo jezičnog djelovanja.

Iz navedenih primjera lako je potvrditi početnu pretpostavku da pojam tekst još uvijek nije dobio jednu i jednoznačnu definiciju upravo zbog različitih pristupa i zanimanja za tekst. Ove dvije struje tekstne lingvistike nisu međusobno suprotstavljene, već ih valja promatrati kao komplementarne. Prikladna analiza teksta morala bi stoga uzeti u obzir spoznaje i rezultate obaju struja, pri čemu komunikativno-pragmatički pristup mora biti potkrijepljen teorijsko-metodičkom osnovom. U skladu s time, Brinker i dr. (2014: 17) dali su definiciju teksta koja tekst vidi kao jezičnu, ali istovremeno i komunikacijsku jedinicu: „Pojam „tekst“ označava ograničen i koherentan niz jezičnih znakova koji kao cjelina ima prepoznatljivu komunikacijsku funkciju.“

### 3.2.1. Kriteriji tekstualnosti

Jedna od mogućnosti definiranja teksta je i kroz zadovoljavanje određenih kriterija. Kako navode Beaugrande i Dressler (2010: 14) tekst je „komunikacijski događaj (eng. *occurence*) koji ispunjava sedam kriterija tekstualnosti, a ako se ijedan od tih kriterija smatra neispunjenim, tekst nije komunikativan“, a kriteriji su kohezija, koherencija, intencionalnost, prihvatljivost, informativnost, situativnost i intertekstualnost.

Kohezija se odnosi na gramatičku i sintaktičku povezanost rečenice te ukazuje na to da su elementi povezani na površinskoj strukturi. Ivanetić (2003: 7) za koheziju kaže da je to „povezivanje komponenata površinske strukture teksta gramatičkim sredstvima i odnosi se na formalna vezna sredstva“, dok Averintseva-Klisch (2013: 4) navodi da je kohezija „povezivanje komponenti površinske strukture teksta pomoću gramatičkih i leksičkih

sredstava“. Kohezivna sredstva su eksplicitno i implicitno nadovezivanje<sup>14</sup>, a tu se ubrajaju rekurencija, tj. ponavljanje istog izraza, parcijalna rekurencija odnosno isti materijal riječi, ali promjena vrste riječi, parafraza, sinonimija, paralelizam, tj. ponavljanje sintaktičkih površinskih struktura, supstitucijski elementi: osobne, posvojne ili pokazne zamjenice (a u jezicima u kojima postoji, i član), zatim elipsa ili izostavljanje elemenata, uporaba glagolskog vremena i vida, uporaba junktivnih izraza<sup>15</sup> (veznika) te, u govorenim tekstovima, intonacija. U kohezivna se sredstva može ubrojiti i semantičko povezivanje koje među riječima može biti ontologijsko (npr. čovjek: lice), logičko (npr. pitanje: odgovor) ili kulturalno (npr. Berlin: Brandenburška vrata) (usp. Adamzik 2016: 251-262; Beaugrande i Dressler 2010: 69-100; Brinker i dr. 2014: 29-44; Ivanetić 2003: 8-9; Jurin 2010: 28).

Koherencija (ili koherentnost) podrazumijeva „smislenost teksta, logičko-semantičku povezanost među rečenicama koja je rezultat kognitivnih procesa njegova korisnika“ (Beaugrande i Dressler 2010: 7). Tekst je koherentan i dobiva smisao u primjeni znanja pošiljatelja o samom tekstu u kombinaciji s njegovim općim znanjem. Koherencija predstavlja zapravo dubinsku, unutarnju strukturu teksta, a pritom komunikacijska situacija i predznanje pošiljatelja imaju izrazito važnu ulogu (usp. Adamzik 2016: 31). Za ostvarivanje kriterija koherencije također su važna ranije nabrojana kohezivna sredstva, ali i izotopija, zajednička tema, vremenski odnosi koji se mogu ostvariti leksički (prvo, onda, te, još uvijek...) i morfološki (glagolska vremena) te znanje o svijetu (usp. Ivanetić 2003: 11). Ova se dva kriterija odnose na jezičnu strukturu teksta, na ono što je vidljivo, na sam tekst kao skup jezičnih znakova i smatraju se najvažnijim pokazateljima tekstualnosti. Ostalih pet kriterija usmjereno je na korisnike (pošiljatelja i/ili adresata) teksta.

Intencionalnost iskazuje pošiljatelj (tj. autor) teksta s namjerom (intencijom) da proizvede kohezivan i koherentan tekst koji će postići određeni učinak na adresata teksta. Isto tako, postoji i spremnost adresata da taj tekst prihvati, čime se ostvaruju komunikacijski ciljevi (Jurin i Kružić 2020b: 162). Prihvatljivost upućuje na recepciju teksta, dakle u fokusu je adresat koji kohezivan i koherentan tekst prihvaća kao relevantan i/ili za njega koristan.

---

<sup>14</sup> njem. *Wiederaufnahme*

<sup>15</sup> Junktije se mogu podijeliti na konjunkcije (koordinacija, povezuju se predmeti jednakoga statusa, npr. *i, osim toga, također, k tomu*), disjunkcije (povezuju se predmeti alternativnoga statusa, npr. *ili, ili - ili*), kontrajunktije (povezuju se predmeti jednakoga statusa koji se u svijetu teksta pojavljuju nekongruentno, npr. *ali, naprotiv, ipak, međutim*) te subordinacije (podređenost, povezuju se predmeti kod kojih status jednoga ovisi o statusu drugoga, npr. *jer, budući da, zato što, stoga, dok, tada, ako*) (usp. Beaugrande i Dressler 2010: 88-93).



Informativnost je količina očekivanoga i neočekivanoga, odnosno poznatih ili nepoznatih informacija u tekstu. Naravno, ovaj kriterij uvelike ovisi o adresatovu predznanju. Situativnost se odnosi na relevantnost koju tekst ima u odgovarajućoj komunikacijskoj situaciji. Radi se o izvanjezičnim elementima koji prilikom recepcije teksta pomažu u određenom kontekstu (tj. situaciji) da tekst bude relevantan. Intertekstualnost je odnos teksta prema drugim tekstovima, odnosno o tome što sudionik komunikacije zna o drugim tekstovima (usp. Adamzik 2016; Beaugrade i Dressler 2010; Brinker i dr. 2014; Ivanetić 2003; Jurin 2010).

Ovih sedam konstitutivnih kriterija treba nadopuniti i regulativnim načelima, koji komunikaciju tekstovima ne definiraju već kontroliraju (usp. Ivanetić 2003: 12). Efikasnost se odnosi na minimalni napor pošiljatelja i adresata prilikom korištenja teksta. Za tekst se može reći da je efektivan ako na adresata ostavlja željeni dojam ili stvara povoljne uvjete za postizanje cilja kojem teži pošiljatelj. Primjerenost je povezana s usklađenošću teksta i njegova konteksta. Osim navedenih kriterija, autori poput Helbiga i Feilkea razmatraju i neke dodatne kriterije kao što su npr. kompleksnost teksta, tema, cjelovitost, komunikativnost, generativnost, univerzalnost, kontekstualnost, procesualnost ili dijalogičnost (usp. Ivanetić 2003: 13-15). Heinemann i Heinemann (2002: 108) dodaju toj listi također i kriterije diskurzivnosti (svaki tekst u komunikaciji je sa drugim tekstovima, tj. konstituirana je mreža odnosa među pojedinačnim tekstovima) te subjektivne deklarativnosti (gdje pošiljatelj i adresat sami odlučuju što je tekst, a što diskurs). Fix (2008a: 117-119) također ističe važnost kriterija kulturalnosti jer svaki tekst pripada određenoj kulturi, tj. obilježen je kulturom i pošiljatelja i adresata teksta. Utjecaj predznanja, znanja o svijetu, iskustva i osobnih očekivanja utječe i na produkciju i na recepciju svakog teksta, a svi su ti utjecaji povezani s komunikacijskom i kulturalnom zajednicom kako pošiljatelja, tako i adresata teksta. Sandig pak smatra da je najvažniji kriterij tekstualnosti funkcija jer navodi da svi tekstovi (kako uporabni tako i književni) imaju svoju određenu funkciju (usp. Ivanetić 2003: 15). Zaključno, Sandig navodi da prototipični tekst ima sljedeća obilježja (usp. Jurin 2010: 30):

- a) tekst je jezično, monološki i grafemički fiksiran;
- b) tekst ima temu;
- c) tekst se sastoji od više rečenica koje su smisaono povezane i tvore smislenu cjelinu;
- d) tekst ima socijalnu, kulturalnu i komunikacijsku funkciju.

### 3.2.2. Modeli analize teksta

S obzirom na razne perspektive prema samoj definiciji teksta i pristupima tekstu, može se ustanoviti kako ne postoji niti jedinstven način analiziranja tekstova. Težište većine modela sastoji se u tome da pokažu kako su različite sastavnice teksta povezane i koji je njihov doprinos cjelini (funkcija, sadržaj, sintaksa, leksik) (usp. Ivanetić 2003: 23). Dva su najrasprostranjenija modela analize teksta (usp. Ivanetić 2003: 27-39; Brinker i dr. 2014):

a) prvi su komunikacijsko-pragmatički modeli kojima u fokusu proučavanja teksta nije jezik kao takav, već njegova funkcija u komunikacijskoj situaciji, što znači da se proučavaju i okolnosti produkcije i recepcije teksta te njegova svrha. Tekst kao sredstvo djelovanja osnovna je postavka komunikacijsko-pragmatičkih modela, što je zapravo i temelj Searleove teorije govornih činova. Prema Searleu, govorni čin je najmanja komunikacijska jedinica koja se sastoji od više istovremenih činova, to su lokucija/ iskaz (realizacija govornog čina nizom glasova ili jezičnih znakova), propozicija/ sadržaj (referenca na izvanjezični sadržaj), ilokucija/ intencija (namjera govornog čina) i perlokucija/ kauzalni učinak (djelovanje na adresata). Ovi modeli primjenjuju analizu govornih činova i na analizu teksta i to na način da polaze od ilokucijske komponente pri analizi. S obzirom da se tekst može sastojati od više ilokucija, one se mogu hijerarhijski strukturirati u jednu dominirajuću i jednu ili više pomoćnih ilokucija. Dominirajuća ilokucija, tj. njena formulacija važna je na jezičnoj razini teksta. S obzirom na složenost ovog modela, iz njega se uglavnom preuzimaju samo pojedini dijelovi (najčešće analiza odnosa između dominirajućih i pomoćnih ilokucija).

S druge pak strane postoje tzv. integrativni modeli, koji uključuju širi interakcijski kontekst te se koriste ranije spomenutim modelima u kombinaciji sa spoznajama ostalih disciplina, a među najutjecajnije modele svakako spada Brinkerov model. Za Brinkera (1992, Brinker i dr. 2014) rečenice kao dijelovi teksta ne mogu imati ilokucijska obilježja, već samo tekst kao cjelina. Prilikom analize teksta proučavaju se struktura i funkcija teksta i to kroz tri razine. Prva je komunikacijsko-pragmatična razina u kojoj se proučava komunikacijska funkcija, odnosno smisao teksta u komunikacijskom procesu i svrha koju tekst ispunjava u određenoj komunikacijskoj situaciji. Promatraju se pritom dva aspekta, a to su oblik komunikacije i područje djelovanja (Brinker i dr. 2014: 139-144). Kako je ranije već rečeno, oblik komunikacije određuje se kroz medij korišten za prenošenje teksta te se u suštini razlikuje pet različitih vrsta: komunikacija licem u lice, putem telefona, radija, televizije te

pisana komunikacija, a Internet kao jedan od trenutno najpopularnijih medija predstavlja zapravo multimodalni kontekst i objedinjuje svih pet vrsta komunikacije. Kao oblici koji proizlaze iz vrsta komunikacije mogu se navesti npr. razgovor, telefonski razgovor, video poziv, televizijska ili radio emisija, pismo, elektronska pošta, knjiga, novinski članak, obavijest i sl. Kada je riječ o području djelovanja misli se na određena područja vezana za komunikacijsku situaciju koja imaju svoja pravila i norme. Sadržajno se mogu podijeliti npr. u svakodnevicu, svijet znanosti, politike, gospodarstva, medija, školstva itd. S obzirom na odnose među komunikacijskim partnerima, razlikuju se privatna, službena i javna sfera komunikacije.

Druga i treća razina odnose se na analizu strukture teksta. Druga razina analize je tematska razina. Ovdje se analiziraju tema teksta i razvoj same teme. Tema teksta je srž sadržaja teksta, tj. najsažetiji mogući prikaz sadržaja teksta. Moguće je i da tekst ima više od jedne teme te one zajedno čine tematsku hijerarhiju teksta. Govoreći o razvoju teme, on se može podijeliti na deskriptivni, narativni, eksplikativni i argumentativni način razvoja teme.

Deskriptivni način razvoja teme označava ili da se tema dogodila samo jednom (informativne tekstne vrste, npr. vijest, izvještaj), zatim proces koji se može ponoviti i generalizirati (instruktivne tekstne vrste, npr. upute za uporabu) ili tema označava živo biće ili predmet (npr. natuknice iz leksikona, tekstne vrste koje nešto opisuju kao što su upute, zakoni, ugovori, politički komentari...).

Narativni način razvoja teme odnosi se na „rekapitulaciju iskustva“. Radi se uglavnom o usmenoj komunikaciji u svakodnevnim pričama i prepričavanjima. U većini slučajeva u takvom se načinu tema prezentira linearno (vrijeme, mjesto, akteri – (nesvakidašnja) situacija – emocije, stavovi – (pozitivno ili negativno) rješenje situacije – stav pošiljatelja prema situaciji.

Eksplikativni način razvoja teme objašnjava činjenice ili neke poveznice te djeluje kao kad znanstvenik objašnjava činjenice (*Explanandum*) tako da ih izvodi iz drugih činjenica (*Explanans*) na logičan način. Radi se ovdje najčešće o tekstnim vrstama koje teže proširenju znanja (npr. udžbenici, znanstveni članci i tekstovi).

Argumentativni način razvoja teme nastao je prema argumentacijskom modelu St. Toulmina iz 1958. godine prema kojem pošiljatelj utemeljuje svoju tezu argumentima, a da bi činjenice uopće mogle biti shvaćene kao argumenti, mora se zadovoljiti uvjet „Ako su činjenice x, y,

z (D) dane, onda se može pretpostaviti zaključak (C)<sup>16</sup>. Radi se uglavnom o apelativnim tekstovima kako bi se djelovalo na adresata.

Treća razina Brinkerove analize teksta podrazumijeva jezično-stilističku razinu na kojoj se analiziraju relevantne sintaktičko-semantičke veze među rečenicama u tekstu. Na semantičkoj razini proučava se ono što se nalazi u tekstu, što je u njemu vidljivo, zatim ono što se povezuje iz jezika (npr. sinonimi, homonimi, hiponimi, hiperonimi...) te ono što je neovisno o jeziku (znanje o određenoj stvari). Sintaktički gledano, promatraju se npr. zamjenice prilozni, veznici, ponavljanje elemenata i sl. (usp. Brinker i dr. 2014: 44-80).

Valja istaknuti i model analize koji se sastoji od više dimenzija i analizira tekstove prema većem broju kriterija (Heinemann i Heinemann 2002: 199-202). Prema ovom modelu, tekst se analizira imajući u vidu ove komponente: interakcijski okvir (tekstna vrsta, načini komunikacije, funkcija, situacija, komunikacijski partneri, medij), globalna orijentacija (makrostruktura, tema i razvoj teme, odlomci), opis lokalnih jedinica (parafraza, leksičke jedinice i sintaktičke strukture, koherencija, intertekstualnost) te integrativno karakteriziranje i vrednovanje teksta (prema funkciji, komunikacijskom učinku, načinu razvijanja teme, stilskoj adekvatnosti).

Osim navedenih, postoje i modeli koji opisuju stručne tekstne vrste, a time se prvenstveno bavio Hoffmann (1988) koji je, osim interno-tekstualnih obilježja (koherencija, sintaktička ili tematska progresija, sintaksa, vrste rečenica, leksik, makrostruktura) u analizu uključio i eksterna obilježja stručnih tekstnih vrsta. Ta su obilježja: komunikacijski partneri, komunikacijska namjera teksta, realizacija komunikacije, komunikacijska situacija i predmet komunikacije (usp. Jurin 2010: 46-49).

Ovaj će se rad osloniti na upravo opisan Brinkerov model analize teksta, ali i na model kojeg je razvila Jurin (2010: 61) te Jurin i Krišković (2017: 39) za analizu tekstnih vrsta, a koji je prikazan u Grafičkom prikazu 1.

---

<sup>16</sup> Prema Toulminu (1958: 104; usp. Brinker i dr. 2014: 3-74); kratice C = claim or conclusion i D = data.

## Grafički prikaz 1: Model analize tekstnih vrsta u korporativnom menadžmentu

### PRAGMATIČKI KONTEKST

#### KOMUNIKACIJSKO-PRAGMATIČNA RAZINA

- namjera pošiljatelja
- funkcija teksta i pojedinih tekstnih dijelova



1. Grafički dizajn teksta

2. Makrorazina teksta

a) uvodni dio teksta:

- adresat
- predmet teksta

b) središnji dio teksta (glavni dio teksta)

c) završni dio teksta

#### TEMATSKA RAZINA TEKSTA

a) razrada teme ili predmeta teksta

- teme pojedinih tekstnih dijelova
- tematska shema (deskriptivna, narativna, itd.)

#### JEZIČNA I STILSKA RAZINA

a) uvodne formule

b) pojedini tekstni dijelovi (analiza leksika, vrsta rečenica i sl.)

c) završne formule (neutralno, osobno, prijateljsko, formalno, itd.)

**Izvor: Jurin 2010: 61; Jurin i Krišković 2017: 39**

Jurin je prema ovom modelu analizirala tekstne vrste u korporativnom menadžmentu, i to prema Hoffmannovim obilježjima stručnih tekstnih vrsta.

### 3.3. Tekstne vrste

Tekstne vrste (njem. *Textsorte*, eng. *text type / genre*) su globalni oblici organizacije teksta (Ivanetić 2003: 2). U tekstnim vrstama povezani su razni aspekti (kognitivni,

komunikacijski, djelatni) i tekstne vrste zapravo su „okviri“ koji olakšavaju komunikaciju između pošiljatelja i adresata teksta. Lingvistika tekstnih vrsta je dio tekstne lingvistike čija je zadaća analizirati, opisati i sistematizirati tekstove kao tekstne vrste u odnosu na određeno područje komunikacije (usp. Gansel 2011: 13). Nadalje, ona govori da je u kontekstu komunikacijsko-pragmatičnog pristupa glavni zadatak lingvistike tekstnih vrsta odrediti tekstne vrste kao apstrakciju od konvencionalnih jezičnih djelovanja te iz opširnog korpusa tekstova određene tekstne vrste iznjedrili prototipične primjerke.

Brinker i dr. (2014: 133) tako navode da tekstne vrste prvo treba općenito shvatiti kao konkretne oblike ostvarenja složenih obrazaca jezične komunikacije koji su nastali unutar jezične zajednice zbog potreba za komunikacijom. Slično njemu, i Fix (2008a: 71-72) naznačuje da se pod pojmom tekstna vrsta podrazumijeva klasa tekstova koji slijede iste obrasce. Ti obrasci služe informiranju o sadržajnim, formalnim i funkcionalnim aspektima korištenja tekstova određene tekstne vrste, tj. o zajedničkim tematskim te ilokutivnim elementima (tipičnim za neko djelovanje) kao i zajedničkim stilističkim sredstvima. Prema Heinemannu (2000a: 523) su tekstne vrste „jezične manifestacije kognitivnih obrazaca koje su se pokazale djelotvornima u postizanju specifičnih interakcijskih ciljeva“ (usp. Ivanetić 2003: 4).

Sve intenzivnijim proučavanjem kognitivnih procesa prilikom produkcije i recepcije teksta uočava se naizmjenični utjecaj općeg, svakodnevnog znanja pošiljatelja i stvaranja jezičnog događaja u određenoj sociokulturalnoj situaciji. Za svaki se jezični događaj (npr. telefonski razgovor, ispit, intervju) u svakodnevicu vežu predodređeni i već ustaljeni načini korištenja, obrasci i rutine koji su zapravo poznati i kojih se govornici drže te oni pripadaju određenoj kulturi (usp. Fix 2008a: 72-73). Prema Adamzik (1995: 28) tekstne su vrste elementi jezično-komunikacijske kompetencije, kategorije svakodnevice te su, kao takve, posve nesistematične. Feilke navodi da su tekstne vrste, ovisno o komunikacijskoj potrebi, tj. situaciji, konvencije ili sheme za oblikovanje određenih tekstova te spadaju u dio jezičnog znanja određene komunikacijske zajednice (usp. Fix 2008a: 72-73).

### 3.3.1. Određivanje tekstnih vrsta kroz kriterij funkcije teksta

Pri određivanju što tekst (ni)je koriste se već ranije spomenuti kriteriji tekstualnosti (v. poglavlje 3.2.1), a kako bi se odredila određena tekstna vrsta, odnosno, kojoj tekstnoj vrsti koji tekst pripada, potrebno je odrediti funkciju koju tekst ima. Funkcija teksta je zapravo

njegova „svrhovitost, intencija ili komunikacijska namjera koja je pošiljatelja navela da ga ostvari, a koja se adresatu nastoji prenijeti korištenjem komunikacijskih i jezičnih konvencija. Jer, produkcija počinje intencijom i završava tekstem. Recepcija počinje tekstem i završava rekonstruiranom intencijom“ (Ivanetić 2003: 47). Brinker i dr. (2014: 97) tekstnu funkciju definiraju kao komunikacijsku namjeru pošiljatelja izraženu u tekstu određenim, konvencionalno primjenjivim sredstvima, odnosno sredstvima koja su obvezujuća u komunikacijskoj zajednici. Pošiljateljevu namjeru bi adresat trebao prepoznati i shvatiti što se tekstem prenosi. Isti tekst može imati više od jedne komunikacijske funkcije no pritom se jedna uglavnom ističe pred ostalima. To će se vidjeti i u analiziranim primjerima preuzetim iz ovog korpusa. Prilikom određivanja komunikacijske funkcije teksta u obzir se uzima ona glavna, dominantna komunikacijska funkcija koja se stoga može definirati kao tekstna funkcija. Ovaj se rad služi definicijom funkcije teksta prema Klausu Brinkeru (1992; 1997; 2000; Brinker i dr. 2014), a njegova se teorijska i pojmovna osnova temelje na teoriji govornih činova (J. L. Austin, J. R. Searle, D. Wunderlich). U Hrvatskoj je takvu podjelu preuzela i nešto izmijenila Nada Ivanetić (2003), a kasnije se njome koristi i Jurin (2010; 2011; 2012; 2013; 2017).

Bez obzira na oblik i medij, komunikacija se u osnovi odvija kroz dijalog jer su uvijek potrebni pošiljatelj i adresat (Ivanetić 1995: 9). U komunikaciji pošiljatelj tekstem nastoji djelovati na adresata te se takva radnja može definirati kao jezično djelovanje (jezični čin ili govorni čin), što podrazumijeva da se radi o intencionalnoj, ciljanoj radnji<sup>17</sup>, što je već ranije i spomenuto u Poglavlju 2.4.2. Činovi se mogu odnositi na samog činitelja (subjektivno) ili na druge ljude, što zapravo podrazumijeva socijalno djelovanje. Ovdje valja istaknuti komunikacijski čin koji se može realizirati putem jezičnih i nejezičnih sredstava te njihovom kombinacijom<sup>18</sup>. Za ovaj su rad najvažnija jezična sredstva, tj. činovi koji počivaju na jezičnim znakovima, a njihov je opis najjednostavnije objasniti već ranije spomenutom teorijom govornih činova. Osim što su intencionalni, govorni činovi su i konvencionalni, što znači da se odvijaju po određenim pravilima koja svaki pošiljatelj usvaja u društvu, kroz socijalizaciju i koja pripadaju općem, zajedničkom znanju o odvijanju komunikacije i ponašanju u različitim komunikacijskim situacijama (usp. Brinker i dr. 2014: 88-90). Austin

---

<sup>17</sup> Za razliku od intencionalne radnje, postoje i automatske radnje koje su spontane i uglavnom su neovisne od svjesne i voljne kontrole osobe. To su npr. disanje, zijevanje ili kucanje srca.

<sup>18</sup> Nejezična sredstva su npr. gestikulacija, mimika, slike, dok se u kombinaciju jezičnih i nejezičnih sredstava ubrajaju npr. plakati, TV reklame ili stripovi.

govorni čin smatra „cjelinom koja se sastoji od simultanih dijelova: lokucijskog, ilokutivnog i perlokutivnog čina“ (usp. Ivanić 1995: 13). Lokucija je materijalni dio iskaza, sam izraz (izricanje glasova, riječi ili rečenica). Ilokucija se može definirati kao smisao komunikacije, tj. namjera pošiljatelja, a perlokutivni čin označava učinak kojeg ilokucija može imati na djelovanje, mišljenje, osjećaje i poglede adresata te on nije konvencija (kao što je to ilokutivni čin). Iskaz se može protumačiti kao sredstvo za postizanje cilja koje nije izravna tema samog iskaza. To znači da npr. učinak „nesigurnosti“ ili „mržnje“ kojeg osoba pod vrlo specifičnim situacijskim i društvenim uvjetima može pobuditi određenim izjavama nije unaprijed određen u našem sustavu jezičnog djelovanja. (usp. Brinker i dr. 2014: 92).

S obzirom na ilokutivni čin, treba biti oprezan i razlikovati funkciju teksta od „prave namjere“ pošiljatelja. Ta „skrivena intencija“<sup>19</sup> može se poklapati s funkcijom teksta, no i ne mora. U mnogobrojnim primjerima iz ovog korpusa tako je osnovna funkcija teksta informativna, no pošiljatelj je „ubacio“ još i neku persuzivnu poruku, tj. namjeru uvjeravanja kroz prenošenje informacije i upravo stoga Burkhardt (2003: 123-124) navodi kako u političkoj komunikaciji informativna funkcija nikada nije jedina funkcija u tekstu te da se javlja i perlokutivni čin utjecaja na adresata.

Kako bi se funkcija teksta mogla što jasnije odrediti, definirani su određeni kriteriji koje Brinker i dr. (2014: 99-101) nazivaju tekstualnim i kontekstualnim indikatorima te ih povezuju s indikatorima ilokucije prema Searleovoj teoriji govornih činova. Tri su osnovna oblika indikatora:

- a) Eksplicitno iznošenje komunikacijske namjere od strane pošiljatelja,
- b) Eksplicitno ili implicitno ukazivanje pošiljatelja o svom stavu prema sadržaju/ temi teksta koristeći jezična sredstva. Tako može izraziti npr. istinitost ili vjerojatnost (*znati, vjerovati, sumnjati*), sigurnost (*sigurno, vjerojatno, možda, ni u kojem slučaju*) ili svoju (ne)zainteresiranost za temu (*željeti, htjeti, odbiti, dati prednost*).
- c) Kontekstualni indikatori koji se odnose na situaciju, tj. na društveno područje djelovanja (npr. privatno, javno, službeno). Nekada se isključivo prema jezičnim, tj. tekstnim indikatorima ne može odrediti funkcija teksta te tada poznavanje konteksta može olakšati klasifikaciju.

---

<sup>19</sup> Naziv „*geheime Intention*“ za pravu namjeru teksta dao je E. U. Große (usp. Brinker i dr. 2014: 98).



Najpoznatija i najraširenija klasifikacija funkcija teksta svakako je ona temeljena na Searlovoj teoriji govornih činova. Searle navodi pet ilokucijskih klasa (usp. Brinker i dr. 2014: 102-103; Ivanetić 2003: 60), a to su:

- a) asertivi (ili reprezentativi, npr. tvrdnja, dijagnoza, opis) – cilj je predstaviti kako stoje stvari;
- b) direktivi (npr. zapovijed, molba, prijedlog) – cilj je navesti adresata da nešto učini;
- c) komisivi (npr. obećanje, prijetnja, garancija) – pošiljatelj se obvezuje nešto učiniti;
- d) ekspresivi (zahvala, čestitka, dobrodošlica) – pošiljatelj je cilj izražavanje osjećaja i stavova;
- e) deklarativi (definiranje, uručenje otkaza) – (ne)izvršenje propozicije utječe na stvarnost, mogućnost mijenjanja svijeta.

### 3.3.2. Klasifikacija tekstnih vrsta

S obzirom da se tekstovi i tekstne vrste mogu promatrati iz više različitih aspekata, postoje stoga i razne tipologije klasifikacije istih. Dvije su osnovne podjele tekstova, i to: literarni (fikcionalni) i neliterarni (uporabni) tekstovi te pisani i govoreni tekstovi (usp. Rolf 2015). Naknadno su uvedene još dvije generalne kategorizacije: prema funkciji teksta i prema razvoju teme (usp. Adamzik 2008: 148-161).

Kada je riječ o tekstnim vrstama, klasificiraju se tekstni prototipovi, a ne konkretni tekstovi. Pronalaze se zajednička obilježja na temelju kojih se tekstovi svrstavaju u određene klase (koje se kod nekih autora izjednačavaju i definiraju kao tekstni tipovi<sup>20</sup>). Franke (1987: 263-281) navodi da je tip teksta refleksija govornog čina u pisanom jeziku i to je sredstvo uvođenja reda, klasifikacije i periodizacije. Prema Heinemann i Heinemann (2002: 143) hijerarhija pojmova je sljedeća: skupovi na višem stupnju apstrakcije nazivaju se tipovima, na srednjoj razini to su klase, a osnovna je jedinica tekstna vrsta. Shema takve hijerarhijske organizacije može se prikazati na primjeru jednog teksta preuzetog iz korpusa ovog istraživanja, čiji je naslov „U riječkom HSS-u 18 novih članova“ (Novi list, 31. kolovoza 2016., str. 4):

---

<sup>20</sup> npr. Isenberg, Adamzik, Franke.

Tip teksta:	komisivni tekst – pošiljatelj se obvezuje nešto učiniti
Klasa tekstnih vrsta 2:	pisani tekst
Klasa tekstnih vrsta 1:	novinski tekst
Tekstna vrsta:	vijest

S obzirom na to da tekstne vrste nisu zatvoreni sustavi, njihova se podjela može odrediti kroz razne aspekte. „Različita“ obilježja i oblici razlikovanja među tekstnim vrstama mogu se uzeti kao kriterij i polazišna točka za njihovu klasifikaciju. Treba pritom imati na umu i ciljeve, interese te perspektivu svakog lingvisti koji se upušta u pokušaj klasifikacije tekstova i/li tekstnih vrsta. Najpoznatije klasifikacije tekstnih vrsta su (usp. Heinemann 2000a: 523-546; Jurin 2010: 42-46):

1. Klasifikacija prema tradicionalnim i empirijskim modelima prva je faza i podudara se s nastankom tekstne lingvistike kao samostalne discipline. Počeci proučavanja teksta su na jezično-gramatičkim osnovama i ona se oslanja na jezične strukture i jezične signale te je stoga poznata i pod nazivom '*Signaltheorie*', tj. teorija signala. Autori kao što su Harweg, Weinrich, Mistrik, Isenberg, Sandig te Gülich i Raible nastoje odrediti tekstne vrste prema distinktivnim (ponajprije gramatičkim) obilježjima.

2. Klasifikacija prema modelima sekvenciranja i sadržaja, kojom su se među ostalim bavili Werlich, van Dijk te Dimter, polazi također od strukture teksta, ali ne samo od površinske strukture teksta, već i od kompleksnih jezičnih struktura te s njima povezanim značenjem te sadržajem teksta. Kriteriji diferenciranja u ovim su modelima prvenstveno veze između niza konstituenta u svakoj pojedinoj rečenici, a zatim i pravila povezivanja pojedinih rečenica u tekstnu cjelinu. U kompleksnim su se tekstovima pokazala karakteristična sekvenciranja koja su se zatim tumačila semantički i određivala kao određene tekstne vrste.

3. Klasifikacija prema situativnim i funkcionalnim modelima bazira se na pragmatičkim aspektima i utjecaju izvanjezičnih faktora na određivanje i klasifikaciju tekstnih vrsta. Razumijevanje (ali i produkcija) tekstnih vrsta pod utjecajem su situacije te se kao važna funkcija teksta ističe komunikacijska funkcija. Diewaldova teza da „faktori komunikacijske situacije određuju tekstnu vrstu“ zapravo je parola ovakve klasifikacije tekstnih vrsta (usp. Heinemann 2000a: 531). Nadalje, Hempfer je pokušao razviti općenitu tipologiju situacije temeljeći se na lingvističkoj perspektivi. U ovoj je klasifikaciji pokušao povezati osnovne tipove teorije govornih činova sa situacijskim faktorima, no model je prilično apstraktan i

teško primjenjiv (usp. Heinemann 2000a: 531). Eigenwaldov model klasificira tekstove s obzirom na područje djelovanja, pa tako postoje novinski tekst, ekonomski tekst, politički tekst, pravni tekst i znanstveni tekst, a njima pridružuje prototipične tekstne vrste (za pravne tekstove to su npr. odvjetničko pismo, tekst zakona, sudska presuda ili tekst ugovora). Najznačajniji situacijski model je onaj Diewaldov, prema kojem je situacija prijeko potreban uvjet za svaku klasifikaciju tekstova i tekstnih vrsta. Iz svake se komunikacijske situacije mogu „izvući“ relevantna obilježja i time određeni broj 'situacijskih tipova'. Prema Diewaldu postoji pet osnovnih tekstnih vrsta u koje se može uvrstiti svaki tekst, a to su: dijalog, telefonski razgovor, pismo, usmeni monolog i pisani monolog (usp. Heinemann 2000a: 523-546).

Funkcionalni se pak modeli temelje, među ostalim, i na komunikacijskom modelu Karla Bühlera poznatom kao '*Organon-Modell*', Leontjewljevu modelu jezične radnje te Searleovoj teoriji govornih činova. Funkcija teksta shvaća se kao namjera, cilj, svrha, tj. intencija (Große, Schmidt, Dimter, Hundnurscher, Brinker, Ehlich). Neki autori govore o trima osnovnim funkcijama – informativnoj, ekspresivnoj i operativnoj (Schmidt, Reiss), no većina ih se ipak priklanja podjeli na pet osnovnih funkcija koje se baziraju na Searlovoj teoriji. Prva klasifikacija tekstnih vrsta prema modelu funkcije u njemačkom jeziku rad je lingvista Ernsta Ulricha Große iz 1976. godine. Njegova se klasifikacija oslanja na Bühlerov Organon-model, te prema funkcijama teksta Große (1974; 1976) razlikuje osam tekstnih klasa sa specifičnim tekstnim funkcijama: 1. funkcija informativnih tekstova je prijenos informacija (npr. vijest, znanstveni tekstovi), 2. funkcija potičućih tekstova je pozivanje (npr. zahtjev, reklama), 3. funkcija tekstova za samopredstavljanje je prikazivanje (npr. dnevnik, biografija), 4. kontaktni tekstovi imaju kontaktnu tekstnu funkciju (npr. čestitka), 5. normativni tekstovi imaju normativnu funkciju (npr. zakoni, ugovori), 6. funkcija tekstova koji ukazuju na grupu je ukazivanje na grupu (npr. grupne pjesme), 7. poetski tekstovi imaju poetsku funkciju (npr. roman, komedija), a tzv. prijelazna klasa uglavnom ima dvostruku funkciju (npr. zakoni, koji imaju i normativnu i informativnu funkciju).

Velika se većina klasifikacija od kraja sedamdesetih godina 20. stoljeća temelji na teoriji govornih činova, a njihova je osnovna pretpostavka da ne samo rečenice, već i tekstovi (a samim time i tekstne vrste) proizlaze iz klase ilokutivnih radnji. Brinkerov model (1992; 2014) preuzima Searleovu klasifikaciju govornih činova, ali pridodaje pritom i

kontekstualne i strukturalne kriterije. Kao polaznu točku za klasifikaciju Brinker kao kriterij klasifikacije uzima vrstu komunikacijskog kontakta. Prema komunikacijsko-funkcionalnom aspektu tekstne funkcije mogu se podijeliti na sljedeći način (usp. Brinker i dr. 2014: 105-121):

a) Informativi (Searle (2018) ih naziva asertivima ili reprezentativima), u kojima pošiljatelj adresatu prenosi neko znanje, želi ga informirati o nečemu. Uz to, pošiljatelj izriče i svoj psihički stav, odnosno koliko je siguran u istinitost izjave. Najzastupljenije tekstne vrste su vijest, izvještaj, opis i recenzija.

b) Apelativima adresat prima na znanje da ga pošiljatelj želi potaknuti da zauzme stav prema nečemu ili da napravi određenu radnju. Ovdje se mogu uvrstiti reklame, propagandni tekstovi, komentari, zakoni, recepti, zahtjevi i sl.

c) Obligativi izražavaju pošiljateljevu namjeru prema adresatu da se on obvezuje izvršiti neku radnju. Radi se uglavnom o institucionaliziranim tekstovima kao što su npr. ugovor, garancija, zavjet ili obećanje.

d) Kontaktivima pošiljatelj daje adresatu do znanja da mu je stalo do osobne veze s adresatom. Pošiljatelj tekstnim vrstama kao što su čestitka, sućut ili ljubavno pismo izražava svoje osjećaje.

e) Deklarativi služe kako bi pošiljatelj dao adresatu do znanja da tekst stvara novu realnost, da iskaz teksta znači uvođenje nove činjenice. Tekstne vrste koje se mogu klasificirati kao deklarativi su npr. imenovanje, oporuka, potvrda ili presuda.

Jedna od značajnijih klasifikacija zasigurno je ona Nade Ivanetić (2003) koja je tekstne vrste u hrvatskom jeziku klasificirala prema leksemima za njihovo označavanje i to bazirajući se na Searleovoj klasifikaciji govornih činova. Ona je prema Anićevoju *Velikom rječniku hrvatskoga jezika* iz 1994. godine izradila korpus od 450 leksema.<sup>21</sup> Ivanetić leksem definira kao jedinicu za naziv tekstne vrste, pa se tako mogu pronaći primjeri poput leksema *vijest*, leksema *intervju* ili leksema *uvodnik*. Važnu ulogu pritom igra i način kako autor interpretira korpus – određena tekstna vrsta može biti svrstana u različiti tip ovisno o autorovoj ideji o svrsi teksta te njegovoj funkciji. Kod leksičke klasifikacije javljaju se sinonimni i polisemni

---

<sup>21</sup> Taj broj nije konačan, jer kako navodi Ivanetić (2003: 66), u korpusu se nalaze samo oni leksemi kod kojih je navedeno i značenje tekstne vrste. Osim toga, broj ne može biti konačan jer se s obzirom na nove, promijenjene komunikacijske potrebe stvaraju nove, a nestaju neke postojeće tekstne vrste. Vrlo često nastaju i neprototipični oblici koji otežavaju definiranje pa tako i klasifikaciju.

izrazi koji otežavaju klasifikaciju jer mogu pripadati različitim tipovima te tako npr. *recept* podrazumijeva pismeni nalog liječnika za izdavanje ili pripremanje lijeka, ali i uputu za pripremanje nekog jela, smjese itd. (Ivanetić 2003: 67). Ovakva se klasifikacija temelji na prototipičnim primjerima i dijeli se na pet funkcionalnih tipova. Ivanetić nazive tekstnih vrsta pridružuje Searleovim tipovima i temeljem komunikacijske kompetencije intuitivno određuje vrstu tekstova. Takav interpretativni pristup obuhvaća znanje o svijetu i ono o jeziku, odnosno specifičnije, znanje o tekstnim vrstama (Ivanetić 2003: 68-69).

Prema Ivanetić (2003: 69-76) će biti klasificirane i tekstne vrste iz ovog korpusa, u niže navedene tekstne tipove:

1. Asertivi izražavaju kako stvari stoje. S obzirom na sadržaj mogu se podijeliti u četiri podskupine:

a) informativi – osnovna im je funkcija informirati adresata (npr. obavijest, izjava, dopis, ispravak, najava, oglas, napomena, pamflet, priopćenje, vijest, informacija, pregled, uvodnik...);

b) eksplikativni govore kakva je propozicija, adresatu se predočava stanje stvari (npr. disertacija, esej, feljton, memorandum, pregled, procjena, rasprava, recenzija, reportaža, studija ili zapis);

c) orijentativni kazuju da propozicija je, a s ciljem da adresat propoziciju uzme na znanje (npr. adresa, datum, glosar, impresum, popis, sadržaj, jelovnik, okružnica, natpis, tablica, zapisnik...),

d) animativni za cilj imaju adresatovo preuzimanje vjerovanja kako bi se utjecalo na njegovo mišljenje i stav (animativni graniče s direktivima jer potiču na djelovanje, a tu se ubrajaju npr. anegdota, geslo, izreka, krilatica, parola, slogan, šala...).

2. Direktivi navode adresate na neku radnju ili utječu na njihov stav o nečemu. Mogu se podijeliti u tri podskupine:

a) izdavanje naloga i naredbi – reći adresatu da učini nešto te on nema mogućnost izbora (npr. naredba, odredba, statut, dekret, optužnica, pravilnik...);

b) izdavanje uputa – adresat ima mogućnost proizvoljnog odabira hoće li nešto učiniti (npr. (politički) govor, molba, upit, poziv, peticija, reklamacija, reklama, upitnik, zahtjev),

c) instruktivi koji adresatu govore da i kako da učini nešto, a da to ide njemu u prilog (npr. naputak, uputa, savjet, preporuka, smjernica, recept).

3. Komisivi obvezuju pošiljatelja na radnju ili ne-radnju. Razlikuju se pritom:

a) unilateralne tekstne vrste (npr. dozvola, odobrenje, jamstvo, ponuda, prisega);

b) bilateralne tekstne vrste (npr. koncesija, nagodba, sporazum ili ugovor).

4. Ekspresivi izražavaju stav prema nekome / nečemu i često su informativno prazni. Dije se na:

a) kontaktive (npr. čestitka, govor, isprika, pohvala);

b) tekstne vrste koje izražavaju negativan stav prema nekom/ nečem (npr. trač, prigovor, ukor, zamjerka) i

c) tekstne vrste koje daju oduška osjećajima (npr. jadikovka, tužaljka).

5. Deklarativi izazivaju promjene, tj. kreira se nova stvarnost. Ovakve tekstne vrste uglavnom služe institucionalnoj regulaciji socijalnih odnosa te se često radi o ustaljenim formulama. Dije se na:

a) tekstne vrste koje dokazuju ili reguliraju status ili kompetenciju osoba (npr. članska iskaznica, glasački listić, punomoć, potvrda)

b) tekstne vrste koje dokazuju status objekta ili stvaraju stanje stvari (npr. certifikat, priznanica, teretovnica, oporuka...).

4. Višedimenzionalni modeli javljaju se nakon spoznaje da jednodimenzionalna klasifikacija ne može obuhvatiti sve tekstne vrste. Takvi modeli baziraju se na multidimenzionalnom određivanju prototipičnih predstavnika za svaku različitu razinu, a svoje su pokušaje iznosili Ermert, Dimter i Gülich, a tek su Gläser, Nussbaumer i Heinemann i Viehweger (1991) razvili višedimenzionalne modele bazirajući se na tekstnoj lingvistici. Višedimenzionalni modeli tako obuhvaćaju sljedeća načela: kompatibilnost sa svakodnevnim tekstnim vrstama, multidimenzionalnost (tekstne vrste kao prototipični oblici interakcijskih obrazaca, ne trebaju polaziti od izoliranih fenomena već od kompleksnih integrativnih cjelina) te fleksibilnost (mogućnost klasifikacije tekstnih vrsta u više kategorija). U tom se smislu višedimenzionalni modeli mogu promatrati kao neka vrsta sumiranja jednodimenzionalnih klasifikacija (usp. Heinemann 2000a: 537-538).

## 4. KORPUS

### 4.1. Politički kontekst

U ovoj se doktorskoj disertaciji analiziraju tekstne vrste u predizbornoj kampanji. S obzirom da je predizborna kampanja vrlo širok pojam, isti je definiran u poglavlju 2.5.1. Temeljem takve definicije bilo je moguće odrediti i sam korpus ovog rada. Sukladno zakonskim propisima Republike Hrvatske službena izborna kampanja počinje na dan kada se objave zbirne liste svih izbornih jedinica, tj. danom kada Državno izborno povjerenstvo (DIP) objavi pravovaljane kandidacijske liste, a završava 24 sata prije dana održavanja izbora. Dan prije održavanja izbora i na sam dan izbora, sve do zatvaranja biračkih mjesta, svaka izborna promidžba je zabranjena, a isto tako ne smiju se objavljivati ni procjene izbornih rezultata, prethodni, neslužbeni rezultati izbora, fotografije u sredstvima javnog priopćavanja, izjave i intervjui kandidata, te se ne smiju navoditi njihove izjave ili pisana djela (usp. Državno izborno povjerenstvo<sup>22</sup>). Definiranje trajanja predizborne kampanje omogućilo je i jasno definiranje korpusa ovog rada.

Naime, 30. srpnja 2016. godine u Narodnim novinama objavljena je odluka Predsjednice Republike Hrvatske o raspisivanju prijevremenih parlamentarnih izbora koji su se održali u nedjelju 11. rujna 2016. godine. Od ponoći 31. srpnja 2016. godine počeli su teći izborni rokovi, što podrazumijeva podnošenje kandidacijskih lista Državnom izbornom povjerenstvu Republike Hrvatske. Krajnji rok za prijavu, tj. predaju kandidacijskih lista bio je 13. kolovoza 2016. godine te je Državno izborno povjerenstvo zatim utvrdilo jesu li sve kandidature pravovaljane. U ponoć 15. kolovoza 2016. godine DIP je objavio zbirnu listu pravovaljanih kandidacijskih lista i zbirnih lista kandidata te je od tog trenutka započela službena predizborna kampanja koja je u fokusu ove doktorske disertacije.

S obzirom na propisane rokove zadnji dan predizborne kampanje podrazumijeva petak 9. rujna 2016. godine, a dan kasnije, u subotu 10. rujna i na dan izbora do 19 sati zabranjena je bilo kakva promidžba i traje predizborna šutnja. Za 9. saziv Hrvatskoga Sabora izbori su održani u nedjelju 11. rujna 2016. godine te je na parlamentarnim izborima u Republici Hrvatskoj, prema podacima DIP-a izabran ukupno 151 zastupnik, i to 140 zastupnika s lista

---

<sup>22</sup> <https://www.izbori.hr/site/izbori-referendumi/izbori-za-zastupnike-u-hrvatski-sabor/67> (datum pristupa: 12.07.2021.)

iz deset izbornih jedinica u Republici Hrvatskoj (po 14 zastupnika u svakoj izbornoj jedinici), tri zastupnika s lista u XI. izbornoj jedinici (radi se o biračima bez prebivališta u Republici Hrvatskoj, tzv. dijaspora) te osam predstavnika nacionalnih manjina (tri zastupnika za srpsku nacionalnu manjinu, jedan za mađarsku nacionalnu manjinu, jedan za talijansku nacionalnu manjinu, jedan za češku i slovačku nacionalnu manjinu zajedno, jedan za austrijsku, bugarsku, njemačku, poljsku, romsku, rumunjsku, rusinsku, rusku, tursku, ukrajinsku, vlašku i židovsku nacionalnu manjinu zajedno, te jedan za albansku, bošnjačku, crnogorsku, makedonsku i slovensku nacionalnu manjinu).

#### 4.2. Opis korpusa

U fokusu ovog rada je tekstno-lingvistička analiza predizborne kampanje, točnije službene predizborne kampanje za 9. saziv Sabora Republike Hrvatske koja je trajala od 15. kolovoza 2016. godine, tj. dana objave pravovaljanih kandidacijskih lista od strane Državnog izbornog povjerenstva Republike Hrvatske, do 9. rujna 2016. godine. S obzirom da su parlamentarni izbori održani 11. rujna 2016. godine, dan ranije, odnosno 10. rujna trajala je predizborna šutnja.

Korpus ovog rada čine tekstovi iz hrvatskih dnevnih novina Novi list i Večernji list, a koji su vezani za navedenu predizbornu kampanju. Važno je napomenuti da se radi isključivo o tekstovima preuzetim iz tiskanog oblika novina, a ne online verzijama njihovih internetskih portala. Iako je službena predizborna kampanja za ove parlamentarne izbore započela 15. kolovoza 2016. godine, a taj je dan državni blagdan i neradni dan u Republici Hrvatskoj, niti jedne dnevne novine nisu tiskane te se u ovom korpusu analiziraju svi tekstovi objavljeni od 16. kolovoza do 9. rujna 2016. godine. Radi se o ukupno 25 dana, što znači da je analizirano 25 brojeva novina Novi list (od broja 22526, godina LXX do broja 22550, godina LXX) te 25 brojeva novina Večernji list (od broja 18879, godina 58. do broja 18903, godina 58.).

Novi list hrvatske su dnevne novine s jakim regionalnim karakterom te izlaze u Rijeci od 2. siječnja 1900. godine. List je s prekidima izlazio pod raznim imenima, a od 1954. godine nosi sadašnje ime. Danas je u većinskom vlasništvu tvrtke JOJ Media House, a tvrtka Novi list d.d. jedan je od dioničara Novog lista. Večernji list također su hrvatske dnevne novine čiji je prvi broj tiskan 30. lipnja 1959. godine u Zagrebu. Prvo su izlazile kao večernji informativno-politički dnevnik, a od 1990. godine kao nezavisne novine (usp. Požar 2001:



835). Danas je austrijski medijski koncern Styria Media Group AG vlasnik Večernjeg lista, a izdaje ga Večernji list d.d., tvrtka nastala 1990. godine izdavanjem iz kuće Vjesnik. Kako navodi Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (2019), koja provodi redovito istraživanje tržišta tiska u Republici Hrvatskoj, a temeljem prodanih naklada, Večernji list nalazi se na drugom mjestu u Hrvatskoj s ostvarenim tržišnim udjelom od 20 do 30%, dok je tržišni udio Novog lista od 5 do 10 posto (usp. Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja<sup>23</sup>).

U 50 brojeva Novog lista i Večernjeg lista pronađeno je ukupno 830 jedinica tekstnih vrsta, i to 765 članaka i 65 promotivnih plakata, fotografija ili stripova. Zbog velikog broja jedinica, ovaj će se rad fokusirati na 765 članaka iz Večernjeg lista i Novog lista, a ostatak korpusa analizirat će se u nekim budućim radovima.

Od 765 jedinica koje su predmet analize ovog doktorskog rada 386 preuzeto ih je iz Novog lista, a 379 iz Večernjeg lista, što u omjeru znači da je 49,6 % članaka iz Večernjeg lista, a 50,4 % iz Novog lista. Ova distribucija već pokazuje da se u oba medija gotovo podjednako izvještavalo o izborima za 9. saziv Hrvatskoga sabora.

#### 4.3. Metodologija opisa korpusa

Kako je ranije već spomenuto, klasifikacija tekstnih vrsta temelji se na autorovu razumijevanju kategorije teksta, a osim toga neizostavna je i komunikacijska funkcija koju svaki tekst ima. Ivanetić (2003) u svojoj analizi tekstnih vrsta polazi od definicije teksta koju je dao Brinker, a to je da je tekst ograničen i koherentan niz jezičnih znakova koji imaju određenu komunikacijsku funkciju, što omogućava da se u tekstne vrste uvrste i neki oblici koji nemaju sve karakteristike teksta, ali ih se kognitivno određuje kao tekst. Nadalje, Ivanetić (2003: 67) ističe važnost načina na koji autor interpretira korpus jer određena tekstna vrsta može biti svrstana u različiti tip ovisno o autorovoj ideji o svrsi teksta.

Navedeno je već ranije da Ivanetić svoje spoznaje temelji na Brinkerovoj klasifikaciji tekstnih funkcija i Searleovoj klasifikaciji govornih činova. Searleova se klasifikacija bazira na njegovih 12 kriterija klasifikacije govornih činova (usp. Searle 2018), a za klasifikaciju tekstnih funkcija tri se kriterija ipak ističu. Prva je ilokucijska svrha, tj. komunikacijska namjera (njome se predstavljaju činjenice, navodi se adresata da nešto poduzme, pošiljatelj

---

<sup>23</sup> <http://atzn.hr/na-trzistu-tiska-prisutna-stagnacija-i-nastavak-pada-prodanih-naklada> (datum pristupa: 13.04. 2021.)

se obvezuje da će nešto učiniti u budućnosti, izražava svoje osjećaje i stavove prema određenoj činjenici ili se iskazuje poklapaju li se sadržaj iskaza i stvarnost), druga je funkcija smjera djelovanja sadržaja iskaza (riječi) prema svijetu (činjenicama) ili svijeta prema riječima, a treći je kriterij psihičkog stava pošiljatelja.

Iz Searlove podjele ilokucijske funkcije Brinker (1992) daje svoju podjelu tekstnih funkcija na kojima će se temeljiti i podjela u ovom radu. Tako se navode informativna, apelativna, obligativna, kontaktivna i deklarativna funkcija koje se sadržajno poklapaju sa Searlovim tipovima: Brinkerovi informativi odgovaraju Searleovim asertivima, apelativi odgovaraju direktivima, obligativi se poklapaju s komisivima, kontaktivi s ekspresivima, a deklarativi s deklarativima (usp. Brinker i dr. 2014). S obzirom da su u hrvatskom jeziku Ivanetić (2003) i Jurin (2010) preuzele Searlovo nazivlje, i ovaj će ih rad preuzeti i klasificirati tekstne vrste iz predizborne kampanje prema sljedećim tipovima: 1. asertivi, 2. direktivi, 3. komisivi, 4. ekspresivi i 5. deklarativi.

Nakon klasifikacije tekstnih vrsta iz korpusa u tekstne tipove slijedi opis svake tekstne vrste iz korpusa, i to, prema Brinkeru i dr. (2014), na tri tekstne razine.

1. Komunikacijsko-pragmatična razina podrazumijeva prvenstveno funkciju koju tekst ima u komunikacijskom procesu, tj. smisao kojeg tekst dobiva tek u komunikacijskom procesu. U fokusu se nalazi pošiljateljeva komunikacijska namjera koja je u tekstu izražena uz pomoć određenih konvencionalnih sredstava, a na adresatu je da dekodira sadržaj pošiljateljeve poruke i prepozna zapravo koja je bila komunikacijska namjera pošiljatelja tom porukom i radi li se o pravoj ili skrivenoj namjeri pošiljatelja (usp. poglavlje 3.3.1). Upravo to ukazuje nam da se ne može uvijek točno odrediti funkcionalna pripadnost neke tekstne vrste u određeni tip jer u jednoj tekstnoj vrsti može se pronaći više funkcija, a razni će ljudi tekstu pripisati razne dominantne funkcije. Prema Brinkeru i dr. (2014), postoji pet osnovnih funkcija teksta. Prva je informacijska funkcija, prema kojoj pošiljatelj prenosi neko znanje, želi informirati adresata o nekoj činjenici, a najčešće tekstne vrste su pritom vijest, izvještaj, opis ili recenzija. Takvi se tekstovi najčešće klasificiraju kao asertivi. Slijedi zatim apelativna, tj. direktivna funkcija u kojoj pošiljatelj potiče adresata na zauzimanje stava prema određenoj stvari ili da napravi određenu radnju. To je vidljivo u tekstnim vrstama reklame, komentara, uputa za korištenje, zahtjeva ili molbi, a takvi se tekstovi uglavnom kategoriziraju kao direktivi. Treća je funkcija obligacijska, tj. samoobvezujuća, u kojoj pošiljatelj adresatu daje do znanja da se obvezuje izvršiti neku radnju, iskazuje svoju

namjeru da nešto učini, a povezana je s tekstnim vrstama ugovor, dogovor, garancija, zavjet ili obećanje. Takve tekstne vrste spadaju u tip komisiva. Nadalje, kontaktna funkcija izražava se kroz tekstne vrste čestitka, sućut, dobrodošlica ili zahvalnica, a one se klasificiraju kao ekspresivi, dok se deklaracijska funkcija najčešće očituje u tekstnim vrstama oporuka, presuda, punomoć ili potvrda, a ti se tekstovi određuju kao deklarativi.

Na komunikacijsko-pragmatičnoj razini opisuje se i sam izgled određenog teksta (grafički prikaz i dijelovi teksta – naslov, podnaslov, odlomci; korištenje fotografija, font slova, vrsta slova...) te situativni kontekst. Brinker i dr. (2014: 45-46) tako objašnjavaju da situativni kontekst podrazumijeva promatranje okolnosti prilikom prijenosa informacija te socijalni kontekst.

2. Tematska razina opisa određene tekstne vrste odnosi se na srž sadržaja teksta, a može se odnositi na ljude, stvari i događaje u tekstu, kao i na „tijek misli“. Tema teksta je najsažetiji mogući sadržaj teksta, no s obzirom na postojanje više različitih tekstnih dijelova, to znači da jedan tekst može imati i više tema, što nas dovodi do tematske hijerarhije teksta. Prema Brinkeru i dr. teme se rangiraju prema kriteriju derivacije i kompatibilnosti<sup>24</sup> Kriterijem derivacije teme utvrđuje se osnovna (glavna) tema iz koje su proizašle sve ostale teme u tekstu, dok je kriterij kompatibilnosti usmjeren na komunikacijsku funkciju teksta te glavna tema teksta može biti samo ona koja odgovara funkciji tog istog teksta. Nakon određivanja glavne teme teksta prati se razvoj teme, odnosno kombinacije odnosnih i logičko-semantičkih kategorija koje navode kako se pojedini dijelovi teksta (tj. podteme) odnose prema glavnoj temi teksta. Razvoj teme može biti deskriptivan, narativan, eksplikativan i argumentativan. Deskriptivnim razvojem teme određuju se prostor i vrijeme te je tekst podijeljen na komponente i uglavnom se veže uz informativne, instruktivne, normativne i apelativne tekstove. Narativni razvoj koristi se uglavnom u usmenim tekstovima i upotrebljava se u svakodnevnim pričama i prepričavanjima te prati linearni razvoj događaja. Nadalje, eksplikativni razvoj teme koristi se uglavnom prilikom objašnjavanja činjenica i najčešće se može pronaći u tekstnim vrstama koje teže proširenju znanja (npr. udžbenik, znanstveni tekstovi), a povezan je često i s deskriptivnim razvojem teme. U argumentativnom pak razvoju teme pošiljatelj svoju tezu utemeljuje argumentima i takvi su

---

<sup>24</sup> njem. *Ableitbarkeit*

najčešće apelativni tekstovi koji nastoje djelovati na adresata (usp. Brinker i dr. 2014: 52-80).

3. Jezično-stilistička razina podrazumijeva analizu sintakse, leksika, stilsko-jezična sredstva i ostale specifičnosti koje su karakteristične za određenu tekstnu vrstu. Među kriterijima tekstualnosti koje su objasnili Beaugrande i Dressler (1981; 2010) ističu se svakako kohezija i koherencija kroz koje se provlače i sintaktički i semantički odnosi u tekstu. Brinker i dr. (2014) tu ubrajaju i eksplicitno nadovezivanje, tj. imenovanje jezičnog izraza u rečenicama ponavljanjem istog pojma koristeći druge imenice ili grupe riječi, zamjenica, članova, upotrebljavajući više različitih imenica, ali s istom referencom, te veznika. Zatim slijedi i implicitno nadovezivanje, tj. povezivanje bez izravne reference, a to je ono u kojem se izrazi odnose na različite predmete, no ipak postoji veza među njima (npr. *Berlin – na kolodvoru*) koja je jasna iz konteksta. Dakle, ostvarivanje koherencije teksta kognitivni je proces.

Na temelju navedenog, Jurin (2010) je izradila model za analizu tekstnih vrsta u korporativnom menadžmentu, koji je ranije prikazan u Grafičkom prikazu 1, a na temelju tog modela, uz pojedine modifikacije, analizira se i korpus ovoga rada. S obzirom da je korpus ovog rada temeljen na tekstnim vrstama u predizornoj kampanji, nužno je na temelju spoznaja analize iz politolingvistike učiniti određene „korekcije“ modela S. Jurin (2010) te se novi model može prikazati na sljedeći način, kako je vidljivo u Grafičkom prikazu 2:

## Grafički prikaz 2: Model analize tekstnih vrsta u predizbornoj kampanji

### PRAGMATIČKI KONTEKST

- politička situacija
- pošiljatelj poruke



### KOMUNIKACIJSKO-PRAGMATIČNA RAZINA

- namjera pošiljatelja
- funkcija teksta i pojedinih tekstnih dijelova



1. Grafički dizajn teksta

2. Makrorazina teksta

- a) slikovni dio teksta
- b) uvodni dio teksta (nadnaslov, glavni naslov, podnaslov)
- c) glavni dio teksta

### TEMATSKA RAZINA TEKSTA

- a) teme pojedinih tekstnih dijelova
- b) razvoj teme
- c) tematska shema (deskriptivna, narativna, itd.)

### JEZIČNO-STILISTIČKA RAZINA

- a) sintaktička razina
- b) semantička razina (leksik, značenje, *frames*, itd.)
- c) tekstna razina - stilske figure (metafora, metonimija, itd.)

#### Izvor: izrada autorice

U prvom dijelu ovog modela koji integrira spoznaje iz politolingvistike i tekstne lingvistike nalazi se pragmatički kontekst u kojem valja objasniti određenu političku situaciju i utvrditi razloge zbog kojih je određeni tekst u prvu ruku i nastao. Određuje se zapravo smisao teksta i svrha koju tekst ispunjava u takvoj komunikacijskoj situaciji. Kako je već ranije i navedeno, kao pošiljatelj poruke može se navesti medij (u slučaju ovog rada dnevna javna glasila, tj. sam novinar), međutim, razvidno je da se iza prenesenih riječi najčešće nalazi neki od aktera predizborne kampanje (političari, politički analitičari, razne udruge itd.).

Slijedi potom analiza određene tekstne vrste na komunikacijsko-pragmatičnoj razini u kojoj se predočava pošiljateljeva namjera. Potrebno je pritom i odrediti koja je glavna funkcija određenog teksta te prepoznati postoji li u samom tekstu više različitih funkcija u pojedinim tekstnim dijelovima te koja je od tih funkcija dominantna i može li se ta dominantna funkcija definirati kao glavna funkcija teksta. U idućem koraku analize teksta na komunikacijsko-pragmatičnoj razini pažnja se obraća na grafički dizajn teksta, odnosno na izgled i vizualno oblikovanje teksta. Na makrorazini to podrazumijeva smještaj i postojanje nadnaslova, naslova i podnaslova, izgled glavnog dijela teksta te postojanje ili nepostojanje popratnih fotografija i njihova međusobna usklađenost, uz korištenje fontova i boja, a kako navodi Burger (2005: 209), takvi elementi tiskanih tekstova služe „kako bi pobudili pažnju i interes adresata“.

Druga razina tekstne analize je tematska razina teksta u kojoj se pažnja obraća na razradu teme ili predmeta teksta. To podrazumijeva definiranje postojanja samo jedne (dominantne) teme ili više tema za pojedine tekstne dijelove. Valja pritom odrediti i vrstu tematske sheme, odnosno načine razvoja teme koje Brinker i dr. (2014: 44-80) opisuju kao deskriptivni, narativni, eksplikativni i argumentativni način.

Na trećoj razini analize promatraju se jezična i stilistička razina teksta. Podrazumijeva se tu sintaktička koherencija teksta, na razini riječi analizira se leksik (institucionalni, resorni, ideološki rječnik i rječnik u svakodnevnoj interakciji), zatim specifično značenje riječi u političkoj komunikaciji te upotreba *frameova*. Na razini teksta uočava se korištenja različitih stilskih figura, ovisno o autoru teksta ili o korištenoj tekstnoj vrsti.

Upravo će se na obilježjima ovog modela temeljiti klasifikacija tekstnih vrsta u predizbornoj kampanji, isto kao i analiza korpusa ovog rada.

## 5. ANALIZA TEKSTNIH VRSTA U KORPUSU

Korpus ovog rada čine tekstovi prikupljeni u predizbornoj kampanji za parlamentarne izbore u Republici Hrvatskoj od 16. kolovoza do 9. rujna 2016. godine u hrvatskim dnevnim novinama Novi list i Večernji list. U ovoj analizi obrađeno je 765 jedinica tekstnih vrsta među kojima je pronađen velik broj različitih tekstnih vrsta koje su potom kategorizirane u funkcionalne tekstne tipove. U Tablici 2 abecedno su razvrstane sve tekstne vrste pronađene u ovom korpusu:

<b>Tekstne vrste</b>	<b>NOVI LIST</b>	<b>VEČERNJI LIST</b>	<b>UKUPNO</b>
Analiza	39	49	88
Apel	0	1	1
Debata	0	1	1
Demanti	0	1	1
Intervju	12	36	48
Ispravak	2	0	2
Izjava	2	39	41
Kolumna	23	0	23
Komentar	20	38	58
Kritika	1	5	6
Najava	0	1	1
Osvrt	7	5	12
Pamflet	2	7	9
Pledoaje	0	2	2
Poziv	5	9	14
Pregled	0	5	5
Prigovor	0	1	1
Program	0	1	1
Prozivka	2	1	3
Reakcija	24	4	28
Replika	14	11	25
Upit	0	1	1
Uvodnik	22	14	36
Vijest	210	143	353

Zahtjev	1	2	3
Zaključak	0	2	2
<b>UKUPNO</b>	<b>386</b>	<b>379</b>	<b>765</b>

**Tablica 2: Tekstne vrste u predizbornoj kampanji 2016. godine**

Izvor: izrada autorice

Nadalje, u Tablici 3 sve su ove tekstne vrste razvrstane u funkcionalne tekstne tipove te se dobiva sljedeća distribucija:

<b>Tekstni tipovi</b>	<b>NOVI LIST</b>	<b>VEČERNJI LIST</b>	<b>UKUPNO</b>
Asertivi	248	242	490 (64,1 %)
- podtip informativ	32	62	94 (12,4 %)
- podtip eksplikativ	184	150	334 (43,6 %)
- podtip animativ	31	29	60 (7,8 %)
- podtip orijentativ	1	1	2 (0,3 %)
Direktivi	51	59	110 (14,4 %)
Komisivi	49	34	83 (10,8 %)
Ekspresivi	38	42	80 (10,4 %)
Deklarativi	0	2	2 (0,3 %)
<b>UKUPNO</b>	<b>386</b>	<b>379</b>	<b>765</b>

**Tablica 3: Tekstne vrste prema funkcionalnim tekstnim tipovima**

Izvor: izrada autorice

Od svih tekstnih vrsta koje su navedene u Tablici 2, analizirat će se *vijest, uvodnik, intervju* i *analiza*. Ove tekstne vrste odabrane su i prema podacima u Tablici 3 o raspodjeli tekstnih vrsta prema funkcionalnim tekstnim tipovima te će se stoga analizirati asertiv kao informativ i eksplikativ, direktiv, komisiv i ekspresiv. Takva analiza odabrana je ne samo zbog zastupljenosti u korpusu, već zato jer se radi o tekstnim vrstama koje se i inače mogu pronaći u svim brojevima dnevnih javnih glasila. Nadalje, pokazuju se prototipična obilježja tekstne vrste te se prema funkcionalnim obilježjima te karakteristikama mikro i makro strukture, kriterijima tekstualnosti, leksičkim, semantičkim i politolingvističkim obilježjima mogu analizom usustaviti i prikazati.



### 5.1. Tekstna vrsta *vijest*

Najbrojnija tekstna vrsta u obrađenom korpusu vezanom za predizbornu parlamentarnu kampanju iz 2016. godine u Republici Hrvatskoj je tekstna vrsta *vijest*. U prikupljenom korpusu pronađena su 353 primjera tekstova koje prema karakteristikama mikro i makro strukture, prema funkciji teksta te ranije spomenutim kriterijima tekstualnosti (kohezija, koherencija, intencionalnost, prihvatljivost, informativnost, situativnost i intertekstualnost) možemo uvrstiti u tekstnu vrstu *vijest* (usp. Beaugrande i Dressler 2010). Od navedenog broja 143 primjera pronađeno je u Večernjem listu, dok ih je u Novom listu nešto više, točnije njih 210. Ivanetić (2003) tekstnu vrstu *vijest* kategorizira kao tekstni tip asertiv, i to u podskupinu informativa. No, od ukupnog broja primjera tekstne vrste *vijest* iz ovog korpusa nisu sve svrstane u kategoriju asertiva podtipa informativa, već je njihova raspodjela sljedeća:

	Novi list	Večernji list
asertiv - informativ	28 (13,3 %)	53 (37 %)
asertiv – eksplikativ	79 (37,6 %)	23 (16 %)
asertiv – animativ	10 (4,8 %)	6 (4,1 %)
direktiv	37 (17,6 %)	22 (15,4 %)
komisiv	47 (22,4 %)	26 (18,2 %)
ekspresiv	9 (4,3 %)	12 (8,4 %)
deklarativ	0	1 (0,7 %)
Ukupno:	210	143

**Tablica 4: Kategorizacija tekstne vrste *vijest* u funkcionalne tekstne tipove**  
Izvor: izrada autorice

Kao što je vidljivo iz Tablice 4, najveći broj primjera tekstova koji pripadaju tekstnoj vrsti *vijest* i u Novom listu i u Večernjem listu uvršteno je u tekstni tip asertiv, točnije 117 je takvih primjera u Novom listu, što iznosi 55,7 % od ukupnog broja tekstova, dok su u Večernjem listu 82 primjera kategorizirana kao asertiv, odnosno njih 57,3 %. Nadalje, tekstna vrsta *vijest* prema funkcionalnim, makro- i mikrostrukturnim karakteristikama može se uvrstiti i u sljedeće tekstne tipove: ukupno 73 primjera tekstne vrste *vijest* uvršteno je u komisive, od toga je 47 primjera iz Novog lista (22,4 %) te 26 primjera iz Večernjeg lista (18,2 %). Prema gore navedenim karakteristikama u tekstni tip direktiva uvršteno je 37 primjera tekstne vrste *vijest* iz Novog lista, odnosno 22 primjera iz Večernjeg lista, što iznosi

17,6 % u Novom listu i 15,4 % u Večernjem listu. 21 primjer tekstne vrste *vijest* uvršten je u tekstni tip ekspresiva, kojih je u Novom listu pronađeno 9, odnosno 4,3 %, dok je iz Večernjeg lista 12 primjera klasificirano u ekspresive, tj. 8,4 % od ukupnog broja tekstne vrste *vijest*. Tekstni tip deklarativa u Novom listu nije prisutan, a Večernji list nudi samo jedan primjer tekstne vrste *vijest* koja je klasificirana kao deklarativ.

#### 5.1.1. Tekstna vrsta *vijest* kao asertiv – informativ

Kako je ranije rečeno, Ivanetić (2003: 69-70) je tekstnu vrstu *vijest* kategorizirala kao tekstni tip asertiv, i to u podtip informativ, a u ovom korpusu ukupno je 81 takav tekst (28 iz Novog lista te 53 iz Večernjeg lista). Generalno gledajući, može ih se klasificirati kao tekstni tip asertiv i to podtip informativ zbog sljedećih razloga (usp. Hoffmann 1988; Jurin 2010; 2011; 2013):

1. pošiljatelj adresata izvijestiti o nekom događaju, stanju, činjenici te objektivno iznosi informacije,
2. komunikacijska namjera teksta je izvijestiti adresata, a od adresata se očekuje da će taj isti iskaz prihvatiti,
3. osnovni komunikacijski proces je prijenos informacija,
4. komunikacijska situacija je uzimanje na znanje određene informacije od strane adresata,
5. predmet komunikacije je prijenos informacije.

U ovom su radu analizirane samo vijesti koje sa svojim funkcionalnim, mikro, makro te ostalim karakteristikama koje određuju tekstnu vrstu, predstavljaju prototipične tekstove koji mogu biti uvršteni u tekstnu vrstu *vijest* te je detaljnije analiziran po jedan tekst preuzet iz Novog lista i jedan tekst iz Večernjeg lista. Osim primjera iz tih prototipičnih tekstova, pojedini su primjeri preuzeti i iz ostalih primjera tekstne vrste *vijest* kako bi se detaljnije objasnio i primjerima potkrijepio određeni element ili značajka tekstne vrste *vijest* klasificirane kao podtip informativ. Ovaj podtip tekstne vrste vijest tako odlikuju deskriptivni razvoj teme te česta upotreba (nedvosmislenih) brojevnih podataka. Za primjer može se istaknuti nekoliko tekstova iz Novog lista:

*Sinčić: suprotstaviti se finansijskoj oligarhiji* (18. kolovoza 2016., str. 6),

*Novi Hrvatski sabor birat će se i u Iranu* (30. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Narodna koalicija dobila donacije od svojih kandidata* (5. rujna 2016., str. 4),  
dok su vijesti klasificirane kao informativ iz Večernjeg lista npr.:

*Preko grafita „Smrt fašizmu“ napisali „NDH“* (19. kolovoza 2016., str. 6),

*Petrokemiji će odobriti kredit od 200 mil. kuna* (28. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Kandidati se zalažu za više novca u kulturi* (8. rujna 2016., str. 9).

#### 5.1.1.1. Novi list

Kao prototipični primjer tekstne vrste *vijest* koja se klasificira kao podtip informativ iz Novog lista uzet je tekst objavljen 16. kolovoza 2016. godine na stranici 5 s naslovom: *Kandidata više nego lani, ali manje žena*. S obzirom na ranije navedeno, može se dokazati da se radi o tekstnom tipu asertiva (i to podtip informativ) iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj adresata izvještava o početku predizborne kampanje, o broju kandidata i kandidacijskih lista te objektivno iznosi informacije o navedenome,
2. komunikacijska namjera ovog teksta je izvijestiti adresata (o situaciji na kandidacijskim listama i rokovima trajanja predizborne parlamentarne kampanje), a od adresata se očekuje da će taj isti iskaz i prihvatiti,
3. osnovni komunikacijski proces je prijenos informacija,
4. komunikacijska situacija je uzimanje na znanje informacija o početku predizborne kampanje i o situaciji na kandidacijskim listama od strane adresata,
5. predmet komunikacije je prijenos informacija vezanih za početak predizborne kampanje te za stanje na kandidacijskim listama.

Sam kontekst jednostavno je zaključiti, Državno izborno povjerenstvo do 13. kolovoza 2016. godine zapimalo je kandidacijske liste za nadolazeće izbore te Novi list izvještava o broju lista i raspodjeli i strukturi kandidata na tim listama. U ovom je tekstu jasan cilj, tj. namjera, a to je prenijeti vijest i informirati adresata o stanju na listama i broju kandidata za koje će biti moguće glasati na izborima koji slijede. Radi se o relevantnim informacijama za adresata koji na taj način prihvaća iskaz kao istinit. Za cijeli tekst vrijedi jedna funkcija, a to je upravo informativna funkcija te se ne može govoriti o različitim funkcijama pojedinih tekstnih dijelova.

Analizom na komunikacijsko-pragmatičnoj razini valja obratiti pozornost na grafički dizajn teksta. Tekst u Novom listu postavljen je na margine i proteže se na desnom rubu duž cijele stranice te je napisan u uskom stupcu. Zanimljivo je da je pozadina teksta crne boje, a slova bijele, što odskake od ostatka stranice i ostala dva teksta koja se nalaze na toj stranici (radi se o komentarima tadašnjeg potpredsjednika Samostalne demokratske srpske stranke (SDSS) Milorada Pupovca na stranku Most i na prijavu lažnih prebivališta od strane srpske manjine te o programu Mosta vezanom za zdravstvo). Članak osim tekstualnog dijela sadrži i fotografiju koja je smještena odmah ispod naslova, a na njoj se nalazi predsjednik Državnog izbornog povjerenstva Branko Hrvatin, što je i napisano ispod same fotografije. U ovom se tekstu pojavljuju nadnaslov i glavni naslov, što je tipično obilježje novinskog članka. U ovom primjeru podnaslova nema, već se na mjestu podnaslova nalazi fotografija. Njome se nastoji privući adresatova pažnja na taj članak i zapravo je to jedno od najizraženijih obilježja „moderne“ komunikacije, a to je povezivanje različitih semiotičkih kanala (usp. Schmitz 2005). Glavni naslov ističe se od ostatka teksta jer je napisan velikim tiskanim slovima, ima veći font i masno je otisnut kako bi adresat odmah dobio uvid u to o čemu je u tekstu riječ. Nadnaslov je pak napisan u fontu većem od glavnog dijela teksta, no manjem od glavnog naslova i glasi:

*DIP prihvatio liste.*

U ostalim primjerima tekstne vrste *vijest* kao informativ preuzetim iz Novog lista, grafička obrada je ujednačena i ne odskake, poput analiziranog primjera. Tekst je tiskan crnom bojom na bijeloj pozadini, a nadnaslov ima svijetlo-sivu pozadinu s crnim slovima. Iznad svakog članka nalazi se deblja crna linija, a u gornjem lijevom kutu uski je crveni pravokutnik. U tim se tekstovima mogu naći nadnaslovi poput:

*Predsjednik Živog zida* (18. kolovoza 2016., str. 6),

*Biračka mjesta po svijetu* (30. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Objavljaju se financijska izvješća stranaka* (5. rujna 2016., str. 4),

a također daju kratak uvod u glavni naslov i nagovješćuju o čemu će biti riječ u tekstu, a neki usto informiraju adresata tko je autor teksta.

Uvodni dio teksta zapravo završava istaknutom riječju *Zagreb* koja je napisana velikim tiskanim slovima te podebljana, a nakon imena grada nalaze se dvije crvene strelice koje ukazuju na početak središnjeg dijela teksta, tj. samog sadržaja vijesti. Svi primjeri tekstne

vrste *vijest* pronađeni u Novom listu imaju na jednak način istaknuto mjesto odakle potječe vijest. Crveno obojane strelice služe kao znak odjeljivanja uvodnog dijela teksta od središnjeg dijela teksta te upućuju na početak važnijeg sadržaja. Ostali primjeri navode recimo gradove *Varaždin, Rijeku* ili *Split*.

Početni dio središnjeg dijela teksta predstavlja nešto širi kontekst od nadnaslova i glavnog naslova te daje uvod u ostatak članka:

*Državno izborno povjerenstvo (DIP) utvrdilo je pravovaljanost svih 177 kandidacijskih lista za prijevremene parlamentarne izbore 11. rujna, (...)*

Ostatak teksta daje informacije o rokovima za prigovor, o trajanju kampanje te o broju kandidacijskih lista i kandidata te njihovoj usporedbi sa situacijom na prošlim parlamentarnim izborima, pa se tako mogu pronaći primjeri poput:

*...počinju teći rokovi od 48 sati za zaštitu izbornog prava...*

*...promidžba će trajati do 9. rujna u ponoć, a idući dan nastupa izborna šutnja i traje i izbornog dana do 19 sati.*

*DIP je prihvatio 177 kandidacijskih lista, ..., nego na prošlim izborima, kad je bilo prihvaćenih 166 lista.*

Osim toga, govori se i o zastupljenosti muškaraca i žena te prosjeku starosti kandidata:

*Najviše lista je u prvoj izbornoj jedinici, njih 19, a najmanje u devetoj, njih 13.*

*... nisu ispunili zakonsku normu o ravnopravnoj zastupljenosti muškaraca i žena na listama. Na prošlim izborima na listama je bilo 41,41 posto žena, a taj postotak je sad pao na 39,74 posto.*

*Prosjek starosti kandidata je 47,4 godine, ...*

Analizom tematske razine teksta razvidno je da ovaj tekst ima deskriptivni razvoj teme. Deskriptivni razvoj teme označava zapravo proces koji se može ponoviti, tj. generalizirati i primijeniti u tekstovima istog ili sličnog komunikacijsko-pragmatičnog sadržaja. Tekstovi ove tematske razine mogu se očekivati za vrijeme svakih izbora, osobito parlamentarnih, ali može se raditi i recimo o (brojevnim) podacima vezanima za referendum, članstva u strankama i sl. Ovaj prototipični primjer iz Novog lista karakterizira izražena upotreba brojeva i statističkih podataka:

*... utvrdilo je pravovaljanost svih 177 kandidacijskih lista...*

*DIP je prihvatio 177 kandidacijskih lista, od čega 144 stranačke i tri neovisne liste...*

*Na 90 lista stranke su samostalno predložile kandidate, a 84 liste su koalicijske.*

*...ukupno je 29 kandidata, nešto manje nego 2015., kada je bio 41 kandidat.*

*Na svim kandidacijskim listama je 2.456 kandidata, ...*

*... na listama je bilo 41,41 posto žena, a taj postotak je sad pao na 39,74 posto.*

*Prosjek starosti kandidata je 47,4 godine, ...*

Osim toga, može se pratiti i vremenski slijed događaja koji je također karakterističan za deskriptivni razvoj teme, pa se tako npr. mogu pronaći sljedeći podaci:

*... za prijevremene parlamentarne izbore 11. rujna, čime je jučer službeno počela izborna promidžba.*

*Nakon završetka postupka kandidiranja i objavom lista počinju teći rokovi od 48 sati za...*

*Promidžba će trajati do 9. rujna u ponoć, a idući dan nastupa izborna šutnja i traje do izbornog dana do 19 sati.*

Jezično-stilistička razina karakterizirana je uporabom političkog rječnika, što upućuje i na politolingvističku perspektivu u analizi. Kao što se moglo i očekivati, u tekstu se mogu pronaći sintagme i riječi specifične za politički leksik i komunikaciju. Prvo, javlja se u analiziranom tekstu naziv instituta *Državno izborno povjerenstvo* i njegova pripadajućeg akronima *DIP*. U nadnaslovu se nalazi samo akronim *DIP*, pa ukoliko adresat ne razumije taj akronim, njegovo se objašnjenje nalazi odmah u prvoj rečenici teksta koja glasi:

*Državno izborno povjerenstvo (DIP) utvrdilo je pravovaljanost svih 177 kandidacijskih lista za prijevremene parlamentarne izbore 11. rujna, čime je u\* jučer službeno počela izborna promidžba.<sup>25</sup>*

Akronimi, tj. kratice sastavljene od početnih slova ili slogova naziva sastavljenog od više riječi osobito se često koriste upravo u političkoj komunikaciji označavajući političke

---

<sup>25</sup> Treba ovdje napomenuti da je citirani tekst prenesen iz novina onako kako je i objavljen, dakle s pogreškama novinara. Ispravna rečenica trebala bi glasiti: „*Državno izborno povjerenstvo (DIP) utvrdilo je pravovaljanost svih 177 kandidacijskih lista za prijevremene parlamentarne izbore 11. rujna, čime je jučer službeno počela izborna promidžba.*“ Pogreška je označena znakom \*, a ta će se oznaka koristiti i u ostatku ovoga rada.

stranke ili razne druge političke institucije ili institucije Republike Hrvatske. Akronim smisao dobiva u kontekstu, kulturi i s obzirom na znanje sudionika komunikacije (usp. Bagić 2012: 9-12). Općepoznati su tako akronimi političkih stranaka (npr. HDZ za Hrvatsku demokratsku zajednicu, HNS za Hrvatsku narodnu stranku, HSP za Hrvatsku stranku prava ili SDP za Socijaldemokratsku partiju Hrvatske) ili saveza/ institucija : EU (Europska unija), HINA (Hrvatska izvještajna novinska agencija), MUP (Ministarstvo unutarnjih poslova) ili RH (Republika Hrvatska). Takvi su akronimi dio sveopćeg, izvanjezičnog znanja pojedinca koji živi u Republici Hrvatskoj, za razliku od primjera *DIP* spomenutog u ovom analiziranom tekstu.

U fokusu jezično-stilističke analize nalaze se i specifične riječi i sintagme pa se tako u ovom analiziranom tekstu pronalaze primjeri poput *Državno izborno povjerenstvo (DIP)*, *pravovaljanost*, *prijevremeni parlamentarni izbori*, *postupak kandidiranja*, *izborno pravo*, *stranka*, *koalicija*, *izborna promidžba*, *izborna jedinica*, *saborski zastupnik*, *dijaspora*, *kandidat*, *neovisna lista*, *kandidacijska lista* ili *(hrvatski) političar*.

U ostalim primjerima tekstne vrste *vijest* kao informativ iz Novog lista pojavljuju se sintagme kao što su: *predsjednik stranke*, *predstaviti kandidate*, *saziv Hrvatskog sabora*, *parlamentarni izbori*, *glasovati*, *biračka mjesta*, *birači*, *dijaspora*, *podnijeti financijsko izvješće*. Nalaze se također u tekstu i primjeri naziva političkih stranaka i novoformiranih koalicija: *Živi zid*, *Narodna koalicija*, *HDZ*, *Most*, *HNS* ili *SDP*.

Javljuju se mnoge imenice i imenske sintagme koje tematski upućuju da se radi o predizbornim tekstovima. U velikom broju javljaju se tako sintagme u kojima dominira pridjevski element *izborni* pa se mogu naći primjeri kao što su *izborno pravo*, *izborna promidžba* ili *izborna jedinica*, a javlja se također i primjer u kojima je imenica *izbori* dominantna, u često ponavljanoj sintagmi: *prijevremeni parlamentarni izbori*.

S obzirom na obilježja analiziranog teksta, vidljiva je učestalija uporaba brojeva kako bi se dale jasne i precizne informacije o strukturi kandidacijskih lista i broju kandidata za parlamentarne izbore. Pojavljuju se među ostalim i brojevi izbornih mjesta u inozemstvu:

*...osim u Hrvatskoj, birat će se u još 49 država, jednoj više nego na posljednjim parlamentarnim izborima u studenom.*

*U Bosni i Hercegovini ukupno ih je 34 (osam u Sarajevu, 20 u Mostaru, četiri u Tuzli, dva u Banjoj Luci), u Njemačkoj 17 (dva u Berlinu, pet u Stuttgartu, četiri u Münchenu, tri u Frankfurtu, dva u Düsseldorfu te jedno u Hamburgu).*

*U Srbiji će se, kao i lani, glasovati na dva biračka mjesta, u Beogradu i u Subotici, dva su biračka mjesta određena i za Crnu Goru (...)*

Nema istaknutih stilskih figura niti „skrivenih“ značenja i/li poruka u tekstu, što se moglo i očekivati, s obzirom da je riječ o tekstnoj vrsti *vijest*, i to o tekstnom tipu informativa.

#### 5.1.1.2. Večernji list

S ciljem što bolje usporedbe iste tekstne vrste u Večernjem listu i u Novom listu, u ovom slučaju tekstne vrste *vijest* kao informativ, kao prototipični primjer iz Večernjeg lista uzet je članak koji govori o istoj temi, odnosno o predanim kandidacijskim listama. Tekst je također objavljen na dan 16. kolovoza 2016. godine, na 5. stranici, i to s naslovom: *Predano 177 lista, 11 više nego za izbore u studenome. Žena je još manje nego prošli put*. Kako je ranije navedeno, većina primjera tekstne vrste *vijest* može se svrstati kao tekstni tip asertiv, točnije informativ, a to se može potkrijepiti sljedećim razlozima (koji su vrijedili i za prototipični članak preuzet iz Novog lista):

1. pošiljatelj adresata izvještava o početku predizborne kampanje, o broju kandidata i kandidacijskih lista te objektivno iznosi informacije o navedenome,
2. komunikacijska namjera teksta je izvijestiti adresata o situaciji na kandidacijskim listama i rokovima trajanja predizborne parlamentarne kampanje, a od adresata se očekuje da će taj isti iskaz i prihvatiti,
3. osnovni komunikacijski proces je prijenos informacija,
4. komunikacijska situacija je uzimanje na znanje informacija o početku predizborne kampanje i o situaciji na kandidacijskim listama od strane adresata,
5. predmet komunikacije je prijenos informacija vezanih za početak predizborne kampanje te za stanje na kandidacijskim listama.

Kontekst, odnosno izvanjezična stvarnost jednaka je onoj opisanoj u izdanju Novog lista, radi se o provođenju izvanrednih parlamentarnih izbora u Republici Hrvatskoj, a u Novom listu izvješćuje se o broju kandidata na listama, o broju lista te raspodjeli kandidata na njima



po spolu i u nekim izbornim jedinicama. I ovaj prototipični primjer iz Večernjeg lista ima za cilj informirati adresata o kandidacijskim listama i broju kandidata, što dakle podrazumijeva i da je glavna funkcija teksta informativna funkcija.

Na komunikacijsko-pragmatičnoj razini promatra se i grafički dizajn teksta. Za razliku od primjera iz Novog lista, analizirani primjer preuzet iz Večernjeg lista ne sadrži slikovni element, već ima samo tekstualni dio. Smješten je na donji dio stranice, ispod mnogo opširnijeg teksta koji sadrži i veći broj fotografija političara te fotografije spomen-ploča o kojima je u teks. Takvo pozicioniranje teksta na novinsku stranicu uopće ne privlači pažnju adresata, a nedostatak bilo kakve fotografije doprinosi takvoj percepciji.

Kako je već rečeno, tipičan primjer tekstne vrste *vijest* sadrži pak uobičajene elemente novinskog članka, a to su nadnaslov, glavni naslov i podnaslov, koji su u različitim člancima različito pozicionirani, s različitom duljinom teksta. Pojavljuje se u nekim primjerima i mjesto događaja, i to na samom početku glavnog dijela teksta, npr. *Zagreb, Rijeka, Split* ili *Koprivnica*. Osim toga, u velikom broju vijesti kao informativa u Večernjem listu, prije početka samog teksta članka nalazi se i kratki sažetak napisanoga, uglavnom u jednoj do dvije rečenice, što je vidljivo u primjerima u nastavku ove analize. To je karakteristika uglavnom nešto dužih tekstova, dok oni kratki takav sažetak nemaju jer je i sam članak vrlo sažet. Večernji list svoje nadnaslove označava tamnocrvenom bojom, font slova jednak je kao i u ostatku teksta, dok je veličina slova nadnaslova nešto veća od glavnog dijela teksta (a opet manja od glavnog naslova) i on je napisan masno otisnutim slovima.

U uvodnom dijelu analiziranog primjera iz Večernjeg lista mogu se pronaći sljedeći elementi: nadnaslov, glavni naslov i sažetak. Nadnaslov glasi: „*DIP potvrdio:*“ i u njemu se, kao i u ostalim primjerima, zapravo daje uvod i kontekst naslovu, odnosno postaje jasno tko je informaciju iz naslova (a samim time i onime što je napisano u tekstu) dao ili o čemu se konkretno radi. U opisanom primjeru saznaje se da je informacija došla od strane Državnog izbornog povjerenstva. Neki od nadnaslova Večernjeg lista koji se mogu pronaći i u ostalim primjerima tekstne vrste *vijest* kao informativ glase:

*Vijeće studenata veleučilišta* (8. rujna 2016., str. 9);

*Zdravko Marić*: (28. kolovoza 2016., str. 6);

*Bitka sprejevima* (19. kolovoza 2016., str. 6)

U njima se također informira adresata o identitetu pošiljatelja vijesti ili, kao što pokazuje posljednji nadnaslov, o kontinuitetu radnje koja je tema vijesti, tj. o nastavljanju pisanja grafita po spomenicima u gradu Sisku.

Kao i u primjerima preuzetim iz Novog lista, glavni se naslov ističe od ostatka teksta veličinom i masno otisnutim slovima. U njemu se navodi najvažnija i najistaknutija poruka teksta i kroz njega se saznaje koja je glavna tema teksta. Iz naslova se zapravo eksplicitno navješćuje tema teksta, a to je stanje na izbornim listama. Glavni naslov analiziranog teksta glasi:

*Predano 177 lista, 11 više nego za izbore u studenome. Žena je još manje nego prošli put;*

dok daljnji primjeri tekstne vrste *vijest* iz Večernjeg lista glase:

*Šef SDP-a i šef HDZ-a skupa na Trci za prstenac* (20. kolovoza 2016., str. 4),

*Zahjevi za glasovanje izvan prebivališta do 31.8.* (24. kolovoza 2016., str. 5) ili

*Predsjednica se u izbornoj noći neće obratiti javnosti* (9. rujna 2016., str. 6).

Podnaslova u analiziranom tekstu nema, već se iza glavnog naslova nalazi kratki sažetak teksta, koji glasi:

*Ukupan je broj kandidata 2456. Prosječna im je dob 47,4 godine, a na prošlim izborima 44,5 godina“*

Taj je sažetak otisnut je masnim slovima te je font jednake veličine kao i glavni dio teksta. Kraći tekstovi takav sažetak nemaju, i upravo su takvi primjeri tekstova vijesti u ovom korpusu prototipični, dok se u nekim tekstovima izdvaja ključna rečenica ili misao koja je i preuzeta iz glavnog dijela teksta. Mogu se tako, među ostalim, pronaći sljedeći primjeri:

*„Fiskalna konsolidacija, javni dug i upravljanje državnom imovinom“ naziv je okruglog stola u organizaciji Hrvatske udruge poslodavaca* (19. kolovoza 2016., str. 7)

*Prvi „sudar“ stranačkih lidera vjerojatno će se dogoditi već danas u Varaždinu gdje će doći i šef HDZ-a i lider Mosta* (20. kolovoza 2016., str. 4)

Nadalje, kako je ranije rečeno, u uvodni dio spada i navođenje mjesta gdje se odvio događaj opisan u tekstu. U prototipičnim primjerima *vijesti* iz korpusa preuzetim za analizu mjesto

radnje se ne navodi jer se radi o informaciji vezanoj za broj kandidacijskih lista i stanju na njima, te mjesto događaja nije relevantna informacija. U drugim primjerima iz korpusa mogu se pronaći *Koprivnica*, *Split* ili *Rijeka*, te, u najvećoj mjeri, *Zagreb*. Naziv mjesta napisan je kao prva riječ glavnog dijela teksta i napisan je velikim tiskanim slovima. Mogući je razlog taj što se određeni elementi u tiskanim tekstovima izdvajaju iz ostatka teksta kako bi pobudili pažnju adresata (usp. Burger 2005: 209). Nakon mjesta, bez interpunkcijskih znakova, slijedi glavni, tj. središnji dio teksta.

Središnji dio teksta u odabranom primjeru nema posebno definiranih obilježja. Početni dio središnjeg dijela daje kratki kontekst i uvod u situaciju: „*Državno izborno povjerenstvo za prijevremene parlamentarne izbore, koji će se održati 11. rujna,...*“, a u ostatku teksta prenose se riječi potpredsjednice DIP-a Vesne Fabijančić Križanić vezane za statističke podatke o kandidatima, kandidacijskim listama i njihovoj raspodjeli unutar izbornih jedinica te o omjeru žena na listama.

Završni dio teksta daje informaciju o onome što slijedi, tj. posljedicama objavljivanja kandidacijskih lista, a to je mogućnost prigovora u roku od 48 sati. Takva je informacija izrazito bitna za kandidate koji su predali svoju kandidaturu kako bi mogli pravovremeno reagirati te se eventualno žaliti na objavljene kandidacijske liste. U takvom kontekstu upravo ovaj zadnji odlomak ima deklarativnu funkciju, tj. funkciju koja za cilj ima izazivanje nekih promjena, promjena koje će dovesti do kreiranja nove stvarnosti. Naime, ukoliko bi se netko od kandidata žalio na objavljene kandidacijske liste, došlo bi do promjene istih, što bi za posljedicu moglo imati stvaranje novih kandidacijskih lista i moguću odgodu datuma održavanja izbora. S obzirom da je takva situacija malo vjerojatna (a može se potvrditi da se u stvarnosti nije dogodila), i da su kandidati ovakvu vrstu informacije mogli dobiti i drugim putem, zaključuje se da ovaj tekst primarno nije namijenjen njima, već široj javnosti, tj. biračima pa se odabrani tekst stoga može kategorizirati isključivo kao tekstna vrsta *vijest* s informativnom funkcijom.

Osvrtom na tematsku razinu teksta može se zaključiti da tekstne vrste s dominantnom informativnom funkcijom, u koje spada i *vijest*, uglavnom karakterizira deskriptivni razvoj teme. Prema Brinkeru i dr. (2014) radi se o jasnoj podjeli na elemente i jasno određenoj strukturi koje su eksplicitno i prikazane, pregledno, kratko i jasno. U ovom odabranom primjeru radi se konkretno o brojevima i statističkim podacima, npr.:

*...Povjerenstvu je predano 177 lista, 11 više nego u studenom (166).*

*...biraju pripadnici nacionalnih manjina, lani ih je bilo 34, ove godine 36.*

*Od 177 kandidacijskih lista, 174 su stranačke, a 3 nezavisne liste.*

*84 liste su koalicijske, a njih 90 su stranke koje su...*

*Ukupan je broj kandidata 2456.*

*... 41,41% je bilo žena na listama 2015., sada je taj postotak pao na 39,74%.*

Kako je ranije navedeno, deskriptivni razvoj teme podrazumijeva jasnu i preglednu strukturu teksta, a tema također označava neki proces koji se može ponoviti. Brojevni podaci mogu se pronaći i u sažetku napisanom prije početka glavnog dijela teksta, a radi se o ukupnom broju kandidata i njihovoj prosječnoj dobi:

*Ukupan je broj kandidata 2456. Prosječna im je dob 47,4 godine, a na prošlim izborima 44,5 godina.*

Što se tiče vremenskog okvira, navedeni je tekst većinom orijentiran prema prošlosti jer je jasno definirano vrijeme, tj. preciznije rečeno, točno su određeni datumi i rokovi te se može pratiti kronološki slijed događaja, kao što se može vidjeti u sljedećim primjerima:

*...za prijevremene parlamentarne izbore, koji će se održati 11. rujna, ...*

*Do subote u ponoć, kada je istekao rok za kandidiranje...*

*... nepravilnosti u proteklih 14 dana, koliko su se kandidature mogle podnositi...*

U završnom dijelu teksta vremenska orijentacija se mijenja prema budućnosti te se navode buduće radnje ili događaji, odnosno, u konkretnom se primjeru navodi da se prigovori na objavljene kandidacijske liste mogu podnijeti u iduća dva dana:

*Nakon završetka postupka kandidiranja i objavom ovih lista, od 17.00 počeo je teći rok za prigovore u roku od 48 sati.*

Na jezično-stilističkoj razini uočava se naslov, koji je izuzetno važno obilježje novinskog članka te se u njemu ističe glavna tema prožeta kroz cijeli članak, u ovom prototipičnom primjeru to je: *Predano 177 lista, 11 više nego za izbore u studenome. Žena je još manje nego prošli put.* Neki od ostalih naslova, koji također prenose osnovnu poruku i glavnu temu samog članka glase:

*Šef SDP-a i šef HDZ-a skupa na Trci za prstenac (20. kolovoza 2016., str. 4),*

*Zahtjevi za glasovanje izvan prebivališta do 31.8. (24. kolovoza 2016., str. 5) ili*

*Predsjednica se u izbornoj noći neće obratiti javnosti (9. rujna 2016., str. 6).*

Osim što je naslov i vizualno izdvojen većim fontom te masno otisnutim slovima, on iznosi najvažnije informacije samog teksta. Kao što je već ranije navedeno, novinski članci uglavnom imaju nadnaslov, glavni naslov i podnaslov. U analiziranom primjeru tekstne vrste *vijest* nadnaslov sadrži uvodnu rečenicu za glavni naslov, a to je: *DIP potvrdio*: te zatim slijedi glavni naslov. Specifično za ovaj primjer je naslov koji se sastoji od dvije rečenice, što inače nije čest slučaj tako da možemo reći da se u ovom primjeru u naslovu tema implicitno preuzima i realizira te nagovještuje semantičkim kontigvitetom i dodirom sintagmi: *izbori u studenom i prošli put* tvori naslov kako slijedi:

*Predano 177 lista, 11 više nego za izbore u studenome. Žena je još manje nego prošli put*

Kao što se moglo i očekivati, u tekstu se mogu pronaći sintagme i riječi specifične za politički leksik i komunikaciju. Kao i u Novom listu, naziv instituta *Državno izborno povjerenstvo* i akronim *DIP* javlja se i u ovom primjeru, a kroz članak se koriste puni naziv, akronim, ali nailazi se i na primjere uporabe riječi *Povjerenstvo*. Puni naziv instituta koristi se samo u prvoj rečenici teksta kako bi se dala naslutiti tema i tematska progresija samog sadržaja vijesti:

*Državno izborno povjerenstvo za prijevremene parlamentarne izbore, koji će se održati...*

Dalje kroz tekst se koriste ili kratica *DIP* ili riječ *povjerenstvo*, a puni se naziv više ne pojavljuje:

*... potvrdili su u nedjelju u Povjerenstvu.*

*... Povjerenstvu je predano 177 lista, ...*

*Prema riječima potpredsjednice DIP-a ...*

Takvo eksplicitno nadovezivanje, prema Brinkeru i dr. (2014) jedan je od gramatičkih uvjeta za ostvarivanje koherencije teksta. Naime, u tekstu se jezični iskaz imenuje jednako i ponavlja se uz korištenje kratice ili skraćenog naziva te je jasno da se uvijek radi o istom nositelju reference, u ovom primjeru to je Državno izborno povjerenstvo.

Osim izraza *povjerenstvo*, koriste se i sintagme i riječi poput *prijevreteni parlamentarni izbori, kandidiranje, kandidatura, zastupnik, kandidacijska lista, stranačka lista, nezavisna lista, koalicijska lista* ili *izborna jedinica* koje prema temi teksta upućuju da se radi o tekstu vezanom za predizbornu kampanju.

U daljnjim primjerima mogu se također pronaći riječi i sintagme kao što su *kampanja, stranački lider, izborna kampanja, izborna šutnja, koalicija, kandidati, izborna lista, aktivisti, politički „derbi“, vođa stranke, predstaviti program, održati (završni) skup, finale kampanje, glasovanje, registar birača, birači, potvrda za glasovanje*, itd.

U upravo navedenim primjerima javljaju se imenice i imenske sintagme koje u sebi sadrže imenicu *kampanja* (*izborna kampanja, finale kampanje*). Uz to, evidentna je velika frekvencija sintagmi s dominantnim elementom pridjeva *izborni* (*izborna kampanja, izborna šutnja, izborna jedinica* ili *izborna lista*), čije korištenje doprinosi kako koherenciji teksta tako i tematskoj progresiji ovog teksta. Pridjevi korišteni u ovoj tekstnoj vrsti također snažno modificiraju imenice kao što su *lider, derbi* ili *skup* u sljedećim sintagmama: *stranački lider, politički derbi* ili *završni skup*.

U tekstovima političke komunikacije često se javljaju i sportske metafore, a kao što je već ranije navedeno, u političkoj komunikaciji one služe kako bi adresat lakše razumio poruku, a pritom su važne jer imaju moć izazivanja emocija kod adresata (Mio 1997: 121-123). U tekstu *Šef SDP-a i šef HDZ-a skupa na Trci za prstenac* (Večernji list, 20. kolovoza 2016., str. 4) ciljna domena (u ovom slučaju POLITIKA) konceptualizirana je uz pomoć polazne domene (u ovom primjeru SPORT) te se pojavljuje tako sljedeći primjer:

*Prvi „sudar“ stranačkih lidera vjerojatno će se dogoditi već danas u Varaždinu gdje će na Špancirfest doći i šef HDZ-a Andrej Plenković i lider Mosta Božo Petrov. Najveći politički „derbi“ ipak će se odigrati dan kasnije, u nedjelju, u Barbanu na Trci za prstenac gdje bi trebali biti i Andrej Plenković i vođa Narodne koalicije Zoran Milanović.*

Ističe se metafora političkog derbija koji će se odigrati u nedjelju između Andreja Plenkovića i Zorana Milanovića gdje je POLITIKA SPORTSKO NATJECANJE jer je derbi u sportu definiran kao najvažnija utakmica, odnosno susret najboljih natjecatelja ili momčadi (usp. Hrvatski jezični portal<sup>26</sup>), a Plenković i Milanović se percipiraju kao šefovi dviju

<sup>26</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: derbi (datum pristupa: 07.03.2022.)

najsnažnijih opcija ove predizborne kampanje. Tako Borčić (2010: 140) analizirajući konceptualne metafore u političkim intervjuima spominje da se, među ostalim, pojavljuju metafore vezane za sport: „bavljenje politikom je sudjelovanje na (sportskom) natjecanju“, „politički izbori su (sportsko) natjecanje“ i „sudjelovanje na političkim izborima je sportsko natjecanje.“

Jedna od karakteristika analiziranog teksta na jezično-stilističkoj razini je i korištenje brojeva, s obzirom da se radi o iznošenju točnih podataka i statistici prijavljenih lista i kandidata, pa se tako navodi broj predanih lista u usporedbi s prethodnom godinom (177 prema 166), broj lista pripadnika nacionalnih manjina (34 prema 26), raspodjelu kandidacijskih lista, ukupan broj kandidata (2456) te njihovu raspodjelu prema spolu (39,74% žena na ovim izborima prema 41,41 % na prošlim) i prosjek starosti od 47,4 godina (prema 44,5 godina na prošlim izborima). Svi su brojevi korišteni i prikazani u samom tekstu, navode se u tijelu teksta te nisu izdvojeni tablično.

Usporedbom ova dva prototipična primjera tekstne vrste *vijest* kao informativ te nekih dodatnih primjera preuzetih iz Večernjeg lista i Novog lista, može se zaključiti da među njima ne postoje značajne razlike na komunikacijsko-pragmatičnoj, tematskoj ni jezično-stilističkoj razini.

Zanimljivo je istaknuti da se za dva navedena podatka sadržaj informacije iznesen u Novom listu i u Večernjem listu ne podudara. Radi se o broju kandidatura za 12. izbornu jedinicu, odnosno o predstavnicima nacionalnih manjina, pa tako Novi list navodi da ih je „lani bilo 34, ove godine 26“, dok se u Večernjem listu spominje „ukupno 29 kandidata, nešto manje nego 2015., kada je bio 41 kandidat“. Drugi se podatak odnosi na ukupan broj od 177 kandidacijskih lista, Novi list kaže nadalje „174 su stranačke, a 3 nezavisne liste.“, dok Večernji list piše „od čega 144 stranačke i tri neovisne liste.“, iz čega se može zaključiti da se Večernjem listu potkrala pogreška u tipkanju podataka.

Iz navedenih primjera može se uočiti uporaba sintagmi *nezavisna lista* (Novi list) i *neovisna lista* (Večernji list) za imenovanje istog pojma. Hrvatski jezični portal<sup>27</sup> pod natuknicom *nezavisan* navodi da se radi o pridjevu s pripadajućom definicijom i sintagmama u kojima se pridjev koristi te čiji je sinonim riječ *neovisan*, dok natuknica *neovisan* vodi natrag na definiciju riječi *nezavisan*, bez dodatnih objašnjenja. Hudeček i Lewis (2020) usporedili su

---

<sup>27</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknice: nezavisan; neovisan (datum pristupa: 07.03.2022.)

učestalost korištenja riječi nezavisan i neovisan u korpusu *hrWaC* te došli do podataka da je riječ *nezavisan* korištenija od riječi *neovisan*. Usto, zaključili su da se oba pridjeva mogu koristiti te da su nezamjenjivi u nekim već postojećim, uglavnom stručnim sintagmama, kao npr. *nezavisni odvjetnik* ili *nezavisna varijabla*.

Iz oba se odabrana primjera može potvrditi da se radi o tekstnom tipu asertiva, tj. podskupini informativa jer se u tekstnoj vrsti *vijest* iznose i prenose precizne informacije koje adresat uzima na znanje. Takve tekstne vrste karakterizira deskriptivni razvoj teme u kojem su vidljive jasne podjele na elemente koji su prikazani pregledno i kratko. Komunikacijska namjera tekstne vrste *vijest* je izvijestiti adresata (u ova dva prototipična primjera konkretno o situaciji na kandidacijskim listama i rokovima trajanja predizborne parlamentarne kampanje), a od adresata se očekuje da će takav iskaz i prihvatiti kao istinit. Dakle, može se zaključiti da je upravo prijenos informacija osnovni komunikacijski proces i komunikacijska situacija, a predmet komunikacije je prijenos informacija (u ovim primjerima te su informacije vezane za početak predizborne kampanje te za stanje na kandidacijskim listama).

#### 5.1.2. Tekstna vrsta *vijest* kao asertiv – eksplikativ

Iako je prema Ivanetić (2003) tekstna vrsta *vijest* kategorizirana kao asertiv, i to informativ, zasigurno treba istaknuti i drugi podtip asertiva u koji je također kategorizirana tekstna vrsta *vijest*, a radi se o podtipu eksplikativa. Ovaj korpus broji sveukupno 102 primjera tekstne vrste *vijest* koja se kategorizira kao asertiv, i to podtip eksplikativ. U Novom listu takvih je 79 primjera, što čini 37,8% od ukupnog broja primjera tekstne vrste *vijest*, dok Večernji list broji njih 23, odnosno 16% od ukupnog broja *vijesti*. Ovi su primjeri kategorizirani kao asertiv - eksplikativ iz sljedećih razloga (usp. Hoffmann 1988; Jurin 2010; 2011; 2013):

1. pošiljatelj adresatu objašnjava neki događaj, stanje ili činjenicu, odnosno kakvo je što,
2. komunikacijska namjera teksta je da se adresatu predoči stanje stvari, a od adresata se očekuje da će taj isti iskaz prihvatiti,
3. osnovni komunikacijski proces je pojašnjenje navedenih informacija ili činjenica,
4. komunikacijska situacija je uzimanje na znanje određenog iskaza od strane adresata,
5. predmet komunikacije je objašnjavanje informacije ili činjenice.



Kao i prilikom analize asertiva kao informativa, i u ovom slučaju analize tekstne vrste *vijest* koja se može kategorizirati kao asertiv, ali u podtip eksplikativ, uzet je po jedan prototipičan primjer iz Novog lista i jedan iz Večernjeg lista.

Neki od primjera članaka koji se svrstavaju u skupinu eksplikativa, a preuzeti su iz Novog lista su:

*Lovrinović: Podmeću mi da se zalažem za inflaciju i deflaciju* (16. kolovoza 2016., str. 7),

*Matić: Više od pola liste s braniteljskim statusom* (19. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Šef HDZ-a ne isključuje ni Jokića iz nastavka kurikularne reforme* (1. rujna 2016., str. 4).

dok se iz Večernjeg lista mogu istaknuti npr.:

*Iz Cetinske krajine u Sabor samo Miro Bulj* (18. kolovoza 2016., str. 4),

*S Milanovićem sam razgovarao, Plenkovića sreo* (31. kolovoza 2016., str. 5) ili

*Svi za nastavak reforme, podijeljeni oko voditelja Jokića* (2. rujna 2016., str. 5),

#### 5.1.2.1. Novi list

Iz Novog lista za analizu tekstne vrste vijest kao eksplikativ odabran je članak s naslovom: *Šef HDZ-a ne isključuje ni Jokića iz nastavka kurikularne reforme*, koji je objavljen 1. rujna 2016. godine na str. 4. Navedeni tekst iz Novog lista pripada tekstnoj vrsti *vijest* i klasificira se kao asertiv, i to eksplikativ iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj adresatu objašnjava stajalište šefa HDZ-a Andreja Plenkovića vezano uz provedbu kurikularne reforme u Hrvatskoj i ulozu Borisa Jokića u njoj, a navode se i činjenice s Plenkovićeve sastanka koje sam predsjednik HDZ-a pojašnjava, a vezane su uz odnose Republike Hrvatske s Bosnom i Hercegovinom te Srbijom,
2. komunikacijska namjera teksta je da se adresatu predoči stanje stvari, točnije da se pojasni mišljenje Andreja Plenkovića po pitanju Borisa Jokića i kurikularne reforme te po pitanju odnosa s nekim susjednim državama, a od adresata se očekuje da takva objašnjenja i prihvati,
3. osnovni komunikacijski proces je da pošiljatelj adresatu prenosi riječi i stajališta Andreja Plenkovića i daje pojašnjenja o istima,

4. komunikacijska situacija je uzimanje na znanje navedenih činjenica od strane adresata,
5. predmet komunikacije je prenošenje mišljenja i riječi Andreja Plenkovića vezanih uz kurikularnu reformu i odnose sa susjednim zemljama.

S obzirom da analizirani primjer ima dvije potpuno različite teme, za njegovo jasnije razumijevanje valja navesti i dva različita konteksta. Kako bi situacija postala jasnija, valja ukratko navesti i kontekst navedenog novinskog članka. Naime, tijekom lipnja 2015. godine započela je izrada Cjelovite kurikularne reforme<sup>28</sup>, i to u sklopu realizacije Strategije obrazovanja, znanosti i tehnologije. Prema službenoj stranici Cjelovite kurikularne reforme<sup>29</sup> cilj navedene reforme bio je „uspostavljanje usklađenog i učinkovitog sustava odgoja i obrazovanja kroz cjelovite sadržajne i strukturne promjene“ kako bi se svim sudionicima odgojno-obrazovnog procesa (od ranog i predškolskog preko osnovnoškolskog pa do srednjoškolskog odgoja i obrazovanja) omogućio kvalitetniji rad i bolje obrazovanje. Na čelu reforme nalazila se Ekspertna radna skupina za provedbu Cjelovite kurikularne reforme, a u njenom prvom sazivu bilo je sedam članova na čijem je čelu bio dr. sc. Boris Jokić. U svibnju 2016. godine ova je radna skupina odstupila sa svoje dužnosti kako sam Jokić u intervjuu za Jutarnji list 14. travnja 2018. godine<sup>30</sup> kaže: „zato što je proces bio miniran. Nas više stotina nije imalo nužnu ljudsku, organizacijsku, financijsku i političku potporu koja bi omogućavala nastavak procesa.“ U tom je razdoblju na vlasti bila Oreškovićeve vlada, a ministar znanosti i obrazovanja Predrag Šustar. Motiv za odstupanje bio je zaključak saborskog odbora za znanost da Ekspertnu radnu skupinu sa sedam članova treba proširiti s deset novih članova, što je Jokić protumačio političkim pritiskom „jer je odbor donio zaključke koji su u potpunosti u suprotnosti s odlukama Vlade i resornog ministra.“<sup>31</sup>

Drugi dio konteksta vezan je za odnos Republike Hrvatske sa susjednim zemljama, osobito s BiH i Srbijom, koje se i spominju u analiziranom tekstu. Naime, većinom uvijek napeti odnosi sa Srbijom dodatno su poljuljani kada je, kako tumači bivši predsjednik RH Ivo Josipović (2017: 15) „Srbija uspostavila nadležnost za suđenje za ratne zločine počinjene na

---

<sup>28</sup> Za više informacija o Cjelovitoj kurikularnoj reformi posjetiti Internet stranicu [kurikulum.hr](http://kurikulum.hr).

<sup>29</sup> [http://www.kurikulum.hr/sto\\_ukljucuje\\_kur\\_reforma/](http://www.kurikulum.hr/sto_ukljucuje_kur_reforma/) (datum pristupa: 29.03.2022.)

<sup>30</sup> <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/boris-jokic-kako-mu-je-vrdoljak-nudio-ulazak-u-vladu-i-zastopmatra-da-reformu-treba-odgoditi-ovo-sto-se-kod-nas-radi-rade-drzave-treceg-svijeta-7240926>(datum pristupa: 29.03.2022.)

<sup>31</sup> <https://www.vecernji.hr/vijesti/konferencija-za-medije-radne-skupine-za-kurikularnu-reformu-nemam-informaciju-da-bi-jokic-mogao-podnijeti-ostavku-1086500>.(datum pristupa: 29.03.2022.)

području bivše Jugoslavije neovisno o državljanstvu počinitelja i žrtve“, što je u Hrvatskoj protumačeno kao „politički i pravno neprihvatljiv čin širenja nadležnosti državnih tijela Republike Srbije.“ Srbija je tako pokrenula postupke protiv nekolicine hrvatskih državljana za ratne zločine. Nadalje, u ožujku 2016. godine Oreškovićeve Vlada nije pristala na otvaranje 23. poglavlja (Pravosuđe i temeljna prava) u pregovorima Europske unije i Srbije. Glavnu zapreku predstavljali su upravo srpski Zakon o organizaciji i nadležnosti državnih organa u postupku za ratne zločine i njegova odredba o univerzalnoj jurisdikciji, za koje je Hrvatska tražila ukidanje, a kasnije je ipak „popustila“ i deblokirala pregovore (usp. Josipović 2017).

Autor teksta, Zlatko Crnčec, naveden je nakon podnaslova teksta, a prije početka glavnog dijela teksta. Osim toga, njegovo je ime i vizualno izdvojeno od ostatka teksta jer se nalazi u sivo osjenčanoj pozadini s donjom crvenom crtom. U ovom primjeru tekstne vrste *vijest* kao eksplikativ namjera pošiljatelja je iznijeti stav Andreja Plenkovića po pitanju Borisa Jokića i kurikularne reforme te pobliže prikazati Plenkovićevo mišljenje i viđenje vanjskopolitičke situacije sa Srbijom i BiH. Adresat navedene činjenice uzima na znanje te ih prihvaća kao takve.

Komunikacijska funkcija, odnosno analiza ilokucijskog dijela odabranog primjera, kako je već ranije navedeno, bazira se na Searleovoj teoriji govornih činova koju preuzimaju i Brinker i dr. (2014) i Ivanetić (2003). U ovom tekstu jedan je ilokucijski čin dominantan, a to je eksplikativna funkcija teksta, što se može potvrditi i kroz sljedeće primjere:

*Predsjednik HDZ-a Andrej Plenković rekao je jučer da Kurikularna reforma ide dalje, te da postoji prostor da se u nju uključi...*

*...konstatirali smo da cijeli taj proces nije bio nikad ni od koga zaustavljen.*

*Identificirati cijeli proces samo s jednom osobom bilo bi pretenciozno.*

*Dodao je da je aktualni ministar Predrag Šustar „svojevrсна žrtva manipulacija...“*

*Razgovarali smo o odnosima Hrvatske, posebno s BiH...*

*Istaknuo je da je Vlada donijela ispravne odluke u vezi HRT-a „jer je Sabor raspušten i nije se moglo ići u natječaje oko glavnog ravnatelja“.*

*... besmislenih izjava koje je u više navrata izgovorio predsjednik SDP-a kako bi se dodvorio nekoj skupini birača. To za mene nije odgovorna i vjerodostojna politika.*

Osim navedenog i prevladavajućeg ilokucijskog čina, postoji još nekoliko „supsidijarnih“, tj. manjih činova, koji doprinose boljem razumijevanju glavnog cilja teksta (usp. Brinker i dr. 2014). U ovom se tekstu tako mogu pronaći tekstni dijelovi koji imaju i komisivnu, ekspresivnu i direktivnu ilokucijsku svrhu. Komisivima se pošiljatelj nešto obvezuje učiniti:

*U okviru programa **treba se voditi računa** i o hrvatskoj povijesti i jeziku, ...*

***Osobno se nikada neću spuštati na razinu komunikacije i prilično besmislenih izjava...***

dok se u ekspresivnoj funkciji izražava psihičko stanje pošiljatelja prema određenoj činjenici, u ovom slučaju radi se o kritici Plenkovića prema bivšoj SDP-ovoj Vladi:

*SDP-ova Vlada **nije napravila ništa** kada je riječ o hibridnoj jurisdikciji Srbije \* teritoriju svih države\* nastalih od bivše SFRJ. I zato **nekakvo zalaganje za zaštitu nacionalnih interesa po ovom pitanju u vrijeme predizborne kampanje nije vjerodostojno** – rekao je Plenković.*

Direktivna funkcija pak potiče adresata da nešto poduzme, što je vidljivo u sljedećem primjeru:

*Vrata za **sve one koji su spremni pomoći** u tom procesu u budućnosti **su otvorena** – rekao je Plenković.*

Plenković zapravo poziva sve one koji se osjećaju spremnima i sposobnima pomoći po pitanju kurikularne reforme da se jave te da su im vrata otvorena. Novinar je istu ovu rečenicu iz teksta odlučio napisati i u podnaslovu, gdje je ona otisnuta masnim slovima, što joj time dodatno daje na značaju, no ne toliko da bi se zbog toga ovaj primjer tekstne vrste *vijest* klasificirao kao direktiv, već je eksplikativna funkcija dominantna u ovom tekstu.

Promatranjem grafičkog dizajna teksta potrebno je istaknuti nekoliko činjenica: tekst zauzima glavnu poziciju na 4. stranici izdanja od 1. rujna 2016. godine i obuhvaća gornji i središnji lijevi i centralni dio stranice. Osim ovog analiziranog primjera, na stranici se uz sami desni rub nalaze dva kratka članka (o očitovanju Etičkog povjerenstva te o promatračima za Izbore 2016.), dok se na donjem lijevom i centralnom dijelu stranice nalazi tekst o gospodarskom programu HDZ-a. Analizirani primjer vizualno je odvojen od ostalih tekstova crtama, tj. obrubima ostalih članaka. Sastoji se od tekstualnog i od slikovnog dijela, s time da je jedan dio tekstualnog dijela grafički izdvojen od ostatka teksta i napisan je

bijelim slovima na crnoj podlozi, što svakako doprinosi da adresat svoj fokus usmjeri upravo na ovaj tekst. U tom je dijelu izdvojeno Plenkovićevo mišljenje vezano za izjave Milana Kujundžića o udbašima koji su ubijali za vrijeme komunizma. U slikovnom dijelu može se razlučiti nekoliko elemenata: to su fotografija, naslov fotografije te autor. Fotografija u boji smještena je u sredini teksta, odmah ispod podnaslova i od pet stupaca tekstualnog dijela ona zauzima tri. Na njoj je prikazan Andrej Plenković u odijelu i to u trenutku davanja izjava novinarima jer se ispred njega vide postavljeni mikrofoni hrvatskih medijskih kuća. Pozadina fotografije također je značajna jer na njoj dominira plava boja i vidljivi su logo i web stranica Hrvatske demokratske zajednice, odnosno piše *HDZ* te *hdz.hr*. Naslov fotografije napisan je ispod nje te je označen masnim slovima te glasi:

*Kurikularna reforma ne može biti pitanje bilo kojeg pojedinca – Andrej Plenković*

Ta je rečenica doslovno preuzeta iz tekstualnog dijela teksta i na kraju stoji ime Andreja Plenkovića koji je tu rečenicu i izgovorio. Treći dio slikovnog dijela odnosi se na autora fotografije, u donjem desnom kutu, uz desnu marginu, odozdo prema gore velikim tiskanim slovima stoji: D. Jelinek.

Analiza tekstualnog dijela započinje analizom uvodnog dijela teksta, odnosno naslovnim dijelom. Nadnaslov se nalazi u istaknutim uskim pravokutnicima – prvi je dio u crvenoj, a drugi u crnoj boji pozadine, dok su slova napisana bijelom bojom i velikim tiskanim slovima. U crvenom pravokutniku tekst glasi:

*Politički konsenzus*

dok se u nastavku, tj. u crnom pravokutniku nalazi tekst:

*Proces nikad nije bio zaustavljen*

Tek čitanjem glavnog naslova

*Šef HDZ-a ne isključuje ni Jokića iz nastavka kurikularne reforme*

postaje razumljivo da je „proces koji nikada nije bio zaustavljen“ iz nadnaslova zapravo kurikularna reforma. Navedeni glavni naslov ima najveći font te je otisnut masnim slovima, što pridonosi privlačenju pažnje na ovaj tekst.

Podnaslov ovog teksta je:

*Na njemu je da vidi koji je najbolji način da se ponovo uključi. **Vrata su otvorena za sve koji su spremni pomoći u tom procesu u budućnosti, kazao je Andrej Plenković,***

a ono što se u podnaslovu prvo ističe je to da je dio podnaslova otisnut masnim slovima, što se može interpretirati i kao poziv onima koji se osjećaju spremnima da po pitanju kurikularne reforme mogu pomoći i dati svoj doprinos, te je ranije upravo ova rečenica opisana kao rečenica s direktivnom tekstnom funkcijom.

Ovi netom opisani dijelovi protežu se cijelom širinom prostora teksta i tek nakon njih slijedi podjela tekstualnog dijela u pet stupaca. Na početku prvog od pet stupaca u sivom pravokutniku s crvenim donjim rubom nalazi se ime i prezime autora teksta: *Zlatko Crnčec*, pri čemu je cijelo prezime napisano velikim tiskanim slovima. Nakon ovog dijela masnim i velikim tiskanim slovima napisan je grad *Zagreb* kao mjesto gdje je vijest nastala. Nakon napisanog mjesta slijede dvije crvene strelice koje se protežu s lijeva na desno i ukazuju na početak glavnog dijela teksta.

Među ostalim primjerima tekstne vrste *vijest*, a koji su kategorizirani kao eksplikativi, mogu se pronaći nadnaslovi i naslovi kao što su:

*„Prljava kampanja“. Ljutit čelnik stranke Promijenimo Hrvatsku*

*Lovrinović: Podmeću mi da se zalažem za inflaciju i deflaciju* (16. kolovoza 2016. str. 7),

*Bivši ministar u utrci*

*Matić: Više od pola liste s braniteljskim statusom* (19. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Utrka za biračima. Najjače grupacije istodobno u Gorskom kotaru*

*HDZ, SDP i regionalci na sajmeni dan u Delnicama* (26. kolovoza 2016., str. 23).

Zanimljivo je da ovaj posljednji primjer od 26. kolovoza 2016. godine ima nešto drugačiji grafički dizajn teksta, tj. korištene boje nisu one tipične za ostale primjere iz Novog lista. Čak i po stranici na kojoj je tekst objavljen (str. 23) jasno je da je nešto drugačije – radi se naime o regionalnom dijelu Novog lista koji je prisutan u svakom broju i daje vijesti iz određenog dijela šire riječke regije, pa čak i cijele Primorsko-goranske županije. Umjesto inače prisutne crvene boje, u regionalnom dijelu koristi se plava boja, a ostatak teksta ima jednako grafičko oblikovanje.

U detaljno analiziranom prototipičnom primjeru glavni dio teksta može se vizualno podijeliti na četiri dijela. Naime, u tekstu su i dva podnaslova:

*Nacionalni identitet i*

### *Hibridna jurisdikcija*

te treći podnaslov koji je zapravo vizualno potpuno izdvojen iz glavnog dijela teksta te se nalazi u pravokutniku na desnoj strani teksta koji ima crnu podlogu i bijela slova. Osim toga, taj pravokutnik iznad gornjeg lijevog ruba ima još i uski crveni pravokutnik koji dodatno ističe ovaj već istaknuti dio. U tom dijelu koji ima podnaslov:

#### *Plenković odbio komentirati Kujundžićeve objede*

Plenković se osvrnuo na način komunikacije predsjednika SDP-a Zorana Milanovića te se obvezao da se on na takvu razinu nikada neće spuštati kako bi se dodvorio biračima, a komentar o Kujundžićevim izjavama da „je Milanović okružen potomcima bivših udbaša koji su ubijali za vrijeme komunizma“ novinarima nije htio dati.

U završnom dijelu teksta daje se samo kratko Plenkovićevo objašnjenje zašto on smatra da je Vlada donijela ispravne odluke vezane za HRT i njezina ravnateljja.

Na tematskoj razini analizira se sam sadržaj izrečenog. U ovom analiziranom primjeru tekstne vrste *vijest* kao eksplikativ preuzetom iz Novog lista prisutne su dvije osnovne teme – prva se odnosi na kurikularnu reformu, a druga je vezana za odnose Hrvatske sa susjednim državama, preciznije radi se o pitanju jurisdikcije Srbije na području bivše Jugoslavije. Kroz cijeli tekst prenose se riječi i stajališta Andreja Plenkovića. Novinar je kao značajniju od dvije teme istaknuo onu vezanu za kurikularnu reformu jer se i nadnaslov, i glavni naslov i podnaslov odnose upravo na tu temu. I prvi podnaslov u glavnom dijelu teksta i dalje se odnosi na kurikularnu reformu, a tek drugi podnaslov uvodi novu temu. U početnom dijelu glavnog dijela teksta Plenković navodi kako se Kurikularna reforma nastavlja, i to još od 2005. u vrijeme HDZ-ovih vlada, te da je i njen bivši voditelj Boris Jokić i dalje dobrodošao u proces. Plenković nastavlja da se radi o nadstranačkom pitanju i da HDZ pokazuje „otvorenost i pluralizam mišljenja“ jer je održao sastanak s bivšim ministrima obrazovanja. Nadalje, za šefa HDZ-a kurikularna reforma nije pitanje pojedinca i svi su dobrodošli u tom procesu. Osvrnuo se i na važnost povezivanja obrazovnog sustava s tržištem rada te da bi sve trebalo biti spremno za školsku godinu 2017./ 2018., a fokus u procesu treba staviti na nacionalni identitet, što zapravo predstavlja i prvi podnaslov u glavnom dijelu teksta, te stoga Plenković naglašava:

*... treba se voditi računa i o hrvatskoj povijesti i jeziku, nacionalnom identitetu, i svemu onom što je bitno da naši mladi ljudi budu svjesni što su, tko su i odakle dolaze. I da bi ih takav široki program pripremao za specijalistička znanja.*

Druga tematska cjelina ovog teksta kreće od drugog podnaslova u glavnom dijelu teksta i kako je ranije navedeno, radi se o odnosima Republike Hrvatske s Bosnom i Hercegovinom te Srbijom. Kao prva podtema ove tematske cjeline može se navesti objašnjavanje odnosa s Bosnom i Hercegovinom i njena važnost, pa Plenković tako navodi:

*... budući da je BiH u vanjskopolitičkom smislu prioritet broj jedan za HDZ i za iduću hrvatsku vladu.*

Što se druge pod teme tiče, tj. odnosa Hrvatske i Srbije, predsjednik HDZ-a naglašava da se trebaju smiriti tenzije i stvoriti preduvjeti za rješavanje otvorenih rezidualnih pitanja. Plenković u ovom dijelu kritizira i prethodnu SDP-ovu Vladu koja „nije napravila ništa kada je riječ o hibridnoj jurisdikciji Srbije \* teritoriju svih države\* nastalih od bivše SFRJ.“ Kritika Andreja Plenkovića prema SDP-u nastavlja se i izdvojenom dijelu teksta s podnaslovom „Plenković odbio komentirati Kujundžićeve objede“, a kako i sam naslov kaže, komentar na izjave člana HDZ-a Milana Kujundžića Plenković nije htio dati, već je dao objašnjenje da „se osobno nikada neće spuštati na razinu komunikacije i prilično besmislenih izjava koje je u više navrata izgovorio predsjednik SDP-a kako bi se dodvorio nekoj skupini birača.“

Završni dio teksta donosi treću temu u samo jednoj rečenici koja je vezana za situaciju u HRT-u, odnosno Plenković je podržao Vladu u odluci da se zbog raspuštanja Sabora ne može objaviti natječaj za novog glavnog ravnatelja HRT-a.

Osim samih tema pojedinih tekstnih dijelova, valja analizirati i tematsku shemu. Odabrani članak ima eksplikativni i deskriptivni razvoj teme. Naime, kako je već ranije rečeno, jedna se činjenica objašnjava uz pomoć drugih činjenica. Tako je npr. činjenicu da se Kurikularna reforma nastavlja Andrej Plenković objasnio da reforma nikada nije ni bila zaustavljena i da traje još od 2005. godine i vremena HDZ-ovih vlada. Vezano uz drugu temu, činjenicu da je Plenković razgovarao s povjerenikom za proces proširenja i susjedstvo Johannesom Hahnom o odnosima Hrvatske s BiH i Srbijom, sam Plenković dodatno objašnjava govoreći da je BiH prioritet broj jedan za HDZ i da se sa Srbijom trebaju riješiti još otvorena rezidualna pitanja. Eksplikativni razvoj teme obilježavaju i izjavne rečenice koje prevladavaju u ovom tekstu.



Tekst gotovo u cijelosti iznosi Plenkovićeve riječi, neke su prenesene u upravnom, neke u nepravnom govoru, no svakako se radi o izjavnim rečenicama.

S obzirom da je eksplikativni razvoj teme često usko povezan s onim deskriptivnim, valja istaknuti i takve karakteristike u ovom tekstu. Jasno je definiran vremenski period, zna se da je „Plenković rekao **jučer** da Kurikularna reforma ide dalje“ te da je **jučer** održan sastanak s nekadašnjim ministrima obrazovanja i znanosti. Osim toga, Plenković je „**u utorak** boravio u Bruxellesu gdje je imao niz sastanaka, među njima i s povjerenikom za proces proširenja u susjedstvo Johannesom Hahnom.“ Nadalje, u deskriptivnom razvoju teme karakteristično je da se tema dogodila samo jednom, a prema Brinkeru i dr. (2014) to je jedno od obilježja upravo tekstne vrste *vijest*, što vrijedi i za ovaj analizirani primjer.

Analizom lokucijskog dijela teksta, odnosno analizom jezične razine teksta sagledana je gramatička struktura teksta. U uvodnom, tj. naslovnom dijelu teksta, u nadnaslovu se koristi pasivna konstrukcija:

*Proces nikad nije bio zaustavljen*

Radi se o doslovnim riječima Andreja Plenkovića koje su preuzete iz glavnog dijela teksta, gdje stoji:

*Kada je riječ o Kurikularnoj reformi, konstatirali smo da cijeli taj proces nije bio nikad ni od koga zaustavljen.*

Isto tako, i podnaslov je sastavljen od dijelova dvaju rečenica preuzetih iz glavnog dijela teksta, a na kraju je i naveden Andrej Plenković kao autor:

*Na njemu je da vidi koji je najbolji način da se ponovo uključi. **Vrata su otvorena za sve koji su spremni pomoći u tom procesu u budućnosti**, kazao je Andrej Plenković*

Već u uvodnom dijelu teksta nalaze se elementi koji ukazuju na gramatičku koherenciju teksta – u naslovu i nadnaslovu može se pronaći primjer eksplicitnog nadovezivanja, odnosno imenovanja iste reference, a radi se o Andreju Plenkoviću:

*Šef **HDZ-a** ne isključuje ni Jokića iz nastavka Kurikularne reforme*

*Vrata su otvorena za sve koji su spremni pomoći u tom procesu u budućnosti, kazao je **Andrej Plenković***

I kroz glavni dio teksta ponavlja se ista referenca:

*Predsjednik HDZ-a Andrej Plenković rekao je jučer da Kurikularna reforma ide dalje...*

*... rekao je jučer Plenković nakon sastanka s nekadašnjim ministrima obrazovanja i znanosti...*

*Plenković je dodao da ova činjenica pokazuje...*

*... rekao je Plenković dodajući da bi cijeli proces trebao biti spreman...*

*Šef HDZ-a rekao je da je u utorak boravio u Bruxellesu...*

*Plenković odbio komentirati Kujundžićeve objede*

EksPLICITNO nadovezivanje u hrvatskom jeziku prisutno je i samim nastavkom rečenice s neizrečenim subjektom pa se tako opet za istu referencu, Andreja Plenkovića, mogu naći primjeri kao što su:

*... rekao je Plenković. Dodao je #on# da je aktualni ministar Predrag Šustar...*

*... rekao je Plenković. Istaknuo je #on# da je Vlada donijela ispravne odluke...*

I u slikovnom dijelu pronalazi se ponavljanje iste reference. Na fotografiji je prikazan Andrej Plenković, a u naslovu fotografije stoji:

*Kurikularna reforma ne može biti pitanje bilo kojeg pojedinca – Andrej Plenković*

Ovaj je primjer također dokaz da je tekst u potpunosti koherentan. Koherencija podrazumijeva smislenost teksta, tj. povezanost među rečenicama, a smisao dobiva kada se u proces uključi i pošiljateljevo predznanje (usp. Ivanetić 2003: 9, Beaugrande i Dressler 2010: 7, Adamzik 2016: 31). Nadalje, kako navodi Ivanetić (2003: 11), koherencija se među ostalim postiže i provlačenjem iste teme kroz tekst, zatim leksičkim i morfološkim kriterijima koji nam daju okvir vremenske orijentacije teksta. Tako se, osim eksplicitnog nadovezivanja, u analiziranom primjeru tekstne vrste vijest kao eksplikativ javljaju i primjeri implicitnog nadovezivanja koje prema Brinkeru i dr. (2014) označava izraze koji se inače odnose na različite reference, no u određenom tekstu postoji neka djelomična veza među njima te i implicitno nadovezivanje ukazuje na koherenciju određenog teksta. U ovom analiziranom primjeru pronalaze se tako *reforma*, *proces*, *pitanje* i *program*, a iz teksta je jasno da u ovom slučaju sve četiri riječi označavaju isti pojam, odnosno Kurikularnu reformu:

... **Kurikularna reforma** ide dalje, te da postoji prostor da se u **nju** uključi i njen donedavni voditelj Boris Jokić.

Kada je riječ o **Kurikularnoj reformi**, konstatirali smo da **cijeli taj proces** nije bio nikad...

Dapače, **cijeli je proces** započeo još 2005.

Riječ je o nadstanačkom **pitanju** koje zahtijeva...

Identificirati **cijeli proces** samo s jednom osobom bilo bi pretenciozno.

Vrata za sve one koji su spremni pomoći u **tom procesu** u budućnosti su otvorena...

U okviru **programa** treba voditi računa i o...

I da bi ih takav **široki program** pripremao za specijalistička znanja...

... dodajući da bi **cijeli proces** trebao biti spreman za sljedeću školsku godinu 2017./18.

Na leksičkoj razini podrazumijeva se korištenje političke terminologije pa se tako u ovom tekstu pronalaze primjeri poput: *predsjednik HDZ-a, reforma, HDZ-ove vlade, Vlada, nadstranačko pitanje, politički konsenzus, ministri obrazovanja i znanosti, šef resora, SDP-ova Vlada, aktualni ministar, šef HDZ-a, povjerenik za proces proširenja i susjedstvo, vanjskopolitički smisao, zaštita nacionalnih interesa, vrijeme predizborne kampanje, Vlada donosi ispravne odluke, Sabor je raspušten, predsjednik SDP-a, dodvoriti se biračima ili kandidat HDZ-a.*

Iz ostalih primjera tekstne vrste *vijest* kao eksplikativ, a koje su preuzete iz Novog lista također je moguće pronaći razne primjere specifičnog političkog leksika, za koji je ranije rečeno da je jedno od obilježja politolingvističke analize. Takvi su primjeri npr.: *bivši ministar, lista, braniteljski status, kandidati Narodne koalicije, predstavljanje, Vlada Zorana Milanovića, ministar branitelja, izborna jedinica, dobiti povjerenje, povesti Hrvatsku, stabilnost, nositelj liste, pokazatelj kvalitete, mandat u vladi, preferencijalni glasovi, prava branitelja, prljava kampanja, čelnik stranke, podmetati /kome/, predsjednik stranke, predstojeći parlamentarni izbori, izaći na izbore u koaliciji s kime, postići izvrstan rezultat, najveći adut, ekonomski program, konkretna rješenja iz ekonomije, kampanja za parlamentarne izbore, zalagati se za što, ekonomska politika ili političko prepucavanje na neku temu.*

Očekivano, česta je uporaba pridjeva *politički* u sintagmama preuzetim iz ovih primjera, no dominantno značenje i nešto jači naglasak je na imenicama u sintagmi, pa se kao primjeri mogu izdvojiti recimo *politički konsenzus*, *političko prepucavanje* ili čak pridjevska složenica *vanjskopolitički smisao*.

Snažno značenje nose neke od sintagmi u kojima je dominantan pridjevski dio sintagme, kao što su npr. *nadstranačko pitanje*, *vanjskopolitički smisao* ili *prljava kampanja*, u kojima „obična“ imenica (inače iz svakodnevnog života) dobiva puno snažnije značenje i pripadajući pridjev zaista ju jako definira. U primjeru *prljave kampanje* u tekstu „Lovrinović: Podmeću mi da se zalažem za inflaciju i deflaciju“ (Novi list, 16. kolovoza 2016., str. 7) može se govoriti o vrlo učestalom opisu političke kampanje kao prljave. Sintagma se pojavljuje u nadnaslovu

*„Prljava kampanja“ Ljutit čelnik stranke Promijenimo Hrvatsku*

te u rečenici u tekstu:

*Uvjeren je i kako će kampanja za parlamentarne izbore biti „prljava“. „Već je počelo s našim ekonomskim programom. Meni osobno podmeću da se zalažem za inflaciju i devalvaciju, da je ovo avanturistički projekt i eksperiment. Ja svima poručujem da smo 20 godina imali jednu te istu ekonomsku politiku koja nas je dovela na rub propasti“.*

Radi se ovdje o konceptualnoj metafori LOŠE JE PRLJAVO, gdje se u oprečnosti nalazi nešto čisto, bijelo, uredno, a to su stavovi koji se u društvu cijene, dok ono što je prljavo (crno i neuredno) zaslužuje osudu društva. Ovom izjavom Lovrinović zapravo očekuje i zna da će u predizbornoj kampanji drugi akteri biti nepošteni jer i sam navodi da su mu već počeli podmetati iako on iznosi konkretna ekonomska rješenja koja će biti na dobrobit građana Republike Hrvatske.

Analizirani tekst iz Novog lista u potpunosti prenosi izjave i mišljenja predsjednika HDZ-a Andreja Plenkovića te nema niti jednog komentara, opaske ili objašnjenja samog novinara. Cijeli je tekst prožet korištenjem upravnog i neupravnog govora koji se izmjenjuju. Upravni govor najčešće je uveden crticom (–). Mogu se izdvojiti tako sljedeći primjeri:

*– Kada je riječ o Kurikularnoj reformi, konstatirali smo da cijeli taj proces nije bio nikad ni od koga zaustavljen. Dapače, cijeli je proces započeo još 2005. u vrijeme*

*HDZ-ovih vlada, a nastavio se i tijekom ove Vlade. Riječ je o nadstranačkom pitanju koje zahtijeva širok društveni, pa i politički konsenzus – rekao je jučer Plenković...*

*– A gospodin Jokić je samovoljno napustio dužnost koju je imao. Na njemu je da vidi koji je najbolji način da se ponovo uključi u proces. (...) Vrata za sve one koji su spremni pomoći u budućnosti su otvorena – rekao je Plenković.*

*– Povezivanje obrazovnog sustava i tržišta rada ključno je za budućnost Hrvatske. (...) I da bi ih takav široki program pripremao za specijalistička znanja – rekao je Plenković...*

*– Razgovarali smo o odnosima Hrvatske, posebno s BiH, budući da je BiH u vanjskopolitičkom smislu prioritet broj jedan za HDZ i za iduću hrvatsku vladu. Kao i o odnosima sa Srbijom, da se vode na odgovoran način koji ide za smirivanjem tenzija i za stvaranjem preduvjeta da se riješe otvorena rezidualna pitanja iz vremena velikosrpske agresije – rekao je Plenković.*

*– SDP-ova Vlada nije napravila ništa kada je riječ o hibridnoj jurisdikciji Srbije \* teritoriju svih države\* nastalih od bivše SFRJ. I zato nekakvo zalaganje za zaštitu nacionalnih interesa po ovom pitanju u vrijeme predizborne kampanje nije vjerodostojno – rekao je Plenković.*

U tri se primjera koriste navodni znakovi, i to:

*Plenković je dodao da ova činjenica pokazuje HDZ-ovu „otvorenost i pluralizam mišljenja, kao i Mornarovu spremnost da znanjem i iskustvom pomogne u formiranju naših stajališta“.*

*Dodao je da je aktualni ministar Šustar „svojevrсна žrtva manipulacija u našem javnom dijalogu“.*

*Istaknuo je da je Vlada donijela ispravne odluke u vezi HRT-a „jer je Sabor raspušten i nije se moglo ići u natječaje oko glavnog ravnatelja“.*

Kada se pak radi o nepravnom govoru, izdvajaju se ovi primjeri:

*Predsjednik HDZ-a Andrej Plenković rekao je jučer da Kurikularna reforma ide dalje, te da postoji prostor da se u nju uključi i njen donedavni voditelj Boris Jokić.*

*... dodajući da bi cijeli proces trebao biti spreman za sljedeću školsku godinu 2017./18.*

*Šef HDZ-a rekao je da je u utorak boravio u Bruxellesu gdje je imao niz sastanaka, među njima i s povjerenikom za proces proširenja i susjedstvo Johannesom Hahnom.*

Osim toga, ističe se i način prezentacije činjenica od strane Andreja Plenkovića s obzirom na to je li informacija prezentirana s pozitivnim ili negativnim konotacijama. Kako je ranije objašnjeno, radi se o tzv. *framing* efektu, na temelju kojeg će adresati odlučiti o mogućim opcijama i što bi u konačnici moglo utjecati na samu odluku o glasovanju na izborima. Kada je riječ o Kurikularnoj reformi, ona, prema Plenkoviću, „*ide dalje*“, „*cijeli je proces započeo još 2005. u vrijeme HDZ-ovih vlada, a nastavio se i tijekom ove Vlade*“ te da bi „*mlade ljude takav široki program pripremao za specijalistička znanja*“, a može se interpretirati kao metafora REFORMA JE KRETANJE PREMA NAPRIJED. Predsjednik HDZ-a odaje pozitivan stav prema reformi, međutim, kada je riječ o njenu voditelju, pogled mu je nešto drugačiji. Naime, „*gospodin Jokić je samovoljno napustio dužnost koju je imao*“, a „*pitanje kurikularne reforme ne može biti pitanje bilo kojeg pojedinca*“ i „*identificirati cijeli proces samo s jednom osobom bilo bi pretenciozno*“, iz čega se jasno daje do znanja negativan stav Plenkovića prema Jokiću. Nadalje, šef HDZ-a napominje i kako je na Jokiću „*da vidi koji je najbolji način da se ponovno uključi u proces*“ te „*da su vrata za sve one koji su spremni pomoći u tom procesu u budućnosti otvorena*“, čime na Borisa Jokića prebacuje odluku o daljnjem sudjelovanju u reformi govoreći kako on nikoga neće odbiti, iako ga je prije toga indirektno kritizirao.

Osim toga, korištenje negativno obilježenih riječi za negativan prikaz „njih“, tj. „drugih“, a pozitivan prikaz „nas“ i korištenje pozitivno obilježenih riječi (usp. van Dijk 2006; Miletić i Perić 2022) vidljiv je i u sljedećim Plenkovićevim iskazima:

– *SDP-ova Vlada nije napravila ništa kada je riječ o hibridnoj jurisdikciji Srbije...*

*Osobno se nikada neću spuštati na razinu komunikacije i prilično besmislenih izjava koje je u više navrata izgovorio predsjednik SDP-a kako bi se dodvorio nekoj skupini birača.*

*Plenković je dodao da ova činjenica pokazuje HDZ-ovu „otvorenost i pluralizam mišljenja, kao i Mornarovu spremnost da znanjem i iskustvom pomogne u formiranju naših stajališta“.*

Za ovu parlamentarnu kampanju HDZ je odabrao slogan „*Vjerodostojno*“, a upravo tu riječ Andrej Plenković strateški koristi pri davanju izjava i komentiranju događaja, pa se tako u analiziranom tekstu pojavljuje dva puta:

*SDP-ova Vlada nije napravila ništa kada je riječ o hibridnoj jurisdikciji Srbije (...). I zato nekakvo zalaganje za zaštitu nacionalnih interesa po ovom pitanju u vrijeme predizborne kampanje nije vjerodostojno – rekao je Plenković.*

*Osobno se nikada neću spuštati na razinu komunikacije i prilično besmislenih izjava koje je u više navrata izgovorio predsjednik SDP-a kako bi se dodvorio nekoj skupini birača. To za mene nije odgovorna i vjerodostojna politika – rekao je Plenković (...).*

U oba primjera riječ *vjerodostojno* koristi se u negacijskim rečenicama, odnosno, Plenković komentira negativne poteze SDP-a i objašnjava kako to nije vjerodostojno ponašanje.

#### 5.1.2.2. Večernji list

Prototipičan primjer tekstne vrste *vijest* kao eksplikativ koji se u ovom radu analizira, a preuzet je iz Večernjeg lista, objavljen je u srijedu 31. kolovoza 2016. godine na stranici 5 i nosi naslov: *S Milanovićem sam razgovarao, Plenkovića sreo*. Taj je tekst odabran za analizu jer je dijelom tematski blizak s prototipičnim tekstom preuzetim iz Novog lista koji je netom prije analiziran. Ovaj se primjer može klasificirati kao tekstni tip asertiva, podtip eksplikativ, iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj adresatu objašnjava stajališta nekih političara vezana uz provedbu kurikularne reforme u Hrvatskoj, odnosno o ulozi Borisa Jokića u reformi,
2. komunikacijska namjera teksta je da se adresatu predoči stanje stvari, točnije da se pojasni uloga Borisa Jokića u kurikularnoj reformi te se daje uvid i mišljenje pojedinih stranaka po tom pitanju, a od adresata se očekuje da takva objašnjenja i prihvati,
3. osnovni komunikacijski proces je da pošiljatelj adresatu prenosi stajališta pojedinih stranaka vezanih za Borisa Jokića i kurikularnu reformu i daje pojašnjenja o istima,
4. komunikacijska situacija je uzimanje na znanje određenog iskaza od strane adresata,
5. predmet komunikacije je pojašnjavanje situacije vezane uz kurikularnu reformu te iznošenje stajališta nekih stranaka po tom pitanju.

Kontekstualno se ovaj analizirani primjer može poistovjetiti s prvim dijelom konteksta primjera analiziranog iz Novog lista „Šef HDZ-a ne isključuje ni Jokića iz nastavka kurikularne reforme,“. Naime, kao što je ranije navedeno, izrada Cjelovite kurikularne reforme započela je 2015. godine, a na njenom čelu nalazila se Ekspertna radna skupina s voditeljem Borisom Jokićem. Međutim, u svibnju 2016. godine oni su odstupili sa svojih pozicija zbog, kako je Jokić rekao, nedovoljne potpore vladajućih i zaključka da postojeću radnu skupinu u tom trenutku treba proširiti s još deset novih članova, što je protumačeno kao politički pritisak na radnu skupinu.

Analizom teksta na komunikacijsko-pragmatičnoj razini definira se i namjera pošiljatelja. Cilj ovog primjera tekstne vrste *vijest* kao eksplikativ je iskazati kakav je stav Borisa Jokića prema nastavku cjelovite kurikularne reforme te što o situaciji misle predstavnici nekih od političkih stranaka koje sudjeluju u kampanji. Adresat tako iznesene činjenice „usvaja“ i prihvaća ih kao istinite.

Analiza ilokucijskog dijela ovog teksta uključuje funkcije teksta koje se baziraju na Searlovoj klasifikaciji govornih činova, a koju su u analizi tekstova preuzeli Brinker i dr. (2014), Ivanetić (2003) i Jurin (2010). U ovom analiziranom primjeru tekstne vrste *vijest* ilokucijska svrha, odnosno komunikacijska namjera je ta da se adresatu predstave stavovi aktera povezanih s kurikularnom reformom. To nas dovodi do zaključka da se radi o Brinkerovoj (1992; 2014) informativnoj funkciji, odnosno o asertivnoj funkciji kod Ivanetić (2003), koja se može i preciznije definirati kao eksplikativna funkcija. Ona je orijentirana na određenu informaciju i iznošenje mišljenja i upravo se ona kao takva provlači kroz cijeli tekst. U nekim je dijelovima analiziranog primjera funkcija vidljiva eksplicitno, npr.:

*Jokić zaista ostavlja dojam da **bi** mjesto voditelja kurikularne reforme **mogao prihvatiti**, ali...*

*U HDZ-u **smatraju** da kurikularna reforma...*

*... u određenim krugovima **spominju** i profesora Damira Jelića.*

Prvi navedeni primjer usto može se promatrati i u još jednom aspektu, a to je da se izjava, odnosno stupanj sigurnosti izjave može i ograničiti, u ovom slučaju radi se o uporabi modalnog glagola – „mogao bi prihvatiti“.

Analizom grafičkog oblikovanja teksta prvo se uočava da se članak sastoji od tekstualnog i od slikovnog dijela. Obimom je najveći tekst na stranici i smješten je u njezinu gornjem



lijevom dijelu. Slika je pozicionirana na desnoj strani i zauzima gotovo cijeli prostor članka, osim nekoliko redaka teksta koji su smješteni ispod slike. I slika ima svoju komunikacijsku funkciju, a to u ovom tekstu je cilj da pobudi pozornost adresata i privuče pažnju na tekstualni dio, što se može shvatiti kao indirektni poticaj pošiljatelja prema adresatu (usp. Brinker i dr. 2014). Nadalje, vizualne informacije intuitivno se razumiju, brže prihvaćaju i brže urezuju u pamćenje (usp. Maurer 2010; Jurin i Kružić 2020b). Slikovni dio u ovom članku sastoji se od nekoliko elemenata. Prvi je fotografija u boji, na kojoj je prikazan Boris Jokić fotografiran u trenutku davanja intervjua novinarima. U prvom planu fotografije vidljivi su mikrofoni vodećih hrvatskih televizijskih kuća te ruke novinara koje ih drže, što je za ovu analizu irelevantno. Drugi je dio naslov, odnosno opis fotografije, a on je smješten ispod same fotografije i glasi:

*„Boris Jokić ostavlja dojam da bi mjesto voditelja reforme mogao prihvatiti“.*

Taj je opis napisan različitim fontom od onog koji je korišten u tekstualnom dijelu članka te se time vizualno izdvaja od ostatka teksta. Treći se dio slikovnog dijela odnosi na izvor fotografije, tj. naveden je autor prikazane fotografije. Uz gornji lijevi rub fotografije, odmah ispod kuta, velikim tiskanim slovima napisano je: *Jurica Galoić/Pixsell*. Radi se o fotoreporteru koji je u trenutku objave članka radio u fotoagenciji Pixsell.

Tekstualni dio članka se može podijeliti na uvodni dio, središnji dio i završni dio. U uvodni dio analiziranog primjera uključeni su nadnaslov, glavni naslov, podnaslov, kratki sažetak i podaci o autoru teksta. Nadnaslov je napisan tamnocrvenom bojom, font je nešto veći od onog korištenog u glavnom dijelu teksta, a u ovom prototipičnom primjeru on glasi:

*Boris Jokić:*

Takav nadnaslov daje naslutiti da se radi o tekstnoj vrsti *intervju*, što bi bez čitanja cijelog teksta odvelo adresata u zabludu, a tome pridonose dvotočka na kraju nadnaslova i, odmah potom, glavni naslov koji je napisan u prvom licu jednine i glasi:

*S Milanovićem sam razgovarao, Plenkovića sreću*

Glavni naslov ima masno otisnuta slova i najveći font te se upravo time ističe ne samo u uvodnom dijelu, već i u cijelom tekstu, te uz fotografiju privlači najveću pažnju adresata. Između glavnog naslova i podnaslova jedan je redak proreda te onda u nešto manjem fontu (ali i dalje većem od glavnog dijela teksta) i standardno otisnut nalazi se sljedeći podnaslov:

*SDP želi da Jokić nastavi reformu, HDZ ga ne isključuje*

Kako je ranije i navedeno, jedno od obilježja članaka iz Večernjeg lista je kratki sažetak, odnosno „podnaslov podnaslova“ koji se nalazi nakon „pravog“ podnaslova. Što se grafičkog dizajna teksta tiče, ovdje je važno napomenuti da je nakon nadnaslova, glavnog naslova i podnaslova tekstualni dio podijeljen u četiri stupca od kojih su dva smještena ispod slike – jedan sadrži izdvojenu izjavu iz samog članka, a drugi stupac je nastavak tekstualne poruke. Naime, u uvodni dio teksta ubrajaju se i kratki sažetak i podaci o autoru teksta koji su u ovom primjeru grafički smješteni u netom opisane stupce i nalaze se odmah na početku prvog stupca. Kratki sažetak je otisnut masnim slovima, tekst u njemu nije poravnat na obje margine, no veličina slova jednaka je ostatku glavnog dijela teksta. U tom dijelu navedeno je kako slijedi:

*Stranka Pametno želi bivšeg voditelja kurikularne reforme Jokića za ministra obrazovanja, no on kaže da ga to ne zanima*

Iz dosad navedenih elemenata uvodnog dijela teksta može se zaključiti da je sadržajno sve rečeno jer saznajemo da Boris Jokić sam potvrđuje razgovor s Milanovićem i susret s Plenkovićem, da ga Milanovićeva stranka želi na čelu reforme, a HDZ ga iz nje ne isključuje, dok je za stranku Pametno on kandidat za ministra obrazovanja, što Jokića ne zanima.

Zadnji dio uvodnog dijela podrazumijeva informacije o autoru teksta i dodatnim redom razmaka iznad i ispod odvojen je od ostalih elemenata teksta. Ovaj tekst napisala je novinarka Irena Kustura čije su ime i prezime podebljani, a njezina je mail adresa navedena odmah u retku ispod imena i prezimena te glasi *irena.kustura@vecernji.net*. U istom paragrafu stoji još i *Zagreb*, riječ je napisana velikim tiskanim slovima i označava mjesto gdje je članak napisan.

Može se ovdje izdvojiti i poneki primjer iz ostalih tekstova Večernjeg lista koji su kategorizirani kao tekstna vrsta *vijest*, a pripadaju tekstnom podtipu eksplikativa. Mogu se recimo tako pronaći nadnaslovi:

*Pametno o promjenama* (20. kolovoza 2016., str. 6),

*Problemi u HSS-u* (27. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Sučeljavanje šest stranaka o školstvu* (2. rujna 2016., str. 5),

dok su neki od glavnih naslova npr.:

*Razvoj poduzetništva otežava 1000 prepreka* (20. kolovoza 2016., str. 6),

*Poljoprivredni strateg HSS-a dao ostavku. Beljak: Tražio je fotelju* (27. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Svi za nastavak reforme, podijeljeni oko voditelja Jokića* (2. rujna 2016., str. 5).

Analizom središnjeg dijela ovog prototipičnog teksta vidljivo je da je tekst raspoređen u ranije spomenutih četiri stupca te da je u trećem stupcu istaknuta jedna rečenica koja je otisnuta masnim slovima i njezin je font nešto veći nego ostatak glavnog dijela teksta. Ta rečenica glasi:

*„Rado bih vidio Borisa Jokića na čelu ekspertne radne skupine“, kaže prof. Neven Budak*

Ta rečenica nije izravno preuzeta iz glavnog dijela teksta i kao takva se ne pojavljuje u samom tekstu, i tek je čitanjem cijelog teksta jasno da je tu izjavu dao prof. dr. Neven Budak, SDP-ov kandidat za ministra obrazovanja. Ovakvim izdvojenim i istaknutim dijelom teksta implicitno se ukazuje na vrsnost i kompetenciju profesora Budaka koji podržava (dosadašnji) rad Borisa Jokića i želi da s radom na Kurikularnoj reformi i nastavi.

Osim toga, središnji dio teksta ima i dva međunaslova. Oni su od prethodnog dijela odijeljeni redom razmaka, otisnuti su masnim slovima i njihova je veličina neznatno veća od glavnog dijela teksta. U ovom primjeru ti međunaslovi glase:

*Nije odgovorio precizno i*

*Institut za reformu.*

Promatrajući samo navedene međunaslove iz središnjeg dijela teksta teško se može zaključiti na što se oni odnose, odnosno tko to nije precizno odgovorio i na koje pitanje te što točno institut za reformu podrazumijeva (jer kao takav u trenutku pisanja teksta nije postojao) i tko o njemu razmišlja. Što se grafičkog dizajna teksta tiče, u završnom dijelu teksta nema posebnih obilježja osim crnog kružića koji se pojavljuje u zadnjem redu teksta i nalazi se poravnat na desnoj margini. Taj kružić grafički daje do znanja da je njime tekst završen.

Tematska razina teksta omogućava uvid u sadržaj napisanoga u članku. U analiziranom primjeru tekstne vrste *vijest* kao eksplikativ glavna je tema kurikularna reforma školstva koja se treba provesti i njezin bivši voditelj Boris Jokić i cijeli tekst odnosi se na istu temu. Može se odrediti i nekoliko podtema koje samo kroz različite perspektive daju pogled na istu

glavnu temu, a to su viđenja stranke Pametno, SDP-ova kandidata za ministra obrazovanja te predsjednika HDZ-ova Odbora za znanost u pogledu kurikularne reforme i pozicije Borisa Jokića u njoj. U prvom dijelu teksta novinarka navodi da bi stranka Pametno Jokića željela za ministra obrazovanja, što on odbija, govoreći da ga politički angažman ne zanima. Nastavlja s prenošenjem Jokićevih riječi o susretima s Milanovićem i Plenkovićem, a potom su citirane riječi Nevena Budaka koji tvrdi da je Jokiću mjesto na čelu ekspertne radne skupine, što ovaj još nije potvrdio:

*Rado bih vidio Borisa Jokića na čelu ekspertne radne skupine. Mislim da ćemo se nakon izbora držati procedure i raspisati natječaj za formiranje ekspertne radne skupine za kurikularnu reformu. Nadam se da će se javiti Boris Jokić i ostali bivši članovi ERS-a. O tome sam načelno razgovarao s Jokićem, nije mi da precizan odgovor, ali je moj dojam da bi za to mjesto mogao biti zainteresiran.*

Novinarka nakon drugog međunaslova daje svoj sud o mogućem Jokićevu prihvaćanju te funkcije te navodi da bi pomoćnica ministra u SDP-ovoj vladi mogla biti Sabina Glasnovac te da bi mogli osnovati institut za kurikularnu reformu. U posljednjem dijelu glavnog dijela teksta iznose se mišljenja HDZ-a da se reforma ne smije vezati isključivo uz jednu osobu, a riječi Radovana Fuchsa, predsjednika HDZ-ova Odbora za znanost prenose se izravno:

*Boris Jokić dao je svoj doprinos kurikularnoj reformi, mi ga ni do sada nismo isključivali iz tog projekta, pa to nećemo činiti ni ubuduće, bude li Boris Jokić zainteresiran za suradnju.*

Na samom kraju teksta novinarka iznosi ime potencijalnog ministra obrazovanja iz redova HDZ-a, što oni nisu potvrdili, već se to ime „spominje u određenim krugovima“.

U ovom primjeru može se govoriti o eksplikativnom i deskriptivnom razvoju teme. Naime, novinarka objašnjava jednu činjenicu koristeći se „dokazima“ iz drugih činjenica, ili konkretnije, činjenicu da neke stranke Borisa Jokića vide kao novog ministra obrazovanja ili ponovnog voditelja kurikularne reforme objašnjava, tj. potkrepljuje izjavama samog Jokića koji ministarsku funkciju neće prihvatiti. Osim toga, obilježje eksplikativnog razvoja teme su i izjavne rečenice, a uvidom u tekst razvidno je da je cijeli tekst sastavljen isključivo od izjavnih rečenica. Nadalje, kako navode Brinker i dr. (2014), eksplikativni razvoj teme često je povezan s deskriptivnim razvojem te se tome u prilog mogu navesti neki elementi koji su tipični za deskriptivni razvoj teme: tema se dogodila samo jednom, što je

karakteristično za tekstnu vrstu *vijest*. Osim toga, tema se može podijeliti na komponente te se može vremenski jasno definirati. Logičan je i vremenski slijed događaja, u srpnju, prije početka godišnjeg odmora, Jokić je razgovarao s Milanovićem, a potom je slučajno sreo Plenkovića u Pločama. Također, slijed govori i da ako SDP bude formirao vladu, tada će „*nakon izbora raspisati natječaj za formiranje ekspertne radne skupine za kurikularnu reformu.*“

Pri analizi jezično-stilističke razine teksta pažnja je posvećena samoj lokuciji, dakle formi iskaza, što je najvidljivije kroz gramatičke uvjete koherencije teksta. Ističu se prvo nadnaslov i naslov ovog analiziranog primjera jer zapravo predstavljaju upravni govor. U nadnaslovu se navodi ime pošiljatelja i slijedi dvotočka, a glavni naslov koristi oblik prvog lica jednine:

*Boris Jokić:*

*S Milanovićem sam razgovarao, Plenkovića sreo*

S obzirom da se radi o naslovu, navodni znakovi su izostavljeni, a nadnaslov i glavni naslov tvore smislenu i povezanu jedinicu. U podnaslovu su istaknute dvije osnovne teme, odnosno stav SDP-a i stav HDZ-a prema Jokiću i reformi. S obzirom da, uz ranije navedeni nadnaslov i glavni naslov, podnaslov glasi:

*SDP želi da Jokić nastavi reformu, HDZ ga ne isključuje*

može se reći da oni adresati koji ne poznaju kontekst i materiju iz navedenog ne mogu razaznati tko je Boris Jokić i koja se reforma spominje u tekstu. Radi se dakle o kataforičkoj linearnosti teksta, odnosno, objašnjenje da se radi o reformi školskog kurikuluma i Borisu Jokiću kao bivšem voditelju ekspertne radne skupine za kurikularnu reformu se pronalazi tek kasnije u tekstu, dakle nakon navođenja osnovnih pojmova (usp. Brinker i dr. 2014: 34-36).

U glavnom dijelu ovog primjera mogu se pronaći razni elementi koju ukazuju da je tekst gramatički koherentan. To je eksplicitno nadovezivanje, odnosno isto imenovanje određenog jezičnog pojma kroz tekst, u ovom slučaju to je ime Borisa Jokića:

*Boris Jokić:*

*Stranka Pametno želi bivšeg voditelja kurikularne reforme **Jokića** za ministra obrazovanja, ...*

*... najpoželjnija udavača ove predizborne kampanje, **Boris Jokić**, ...*

...**Boris Jokić**, bivši voditelj kurikularne reforme, kaže...

... kazao nam je **Jokić**...

U SDP-u ne kriju da **Borisa Jokića**, ...

- Rado bih vidio **Borisa Jokića** na čelu...

... **Boris Jokić** i ostali bivši članovi ERS-a.

- **Boris Jokić** dao je svoj doprinos...

... bude li **Boris Jokić** zainteresiran za suradnju...

Zanimljivo je ovdje istaknuti i neke od primjera koji uz ime i prezime Borisa Jokića imaju i apozicijski skup:

*Stranka Pametno želi **bivšeg voditelja kurikularne reforme Jokića** za ministra obrazovanja, ...*

***najpoželjnija udavača ove predizborne kampanje, Boris Jokić, ...***

*...**Boris Jokić, bivši voditelj kurikularne reforme, ...**,*

te kako se u sintagmi

*... **Boris Jokić i ostali bivši članovi ERS-a***

implicitno navodi da je, među ostalima, i Boris Jokić bivši član ekspertne radne skupine.

Može se izdvojiti još jedan primjer eksplicitnog nadovezivanja, gdje se ista referenca ponavlja i korištenjem pokazne zamjenice *taj*:

... bi željeli vidjeti **na mjestu ministra obrazovanja**. / - Nije **to mjesto** koje bih želio.

... žele **na mjestu voditelja kurikularne reforme**. / ... ali je moj dojam da bi za **to mjesto** mogao biti zainteresiran.

Rado bih vidio Borisa Jokića **na čelu ekspertne radne skupine**. / **O tome** sam načelno razgovarao s Jokićem, ...

Jokić zaista ostavlja dojam da bi mjesto voditelja **kurikularne reforme** mogao prihvatiti, ... / -**To** je moje djelo, ...

Nadalje, još je jedan zanimljiv primjer eksplicitnog nadovezivanja u kojem su povezani naslov analiziranog teksta i njegov glavni dio. U naslovu se spominje Plenković i to je jedino

mjesto u cijelom tekstu gdje ga možemo pročitati, dok u glavnom dijelu teksta stoji njegova funkcija – spominje se predsjednik HDZ-a. Jasno je da se radi o istoj osobi, tj. da je referenca jednaka zbog konteksta, ali i pretpostavlja se, općeg znanja prosječnog adresata. Iz primjera je vidljivo o čemu se radi:

... *Plenkovića sreo*

*A predsjednika HDZ-a, kaže, slučajno je susreo u Pločama.*

Pomaže nam i malo širi kontekst gdje se u oprečnim pozicijama nalaze Milanović i Plenković:

*S Milanovićem sam razgovarao / Plenkovića sreo*

*S predsjednikom SPD-a Zoranom Milanovićem razgovarao je početkom srpnja... / predsjednika HDZ-a slučajno je susreo u Pločama.*

Upravo ovi navedeni primjeri doprinose ne samo leksičkoj i gramatičkoj koherenciji teksta, već i tematskoj progresiji i tematskoj koherenciji.

Koriste se u tekstu i kratice za nazive stranaka, pa se tako u ovom tekstu pojavljuju *HDZ* i *SDP*, a za njih nije potrebno dodatno objašnjenje i pisanje punog naziva stranaka jer su one i tako dio općeg znanja adresata tekstova vezanih uz politiku. Javlja se u tekstu, međutim, još jedna kratica – *ERS*, što na prvu prosječnom adresatu nema već unaprijed poznato značenje. No, kratica je zapravo objašnjena u prethodnoj rečenici te adresat zna da se radi o ekspertnoj radnoj skupini:

...i raspisati natječaj za formiranje **ekspertne radne skupine** za kurikularnu reformu.

Nadam se da će se javiti Boris Jokić i ostali bivši članovi **ERS-a**.

S obzirom da se u ovom tekstu radi ne samo o političkom, tj. predizbornom pitanju, već je sadržaj vezan i za reformu školstva, možemo odrediti dvije različite skupine leksika – onaj politički, promatran iz politolingvističke perspektive, i onaj resorni, koji je vezan za obrazovanje. U analiziranom primjeru iz Večernjeg lista pronalaze se tako riječi i sintagme vezane za politički leksik kao što su: *SDP, reforma, HDZ, Stranka Pametno, ministar obrazovanja, predizborna kampanja, politički angažman, ministarsko mjesto, (buduća) vlada, čelnici stranke, predsjednik SDP-a, predsjednik HDZ-a, sastavljati novu vladu, formirati vladu, kandidat za ministra, zamjenica ministra, pomoćnica (ministra), Ministarstvo obrazovanja, projekt ili potencijalni ministar.*

Zanimljiva su ovdje dva primjera kolokacija: *sastaviti vladu* i *formirati vladu*. Kolokacijska baza hrvatskoga jezika<sup>32</sup> prilikom pretraživanja baze za riječ „vlada“ pokazuje da se radi o sinonimnim značenjima, no za kolokaciju *formirati vladu* odrednica je da se koristi u publicistici, odnosno da pripada publicističkom stilu, dok kolokacija *sastaviti vladu* ima odrednicu i politike i publicistike, tj. da pripada i političkom i publicističkom stilu. Može se pronaći i varijanta s glagolom *sastavljati* koja ima jednako značenje. Pojavljuje se u bazi i kolokacija *osnovati vladu* koja nije kategorizirana kao sinonim prethodnim dvjema kolokacijama niti ima specificiran stil u kojem se koristi.

Kada je pak u pitanju resorni leksik vezan za određeni sektor, u ovom konkretnom slučaju za školstvo, ističu se sljedeći primjeri: *voditelj kurikularne reforme*, *kurikularna reforma*, *ministar obrazovanja*, *ekspertna radna skupina*, *raspisati natječaj*, *član ERS-a*, *prof. dr.*, *zamjenica ministra obrazovanja*, *institut za kurikularnu reformu*, *stručnjak za određeno područje*, *Ministarstvo obrazovanja*, *projekt*, *Odbor za znanost* ili *profesor*.

U ostalim primjerima tekstne vrste *vijest* kao eksplikativ preuzetih iz Večernjeg lista mogu se također pronaći primjeri vezani za politički, kao i za resorni leksik, kao što su npr. *sučeljavanje*, *reforma*, *ministar*, *strategija obrazovanja*, *predstavnici stranaka*, *financiranje reformi*, *izdvajanje za obrazovanje*, *fondovi EU*, *porezne olakšice*, *javni natječaj*, *prosvjed*, *podnijeti ostavku*<sup>33</sup>, *premijer*, *član predsjedništva* ili *koalicija*. Naravno, i u ostalim primjerima spominju se nazivi političkih stranaka i koalicija, te političkih aktera, kao što su *HDZ*, *Narodna koalicija*, *Koalicija za premijera*, *Domovinska koalicija*, *Pametno*, *Živi zid*, *HDSSB*, *Most*, *SDP*, *Arsen Bauk*, *Branimir Glavaš*, *Branimir Bunjac*, *Neven Budak*, *Ivica Puljak*, *Đuro Njavro*, *Jelena Pavičić Vukičević*, *Vlatka Vukelić*, *Dragan Primorac*, *Šustar* ili *Jovanović*.

Govoreći o tzv. *framing* efektu te mogućoj percepciji od strane adresata, odnosno o perlokucijskom efektu, u analiziranom se tekstu javlja nekoliko primjera koje treba istaknuti. Novinarica Irena Kustura odmah u prvoj rečenici glavnog dijela teksta spominje Borisa Jokića, bivšeg voditelja kurikularne reforme, i to na sljedeći način:

---

<sup>32</sup> [http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=vlada&search\\_type=basic](http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=vlada&search_type=basic) (datum pristupa: 29.03.2022.)

<sup>33</sup> Kolokacija *podnijeti ostavku* javlja se u Kolokacijskoj bazi hrvatskoga jezika ([http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=ostavka&search\\_type=basic](http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=ostavka&search_type=basic) (datum pristupa: 31.03.2022.)) te je uz riječ *ostavka* osim glagola *podnijeti* vrlo zastupljen glagol *dati*. Javljaju se tako primjeri *dati/ podnijeti kolektivnu ostavku*, *ostavku na mjesto ministra/ na položaj*, *neopozivu ostavku* ili *ostavku napismeno*. Osim toga, uz riječ *ostavka* vezane su i kolokacije: *podnositi ostavku*, *ponuditi ostavku*, *potvrditi /čiju/ ostavku*, *prisiliti /koga/ na ostavku* ili *(za)tražiti /čiju/ ostavku*.



*Mnogima najpoželjnija udavača ove predizborne kampanje, Boris Jokić, na spomen mogućeg političkog angažmana ili prihvaćanja ministarskog mjesta u bilo kojoj budućoj Vladi, uporno ponavlja: Ne, ne dolazi u obzir!*

Borisa Jokića autorica teksta karakterizira kao „najpoželjniju udavaču“, što ima negativnu konotaciju i percepciju u javnosti. Moguća politička suradnja s Jokićem opisuje se terminom koji se odnosi na brak, odnosno, još specifičnije, na udaju žene za muškarca. Udavača je prema definiciji djevojka koja je stasala za udaju (usp. Hrvatski jezični portal<sup>34</sup>), a latentna asocijacija vodi prema riječi sponzoruša, što nosi pogrdno značenje, a podrazumijeva ženu kojoj je glavni motiv udaja za (obično starijeg i bogatog) muškarca zbog novca, materijalne sigurnosti i luksuznog načina života. U ovom primjeru Boris Jokić time je rodno obilježen kao ženska osoba koja strema ka financijskoj sigurnosti preko muškarca ili institucije braka, što se može percipirati kao ponižavajući status za Borisa Jokića na način da on u političkom kontekstu sebi traži „siguran posao“ preko „muškarca“ – njegove kurikularne reforme. Osim toga, kao „udavača“ je vrlo poželjan i očito je da svi žele surađivati s njim i imati ga u svojim redovima i na svojoj strani. Ovom se sintagmom mogući politički angažman i suradnja s Borisom Jokićem izjednačava s romantičnim odnosom, i to s negativnom konotacijom.

Kako analizirani primjer iz Večernjeg lista tako i analizirani primjer iz Novog lista pripadaju tekstnoj vrsti *vijest* te se mogu kategorizirati kao asertivi, i to u podskupinu eksplikativa jer se u oba teksta objašnjavaju stajališta političara prema određenim pitanjima (u Večernjem listu tema je kurikularna reforma, dok se primjer iz Novog lista osim kurikularne reforme dotiče i odnosa Hrvatske sa susjednim zemljama). Za oba primjera karakteristični su eksplikativni i deskriptivni razvoj teme. Što se pak grafičkog oblikovanja analiziranih primjera tiče, vidljivo je da su oba teksta „glavna“ na pripadajućim stranicama te zauzimaju najveći dio stranice, čime im se pridaje veća važnost nego ostalim tekstovima. Vizualno se također mogu povući paralele jer oba primjera imaju i slikovni dio, a u uvodnom dijelu nalaze se nadnaslov, glavni naslov i podnaslov te su navedena imena novinara i grad. Oba teksta u glavnom dijelu imaju dva podnaslova te jedan istaknutiji dio. Što se jezične razine tiče, uporaba „stručnog“, tj. političkog leksika ujednačena je. U tekstu iz Novog lista Andrej Plenković govori o Borisu Jokiću u djelomično negativnom tonu, što čini i novinarka Večernjeg lista nazivajući Jokića „najpoželjnijom udavačom“, a Radovan Fuchs također

---

<sup>34</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: udavača (datum pristupa: 31.03.2022.)

govori kako Jokića HDZ „nije isključivao iz projekta /kurikularne reforme/“, dok stranke Pametno i SDP o Jokiću govore pozitivno, kao o budućem ministru i sigurnom voditelju kurikularne reforme.

Osim toga, valja se osvrnuti i na pravopisne razlike u Večernjem listu i Novom listu. Novi list tako npr. u nekim rečenicama koristi malo početno slovo kada piše o *kurikularnoj reformi*, a u nekima veliko:

*Šef HDZ-a ne isključuje ni Jokića iz nastavka **kurikularne reforme***

*Predsjednik HDZ-a Andrej Plenković rekao je jučer da **Kurikularna reforma** ide dalje, ...*

*Kada je riječ o **Kurikularnoj reformi**, konstatirali smo da...*

*Ali pitanje **kurikularne reforme** ne može biti pitanje bilo kojeg pojedinca.*

U Večernjem listu ta ista sintagma napisana je konzistentno, i to uvijek malim početnim slovom:

*Stranka Pametno želi bivšeg voditelja **kurikularne reforme** Jokića za ministra obrazovanja, no...*

*U SDP-u ne kriju da Borisa Jokića (...) žele na mjestu voditelja **kurikularne reforme**.*

*Jokić zaista ostavlja dojam da bi mjesto voditelja **kurikularne reforme** mogao prihvatiti, ali...*

*... da će SDP osnovati institut za **kurikularnu reformu**.*

*U HDZ-u smatraju da **kurikularna reforma** ne treba biti personalizirana...*

*Boris Jokić dao je svoj doprinos **kurikularnoj reformi**, ...*

Ista se problematika javlja i s uporabom riječi *vlada / Vlada*. Prema Hrvatskom pravopisu (Jozić 2013) „velikim se početnim slovom pišu jednorječna imena te prva riječ i riječ koja je i sama ime ili posvojni pridjev izveden od imena u višerječnim imenima, među ostalim, i ustanova, organizacija i tijela, udruga, državnih i javnih služba te njihovi dijelovi“, pa se kao primjeri mogu pronaći: Hrvatski sabor, Ministarstvo hrvatskih branitelja, Ured predsjednika Republike Hrvatske ili Vlada Republike Hrvatske. Velikim početnim slovom pišu se i skraćena imena ustanova kad je njihovo puno ime već navedeno ili se može pretpostaviti. Prema Međuinstitucijskom stilskom priručniku (Ured za publikacije 2021) Europske unije,

za uporabu velikih i malih slova slijede se pravila hrvatskog pravopisa te se napominje da se malim slovom uvijek pišu opće imenice kao vlada ili parlament, ali se to pravilo ne odnosi na navođenje imena vlade ili parlamenta i njegovo skraćeno ime. U Večernjem listu riječ *vlada* svaki je puta napisana velikim početnim slovom te se mogu izdvojiti sljedeći primjeri:

*... Boris Jokić, na spomen mogućeg političkog angažmana ili prihvaćanja ministarskog mjesta u bilo kojoj budućoj **Vladi**, uporno ponavlja...*

*... jasno su rekli da bi ga, budu li oni utjecali na formiranje **Vlade**, željeli vidjeti na mjestu ministra obrazovanja...*

*U SDP-u ne kriju da Borisa Jokića, budu li oni sastavljali novu **Vladu**, žele na mjestu voditelja kurikularne reforme.*

*Bude li SDP formirao **Vladu**, zamjenica ministra obrazovanja mogla bi biti Sabina Glasnovac...*

Novi list pak u nekim rečenicama navodi *vladu* s velikim početnim slovom, a u nekima s malim:

*Dapače, cijeli je proces započeo još 2005. u vrijeme **HDZ-ovih vlada**, a nastavio se i tijekom ove Vlade.*

*...nakon sastanka (...) na kojem je bio i šef tog resora u drugom dijelu mandata SDP-ove Vlade Vedran Mornar.*

*.. BiH je (...) prioritet broj jedan za HDZ i za iduću hrvatsku **vladu**.*

*SDP-ova Vlada nije napravila ništa kada je riječ o hibridnoj jurisdikciji Srbije...*

*Istaknuo je da je Vlada donijela ispravne odluke u vezi HRT-a „jer je Sabor raspušten“ ...*

U sva četiri primjera preuzeta iz Večernjeg lista ne radi se o instituciji Vlade Republike Hrvatske već se govori o budućoj, novoj vladi koja će se tek formirati, dok se u podcrtanim primjerima preuzetima iz Novog lista riječ *Vlada* odnosi upravo na institut i ime određene vlade, tj. tada aktualnu Vladu Republike Hrvatske, što ukazuje da se u Večernjem listu ne poštuju pravila pisanja velikog i malog slova u hrvatskom jeziku.

### 5.1.3. Tekstna vrsta *vijest* kao direktiv

Kako je već ranije i navedeno, Ivanetić (2003) je tekstnu vrstu *vijest* klasificirala kao asertiv, međutim u korpusu ovog rada mogu se pronaći i primjeri tekstne vrste *vijest* koji se, prvenstveno zbog svoje ilokucijske namjere, mogu prema funkcionalnom tekstnom tipu, mirko- i makrokarakteristikama klasificirati kao direktivi. Korpus broji ukupno 59 primjera tekstne vrste *vijest* klasificirane kao direktiv, odnosno 16,8 posto svih vijesti spada u direktive. U Novom listu može se tako pronaći 37 primjera tekstnog tipa direktiva, dok je njih 22 tako klasificirano iz Večernjeg lista. Razlozi svrstavanja tih primjera u tip direktiva su sljedeći (usp. Hoffmann 1988; Jurin 2010; 2011; 2013):

1. pošiljatelj kroz iznošenje informacija želi da adresat učini ili ne učini određenu radnju,
2. komunikacijska namjera teksta je želja pošiljatelja da se adresata navede da učini određenu radnju ili da preuzme određeni stav,
3. osnovni komunikacijski proces je uvjeriti adresata da ako on nešto želi postići ili želi da se nešto ostvari, tada mora učiniti određenu radnju,
4. u komunikacijskoj situaciji pošiljatelj adresatu izravno govori da učini određenu radnju, a adresat ima pravo odabira hoće li tu radnju učiniti ili neće,
5. predmet komunikacije je izdavanje uputa za adresatov proizvoljni odabir.

Kako bi se navedeni razlozi i potkrijepili primjerima iz korpusa ovog rada, za detaljniju analizu odabran je po jedan prototipičan primjer iz Novog lista i iz Večernjeg lista, međutim izdvojeno je ovdje više primjera tekstne vrste *vijest* kao direktiv. Iz Novog lista odabrani su:

*Nadbiskup Barišić: Potrebna nam je lustracija naših podjela* (16. kolovoza 2016., str. 4)

*Središnjica HDZ-a poništila Horvatomu preporuku o glasanju za jednog kandidata* (25. kolovoza 2016., str. 6)

*Isticanje privatnog života suparnika neprimjereno* (1. rujna 2016., str. 4) ili

*SDP traži ocjenu ustavnosti Vladine odluke o Kovačiću* (3. rujna 2016., str. 4)

a iz Večernjeg lista mogu se istaknuti:

*U prljavoj kampanji sjetili su se i slijepih birača* (27. kolovoza 2016., str. 6)

*U reformu školstva uključiti kolege iz BiH* (27. kolovoza 2016., str. 9)

*Plenković i Milanović nemaju taj osjećaj za ljude kao ja* (2. rujna 2016., str. 7) ili  
*Glas za HNS glas je za hrvatski srednji sloj* (3. rujna 2016., str. 5).

#### 5.1.3.1. Novi list

Iz Novog lista je kao prototipičan primjer za analizu tekstne vrste *vijest* kao direktiva odabran tekst objavljen 16. kolovoza 2016. na stranici 4, i to s naslovom: *Nadbiskup Barišić: Potrebna nam je lustracija naših podjela*. U navedenom se primjeru javlja nekoliko tekstnih funkcija, no dominantna je ona direktivna, stoga se ovaj primjer klasificira kao tekstni tip direktiv iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj kroz iznošenje informacija želi da adresata izađe na izbore, a od hrvatskog društva zahtijeva *lustraciju podjela i mržnje*,
2. komunikacijska namjera teksta je želja pošiljatelja da adresata navede na izlazak na izbore i preuzme mišljenje da je lustracija potrebna u hrvatskom društvu,
3. osnovni komunikacijski proces je uvjeriti adresata da ako želi živjeti u boljem društvu, mora izaći na izbore,
4. u komunikacijskoj situaciji pošiljatelj adresatu govori da izađe na izbore jer je to njegova dužnost, a adresat ima pravo odabira hoće li to učiniti ili neće,
5. predmet komunikacije je poziv građanima da izađu na izbore, a to je u konačnici adresatov proizvoljni odabir.

Opis pragmatičkog konteksta doprinijet će boljem razumijevanju cjelokupne situacije opisane u ovom analiziranom novinskom članku. Za pošiljatelja se može smatrati Monsinjur Marin Barišić, koji je od 2000. godine nadbiskup splitsko-makarski. Kako navodi analizirani tekst, on je u ponedjeljak služio misu u svetištu Čudotvorne Gospe Sinjske. Ponedjeljak u pitanju, 15. kolovoza 2016. godine, državni je blagdan u Hrvatskoj kada se slavi uznesenje Blažene Djevice Marije na nebo. S obzirom da svetište Gospe Sinjske pripada Splitsko-makarskoj nadbiskupiji i jedno je od poznatijih i posjećenijih marijanskih svetišta u Hrvatskoj, ne čudi činjenica da je nadbiskup Barišić upravo ovdje odabrao služiti svetu misu povodom blagdana Vele Gospe. Znajući da će se novi parlamentarni izbori održati 11. rujna, dakle, niti mjesec dana iza blagdana Velike Gospe, nadbiskup je smatrao shodnim istaknuti poziv okupljenima da izađu na izbore, a usto je spomenuo i kako je potrebna lustracija podjela i mržnje u hrvatskom društvu.

Javnosti je dobro poznata riječ *lustracija* koju nadbiskup Barišić spominje u svojoj propovijedi jer njome aludira na razne događaje iz recentnije povijesti: tako se recimo u veljači 2016. godine govorilo o zakonu o lustraciji. No, prije valja razjasniti pojam lustracije, za koju se navodi da se u starih Rimljana radi o pročišćenju od grijeha, dok je u političkom kontekstu lustracija „postupak kojim se u postkomunističkim zemljama iz javnih službi i političkog života isključuju predstavnici stare vlasti“ (Hrvatski jezični portal<sup>35</sup>). Na nacrtu ranije spomenutog zakona radila je udruga Hrvatski križni put čiji su članovi Bruna Esih i tadašnji ministar kulture Zlatko Hasanbegović, a ciljevi zakona, kako su i sami izjavljivali, su kažnjavanje zločina počinjenih od svibnja 1945. godine i lov zločinaca iz komunističkog režima temeljem arhivske građe te činjenica da dužnosnici i oni koji su donosili odluke (mислеći pritom i na članove UDBA-e<sup>36</sup>) ne bi trebali biti društveno aktivni u Hrvatskoj<sup>37</sup>. No, po pitanju takvog zakona u Sjevernoj Makedoniji Venecijanska komisija Vijeća Europe (2012) zaključila je da „uvođenje mjera lustracije dugo nakon početka procesa demokratizacije nosi sumnju vezanu za njene stvarne ciljeve te da osveta ne bi trebala biti iznad zaštite demokracije“.

Drugi slučaj u kojem je pojam lustracije postao aktualan u javnosti vezan je uz ovaj prvi, a radi se o zakonu protiv lustracije kojeg je 2013. godine donijela Milanovićeva Vlada. Mediji su ga nazvali *Lex Perković* jer je tim zakonom odlučeno da Hrvatska, iako prema europskom uhidbenom nalogu mora izručiti svoje državljane ako se sumnja da su počinili zločin u Europskoj uniji, neće izručiti osobe za navodno počinjenje zločina prije 7. kolovoza 2002. godine. Naime, na ovaj je način onemogućeno da se bivši član UDBA-e Josip Perković izruči Njemačkoj zbog sudjelovanja u ubojstvu Stjepana Đurekovića, hrvatskog političkog emigranta, 1983. godine. To se pitanje ponovno aktualiziralo upravo početkom kolovoza 2016. godine, netom prije službenog početka predizborne kampanje, kada je u Njemačkoj donesena nepravomoćna presuda Josipu Perkoviću i Zdravku Mustaću kojom su obojica proglašeni krivima za sudjelovanje u Đurekovićevu ubojstvu. Nadbiskup Barišić vješto je iskoristio priliku te u svoju propovijed ubacio upravo pojam lustracije hrvatskog društva,

---

<sup>35</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: lustracija (datum pristupa: 20.04.2022.)

<sup>36</sup> UDBA – Uprava državne sigurnosti (sr. Uprava državne bezbednosti), tajna jugoslavenska policija koja je služila i kao sredstvo zastrašivanja i terora protiv disidenata te kritičara režima. (usp. <https://hr.wikipedia.org/wiki/UDBA> (datum pristupa: 20.04.2022.))

<sup>37</sup> <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/radi-se-zakon-o-lustraciji-hasanbegovic-istrazuje-ceski-model-tepes-izrael-i-danas-lovi-naciste-zasto-ne-bismo-i-mi-lovili-komunisticke-zlocince-101506> (datum pristupa: 20.04.2022.)

navodeći „kako nam je radi uspješnosti hrvatskog društva potrebna žurna lustracija podjela i mržnje“, a zapravo aludirajući na onu definicijsku lustraciju čišćenja političke sfere društva od prošle (komunističke) vlasti. Takav, u hrvatskom društvu negativno obilježen leksički element, znatno može utjecati na adresata upravo potvrđujući tada Barišićeve riječi kako „nam je potrebna lustracija naših podjela“.

Prelaskom na analizu teksta na komunikacijsko-pragmatičnoj razini valja prvo istaknuti komunikacijski cilj pošiljatelja, tj. njegovu namjeru. Nadbiskup Barišić u tekstu poziva građane da izađu na izbore jer je to ne samo njihovo pravo, već i dužnost, te nastoji indirektno ukazati za koga treba dati svoj glas. On ne imenuje izravno stranke ili opcije za koje treba glasovati, već govori o tome kakva bi trebala biti budućnost Hrvatske:

*„Očekujemo da izlazak na glasovanje bude put za humaniju i pravedniju, uspješniju i solidarniju Hrvatsku utemeljenu na kršćanskim univerzalnim vrijednostima“, naglasio je nadbiskup Barišić.*

Iz navedenoga je jasno na koga Barišić upućuje kada govori o kršćanskim vrijednostima na kojima se temelji Hrvatska te adresat temeljem konteksta i svojeg općeg znanja zaključuje da se radi o strankama desne političke orijentacije, dakle prvenstveno o HDZ-u. Osim toga, nastavlja nadbiskup,

*za uspješniju budućnost hrvatskog društva, kao i za blagoslovljeno zajedništvo u braku i obitelji, nužno je poput majke Marije koja Elizabeti žurno hita „da i mi što prije učinimo jedan korak – korak lustracije“ (...) Potrebna nam je lustracija naših podjela, mržnje, predrasuda kako bismo mogli prepoznati u svakom čovjeku svoga bližnjega.*

U ovom je primjeru Barišić uveo pojam lustracije kao pročišćenja osobe, ali misleći pritom na dobro etablirani pojam lustracije kakvog su zagovarali Esih i Hasanbegović u ranije spomenutom nacrtu zakona o lustraciji. Može se dakle zaključiti da je njegova druga namjera manipulacija, odnosno cilj mu je utjecati na adresata kako bi on preuzeo vjerovanje da je ona definicijska lustracija potrebna u hrvatskom društvu, jer implicitno lustracija, kako je nadbiskup objasnio, rješava pitanja podjela, mržnje i predrasuda i pomaže nam da u ostalima prepoznamo svoje bližnje.

Iako se u ovom primjeru radi o tekstnoj vrsti *vijest* koja se prema Ivanetić (2003) klasificira kao informativ, iz navedenih komunikacijskih namjera ovog analiziranog teksta vidljivo je

da dominantna tekstna funkcija nije ona informativna, već apelativna, tj. direktivna funkcija. Naime, radi se o persuazivnim i manipulativnim elementima koje ovaj tekst posjeduje na ilokucijskoj razini, a služe za uvjeravanje adresata u istinitost činjenica koje pošiljatelj upućuje, te, što je još i važnije, da adresat djeluje prema tim činjenicama, odnosno, u ovom primjeru, da izađe na izbore i glasa za onu stranku s kršćanskim vrijednostima te da vidi lustraciju kao koristan mehanizam za boljitak hrvatskog društva. Dominantna direktivna funkcija može se potvrditi i nekim jezičnim formulama i rečeničnim strukturama kao što su:

*... istaknuo kako je **dužnost** izaći na izbore 11. rujna ove godine...*

*...**potrebna** žurna lustracija podjela i mržnje.*

*(Izbori nisu samo...) nego i **dužnost**, svojevrsno **služenje općem dobru**.*

*...**za uspješniju budućnost** hrvatskog društva (...) **nužno je** da i mi što prije učinimo jedan korak – korak lustracije.*

***Potrebna nam je** lustracija naših podjela, mržnje, predrasuda...*

U tekstu se u znatno manjem obimu javlja i informativna funkcija, i to iznoseći činjenice, tj. vezane informacije kao što se npr. u prvom primjeru radi o uvodu u tekst, tj. u prenošenju riječi nadbiskupa Barišića:

*Nadbiskup splitsko-makarski Marin Barišić je u ponedjeljak, služeći misu u svetištu Čudotvorne Gospe Sinjske istaknuo...*

*izaći na izbore 11. rujna ove godine, ...*

*„Lustracija znači čišćenje“, poručio je nadbiskup.*

Osvrtom na grafički dizajn i makrorazinu teksta valja prvo obratiti pozornost na poziciju teksta na samoj stranici u Novom listu. Cijela je četvrta stranica posvećena proslavama Vele Gospe diljem Hrvatske, a ovaj se članak, vezan za proslavu u Sinju, smjestio u donjem lijevom kutu stranice te zauzima pola donje trećine stranice. Veličinom i smještajem tekst nije u fokusu adresata jer se iznad ovog članka nalazi opširan članak o proslavi blagdana Vele Gospe u svetištu na Trsatu, što je čitateljima Novog lista svakako bliže i zanimljivije, s obzirom da se radi uglavnom o osobama koji pretežno gravitiraju ovom marijanskom svetištu.

Tekst je sa svih strana omeđen tankom sivom linijom, dok je gornja linija podebljana – prva četvrtina crvenom bojom, a ostatak linije crnom. I ovaj se članak sastoji od slikovnog i



tekstualnog dijela. Slikovni dio smješten je ispod glavnog naslova teksta i zauzima gornju polovicu drugog i trećeg stupca teksta. Na fotografiji se u prvom planu nalazi nadbiskup Barišić u misnom odijelu i s biskupskim štapom za vrijeme procesije, na otvorenom, iza njega vide se svećenik i vojni časnici, a oko njega se nalaze sinjski alkari i vjernici. Opet se ističe važnost slikovnog elementa teksta koji privlači adresatovu pozornost i, svjesno ili podsvjesno, ukazuje na veličinu i značaj biskupa i svih njegovih sljedbenika, među kojima se posebno ističu sinjski alkari i vojni časnici (oni koji su branili domovinu i bez kojih ne bi bilo samostalne Hrvatske, a ako su na ovom misnom slavlju u svojim odorama, time izražavaju poštovanje i dokaz bliskosti s Crkvom, a Crkva im je dodijelila to „vidljivo“ mjesto u blizini biskupa kako bi poslala poruku bliskosti narodu i time utjecala na mišljenje potencijalnih birača – „podržavam branitelje“ = „podržavam Crkvu“). Slikovnom dijelu pripada i naslov, tj. opis fotografije, koji je otisnut masnim slovima i glasi:

*Nadbiskup splitsko-makarski Marin Barišić*

Uvodni dio tekstualnog dijela članka odnosi se na naslovni dio. Nadnaslov ima dva dijela:

*SINJ Građani na misi pozvani na izbore*

Prvi dio je riječ *Sinj*, koja je otisnuta masnim crvenim velikim tiskanim slovima i upućuje na lokaciju gdje se odvijao sadržaj ove vijesti. U drugom dijelu novinar zapravo daje zaključak prve tematske cjeline teksta vezane za izlazak na izbore i ukazuje još jednom da se radi o direktivnoj tekstnoj funkciji. U glavnom naslovu teksta:

*Nadbiskup Barišić: Potrebna nam je lustracija naših podjela*

izravno se prenose riječi nadbiskupa Barišića vezane za drugu tematsku cjelinu, tj. potrebu lustracije u hrvatskom društvu. Naslov je najistaknutiji dio teksta s najvećim fontom i masno otisnutim slovima. S obzirom na kratkoću teksta, analizirani primjer nema podnaslov.

Prije početka glavnog dijela teksta, kao i u većini članaka preuzetih iz Novog lista masno je otisnuto ime grada odakle potječe vijest (u ovom primjeru to je Sinj), te slijede dvije crvene zadebljane strelice koje upućuju na početak glavnog dijela teksta. U glavnom dijelu teksta nema vizualno istaknutih elemenata poput međunaslova ili masno otisnutih dijelova, već je cijeli tekst podijeljen u tri stupca s nekoliko odlomaka. Na samom kraju glavnog dijela teksta, u zadnjem retku, u zagradama piše (*Hina*), odnosno kratica za Hrvatsku izvještajnu novinsku agenciju, odakle je zapravo i preuzeta informacija za pisanje ove vijesti, a to ukazuje na činjenicu da novinar koji je članak i napisao nije potpisan.

O tematskoj razini teksta već je nešto i rečeno u prethodnim odlomcima te je jasno da u ovom analiziranom primjeru tekstne vrste *vijest* kao direktiv postoje dva osnovna predmeta teksta na koje se osvrće nadbiskup Marin Barišić. Osnovna je tema teksta proslava blagdana Vele Gospe u Sinju, a u samom tekstu pojavljuju se dvije pod teme: tema prvog tekstnog dijela odnosi se na Barišićev poziv vjernicima kako je njihova dužnost izaći na izbore, dok se u drugom tematizira nužnost lustracije u hrvatskom društvu. S obzirom da ovaj tekst tvore dvije teme, može se govoriti i o njihovom rangiranju. Druga je tema izvedena iz prve teme, odnosno, nakon što je nadbiskup Barišić uputio poziv vjernicima za izlazak na izbore kako bi Hrvatska postala humanija i pravednija (tema 1), na tu je temu nadovezao da je za takvu uspješniju budućnost potrebna lustracija (tema 2), pa se može govoriti o principu derivacije teme (usp. Brinker i dr. 2014: 52-57). Gledajući razvoj teme, u analiziranom primjeru tekstne vrste *vijest* kao direktiv može se govoriti o deskriptivnom razvoju teme koja podrazumijeva jasnu podjelu na komponente te su u tekstu definirani i prostor i vrijeme. Osim toga, radi se o temi koja se dogodila samo jednom, a ovaj razvoj teme prema Brinkeru i dr. (2014) karakterističan je za tekstnu vrstu *vijest*.

Na jezično-stilističkoj razini već u glavnom naslovu može se uočiti specifičnost, a radi se o upravnom govoru uvedenom dvotočkom, ali bez navodnih znakova:

*Nadbiskup Barišić: Potrebna nam je lustracija naših podjela*

I veliki dio glavnog dijela teksta upravo je prenošenje riječi nadbiskupa Barišića, koje su uvedene na različit način. Pronalaze se primjeri upravnoga govora u kojima se koriste navodnici i primjeri s početnom crticom:

*„Ali koju i kakvu lustraciju? Lustracija znači čišćenje“, poručio je nadbiskup.*

*– Potrebna nam je lustracija naših podjela, mržnje, predrasuda kako bismo mogli prepoznati u svakom čovjeku svoga blišnjega, poručio je.*

Osim upravnoga, može se pronaći i primjer neupravnoga govora:

*Nadbiskup splitsko-makarski Marin Barišić je u ponedjeljak služeći misu u svetištu Čudotvorne Gospe Sinjske istaknuo kako je dužnost izaći na izbore 11. rujna ove godine, a također je naglasio i kako nam je radi uspješnosti hrvatskog društva potrebna žurna lustracija podjela i mržnje.*

Jedan primjer čak kombinira upravni i neupravni govor u istoj rečenici:

*Po njegovim riječima, za uspješniju budućnost hrvatskog društva, kao i za blagoslovljeno zajedništvo u braku i obitelji, nužno je poput majke Marije koje Elizabeti žurno hita „da i mi što prije učinimo jedan korak – korak lustracije“.*

Ovakvim primjerima izravnog prenošenja nečijih riječi, u ovom primjeru nadbiskupa Marina Barišića, postavlja se pitanje koji je zapravo cilj autora teksta i želi li se autor ovim načinom izvještavanja ograditi od izrečenih stavova nadbiskupa.

Upravo u ovom posljednje navedenom primjeru javlja se još jedna značajka, i to na sintaktičkoj razini, a radi se o misaonoj crtici, koja u ovom primjeru ima značajnu ulogu jer se od neodređenog iskaza *jedan korak*, taj korak izrazito naglašava i dobiva posebno značenje, a to je *korak lustracije*. Time je, u govoru vjerojatno još jače obilježenim naglašavanjem od strane nadbiskupa, fokus stavljen na proces lustracije.

Na semantičkoj razini do izražaja dolazi politički vokabular, a u ovom specifičnom primjeru nalaze se i primjeri resornog leksika vezanog uz religiju, što se može i zaključiti iz analize tematske razine teksta. Primjeri leksika vezanog za političku komunikaciju (a time i politolingvističku perspektivu) su tako: *građani pozvani na izbore, izaći na izbore, lustracija, izbori nisu samo građansko individualno pravo, nego i dužnost, služenje općem dobru* ili *izlazak na glasovanje*, dok je vokabular vezan za religiju npr.: *na misi, nadbiskup Barišić, nadbiskup splitsko-makarski Marin Barišić, služeci misu, svetište Čudotvorne Gospe Sinjske, služenje općem dobru, utemeljenu na kršćanskim univerzalnim vrijednostima, blagoslovljeno zajedništvo u braku i obitelji, poput majke Marije koja Elizabeti žurno hita, lustracija podjela, mržnje, predrasuda ili prepoznati u svakom čovjeku svoga bližnjega*.

Navedene riječi i sintagme sve mahom imaju pozitivnu konotaciju iz perspektive nadbiskupa Barišića, u kojima je izlazak na izbore prikazan kao nužnost za boljitak Hrvatske, jednako kao i lustracija koja će omogućiti društvo bez mržnje i podjela. Tako Barišić, među ostalim, metaforom DRŽAVA je LJUDSKO BIĆE Hrvatskoj daje ljudske osobine kako bi se glasovima građana ostvario cilj bolje Hrvatske:

*Očekujemo da izlazak na glasovanje bude put za humaniju i pravedniju, uspješniju i solidarniju Hrvatsku utemeljenu na kršćanskim univerzalnim vrijednostima.*

Važna je i njegova indirektna poruka zajedništva, gdje koristeći zamjenicu „mi“ kroz sintaktičke elemente ukazuje da se uspjeh može ostvariti isključivo zajedno, gdje se smo

„mi“ pozitivno prikazani i „mi“ ćemo doprinijeti boljitku Hrvatske (usp. van Dijk 2006; Miletić i Perić 2022):

*... a također je naglasio i kako **nam** je radi **uspješnosti hrvatskog društva** potrebna žurna lustracija podjela i mržnje.*

***Očekujemo** da izlazak na glasovanje bude put za **humaniju i pravedniju, uspješniju i solidarniju Hrvatsku** utemeljenu na kršćanskim univerzalnim vrijednostima.*

*...nužno je poput majke Marije koja Elizabeti žurno hita „da i **mi** što prije **učinimo** jedan korak – korak lustracije“.*

*Potrebna **nam** je lustracija naših podjela, mržnje, predrasuda kako **bismo mogli prepoznati u svakom čovjeku svoga bližnjega**, poručio je.*

Osim toga, koristi i izravnu referencu na zajedništvo, i to ono obiteljsko, koje će biti blagoslovljeno onda kada se učini „korak lustracije“, a time izravno djeluje na emocije adresata, tj. okupljenih vjernika, a indirektno i čitatelja:

*Po njegovim riječima, za uspješniju budućnost hrvatskog društva, kao i za blagoslovljeno zajedništvo u braku i obitelji, nužno je poput majke Marije koja Elizabeti žurno hita „da i mi što prije učinimo jedan korak – korak lustracije“.*

U nekima od ostalih primjera tekstne vrste *vijest* kao direktiv iz Novog lista mogu se pronaći primjeri gdje su, kao i u upravo analiziranom članku o nadbiskupu Barišiću „mi“ prikazani u pozitivnom svijetlu, međutim „oni“ su prikazani negativno (usp. van Dijk 2006; Miletić i Perić 2022). U tekstu *SDP traži ocjenu ustavnosti Vladine odluke o Kovačiću* (3. rujna 2016., str. 4) mogu se tako pronaći primjeri poput ovih:

*Član predsjedništva SDP-a (...) Peđa Grbin objavio je u Rijeci da je zatražio od Ustavnog suda ocjenu ustavnosti odredbe kojom je Vlada produljila mandat vršitelju dužnosti glavnog ravnatelja HRT-a Siniši Kovačiću, ocijenivši da je riječ o **najgrubljem kršenju Ustava**, s ciljem da se **Vladi na odlasku omogući utjecaj na HRT u predizborno vrijeme**.*

*– Ova Vlada je smijenjena odlukom Sabora u svibnju, čime je izgubila zakonski temelj za donošenje takvih odluka, ali i demokratski legitimitet.*

*Apsolutno je neprihvatljivo da Vlada kojoj je Sabor izglasao nepovjerenje uredbama mijenja zakone koje isti taj Sabor donosi. Takvo je postupanje protuustavno (...).*

*– Prekršeno je načelo trodiobe vlasti. Vlada si je čak dopustila ulaziti u pojedinačnu odluku Sabora – rekao je Grbin.*

*To znači da je ova odluka donesena isključivo i jedino za potrebe predizbornog razdoblja i kako bi osigurala da na čelu HRT-a i dalje bude čovjek koji će raditi u njihovu interesu (...).*

U navedenim primjerima SDP-ovac Peđa Grbin proziva „njih“, tj. Vladu Tihomira Oreškovića (radi se o vladi Domovinske koalicije na čelu s HDZ-om i Mosta) i navodi negativne činjenice o njima, vezano za postulat „mi“ smo pozitivni, „oni“ su negativni o kojem govore i Miletić i Perić (2022). Ta je Vlada naime: (a) smijenjena odlukom Sabora i kojoj je Sabor izglasao nepovjerenje, (b) prekršila Ustav Republike Hrvatske, (c) izgubila zakonski temelj za donošenje odluka i demokratski legitimitet, (d) uredbama mijenja zakone iako je smijenjena, (e) prekršila načelo trodiobe vlasti, (f) ulazi u odluke Sabora i (g) donosi odluke kako bi i dalje imala „svog čovjeka“ i utjecaj na HRT-u. Svim ovim izloženim činjenicama Grbin nastoji utjecati na adresate da uvide negativne aspekte „njih“, tj. SDP-ovih političkih oponenta i da, sukladno tome, zauzmu stav prema njima kao strane za koju ne treba glasati, već da je opcija „nas“ (SDP-a i Narodne koalicije) pozitivna u opoziciji „mi“ vs. „oni“.

#### 5.1.3.2. Večernji list

Kao prototipičan primjer tekstne vrste *vijest* kao direktiv iz Večernjeg lista za analizu je odabran tekst objavljen 2. rujna 2016. godine na stranici 7 koji nosi naslov:

*Plenković i Milanović nemaju taj osjećaj za ljude kao ja*

Ovaj se primjer odabran za analizu klasificira kao direktiv, a razlozi su sljedeći:

1. pošiljatelj želi da adresat izađe na izbore i poziva ga na preuzimanje odgovornosti,
2. komunikacijska namjera teksta je želja pošiljatelja da adresat izađe na izbore i da preuzme mišljenje kako je upravo Orepić pravi kandidat jer ostali „*nemaju osjećaj za probleme u Hrvatskoj*“,

3. osnovni komunikacijski proces je uvjeriti adresata da izađe na izbore,
4. u komunikacijskoj situaciji pošiljatelj adresatu govori da izađe na izbore i „*preuzme svoj dio odgovornosti*“, a adresat ima pravo odabira hoće li to učiniti ili neće,
5. predmet komunikacije je poziv građanima da izađu na izbore, a to je u konačnici adresatov proizvoljni odabir.

Što se tiče političke situacije koja je povezana s analiziranim tekstom, s obzirom na sam sadržaj teksta, taj je kontekst vrlo općenit jer se radi o samoj predizbornoj kampanji. Naime, u tekstu se prenose izjave Vlahu Orepića gdje on poziva građane da izađu na izbore, a u drugom dijelu se referira na protukandidate (Milana Bandića, Andreja Plenkovića i Zorana Milanovića). Valjalo bi samo dati koju informaciju o samom Vlaha Orepiću. Kako i započinje glavni dio teksta, saznaje se da je Vlaho Orepić *ministar unutarnjih poslova i nositelj Mostove liste u prvoj (zagrebačkoj) izbornoj jedinici*. Funkciju ministra unutarnjih poslova obavljao je u smijenjenoj Oreškovićevoj Vladi (od siječnja do listopada 2016. godine) kao član stranke Most. Ono što je u ovoj predizbornoj kampanji neobično je činjenica na koju indirektno upućuje i novinar, a to je da je Orepić kandidat, ili točnije, nositelj liste u prvoj izbornoj jedinici, a novinar nas zagradaama podsjeća da se radi o izbornoj jedinici koja obuhvaća Grad Zagreb, a njegovo je prebivalište u Pločama, u X. izbornoj jedinici.

Analizom teksta na komunikacijsko-pragmatičnoj razini utvrđena je, među ostalim, i namjera pošiljatelja ovog teksta. Kako je ranije već spomenuto, u tekstu se prenose riječi Mostova zastupnika Vlahu Orepića, a njegova je želja da adresat izađe na izbore i „*preuzme svoj dio odgovornosti*“, a osim toga, Orepićeva je namjera da adresat preuzme mišljenje kako je upravo on pravi kandidat za kojeg se treba glasovati jer ostali „*nemaju osjećaj za probleme u Hrvatskoj*“, kao što to ima on.

Ilokucijska namjera ovog teksta, odnosno vid djelovanja, je ono što se zapravo nastoji postići određenim iskazom, a u ovom analiziranom primjeru dominantni ilokucijski čin je onaj direktivni jer postoji želja pošiljatelja da se ostale potakne na neku radnju (izlazak na izbore) i na preuzimanje stava (Orepić je svakako bolja opcija od Bandića, Plenkovića i Milanovića), a to se može i dokazati sljedećim iskazima:

*Ministar unutarnjih poslova i nositelj Mostove liste u prvoj (zagrebačkoj) izbornoj jedinici Vlaho Orepić poručio je jučer biračima da svi koji imaju pravo glasa moraju izaći na ove izbore.*

*Time je ugrožen hrvatski nacionalni interes i zato pozivam sve starije od 18 godina da izađu na izbore i preuzmu svoj dio odgovornosti za budućnost zemlje – rekao je Orepić.*

*– Politika koju provodi Milan Bandić politika je prošlosti, a Plenković i Milanović ugledni su diplomati, ali oni nemaju osjećaj za probleme u Hrvatskoj kao što imam ja, oni nemaju taj „touch“, taj dodir – rekao je Orepić.*

Osim direktivne, javljaju se i druge funkcije u pojedinim tekstnim dijelovima koje nisu toliko istaknute, a to su informativna, ekspresivna i eksplikativna funkcija. Očekivano, informativna se funkcija javlja na početku glavnog dijela teksta u kojem se adresata obavještava tko je Vlaho Orepić:

*Ministar unutarnjih poslova i nositelj Mostove liste u prvoj (zagrebačkoj) izbornoj jedinici Vlaho Orepić (...)*

ali, zanimljivo, informativna funkcija pojavljuje se kao potpuno nova informacija u naslovu slikovnog dijela teksta, i to je jedino mjesto u cijelom tekstu gdje se ta informacija pojavljuje:

*Mostovi špic-kandidati u zagrebačkim izbornim jedinicama – Slaven Dobrović (2. jedinica) i Vlaho Orepić (1. jedinica)*

Ilokucijska namjera ekspresivne funkcije je izraziti vlastiti stav prema nekome ili nečemu, a to Orepić u ovom analiziranom primjeru čini izražavajući negativan stav prema HDZ-u i Andreju Plenkoviću:

*Kritizirao je HDZ zbog, kako tvrdi, demokratskog deficita.*

*– Pa veći je legitimitet imao Tomislav Karamarko nego što ima Plenković. Tko je njega uopće doveo na čelo HDZ-a? Demokracija sigurno nije – zaključio je Vlaho Orepić.*

Eksplikativna funkcija javlja se u sljedećem primjeru u kojem Orepić objašnjava zašto je bitno da građani izađu na izbore:

*– Vrijeme je za istinu, a ta istina mora biti jasna svim građanima. Mi smo danas pravno porobljeni zbog ovako izabranog saziva Ustavnog suda. Time je ugrožen hrvatski nacionalni interes i zato pozivam sve...*

Na makrorazini, uvidom u grafički dizajn analiziranog teksta uočava se prvo smještaj članka na stranici u tiskanom izdanju. Članak je smješten na samom dnu 7. stranice i zauzima cijelu širinu stranice. Uz tekstualni dio, članak se sastoji i od slikovnog dijela koji je smješten na desnom rubu članka, a na njemu su u šetnji gradom fotografirani Slaven Dobrović i Vlaho Orepić. Naslov fotografije nije napisan, kao što je uobičajeno, ispod fotografije, već s desne strane, i glasi:

*Mostovi špic-kandidati u zagrebačkim izbornim jedinicama – Slaven Dobrović (2. jedinica) i Vlaho Orepić (1. jedinica)*

Uvodni dio teksta sastoji se od nadnaslova, glavnog naslova i podnaslova. Nadnaslov je u ovom primjeru vrlo kratak, napisan je crvenim slovima i glasi:

*Vlaho Orepić:*

te je povezan s glavnim naslovom, koji je otisnut masnim slovima i koristi se najveći font za njega. Glavni se naslov proteže cijelom širinom stranice i zauzima jedan red, te, kako je ranije već rečeno, glasi:

*Plenković i Milanović nemaju taj osjećaj za ljude kao ja*

Povezanost ovako napisanog nadnaslova i zatim glavnog naslova iz kojeg je jasno da je u prvom licu jednine, opet bi se, kao i u eksplikativu iz Večernjeg lista, moglo očekivati da se radi o tekstnoj vrsti *intervju*, no ni u ovom primjeru to nije slučaj, već se na ovaj način prenose Orepićeve riječi, ne samo u naslovu, nego i u većem dijelu glavnog teksta.

Kao podnaslov ovog teksta gotovo je od riječi do riječi preuzet zadnji odlomak glavnog dijela teksta i glasi:

*– Veći je legitimitet imao Karamarko nego što ima Plenković. Tko je njega doveo na čelo HDZ-a? Demokracija sigurno nije – kaže Orepić*

Taj je podnaslov otisnut masnim slovima, a razlog zašto je ponovljen zadnji odlomak glavnog teksta leži u činjenici da je novinar želio naglasiti izrazito negativan stav Orepića prema HDZ-u općenito i prema novom predsjedniku te stranke Andreju Plenkoviću.



Podnaslov nije napisan cijelom dužinom ispod glavnog naslova, već se nalazi u prvom od tri stupca glavnog dijela teksta.

U ostalim primjerima tekstne vrste vijest kao direktiv iz Večernjeg lista mogu se pronaći primjeri nadnaslova kao što su:

*Crkveni vrh u kampanji* (16. kolovoza 2016., str. 3)

*Mostovi leci na brajici* (27. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Guy Verhofstadt*: (3. rujna 2016., str. 5)

Glavni dio teksta nema posebnih grafičkih obilježja, samo je podijeljen u odlomke koji uglavnom prenose riječi ministra Orepića. Ono što se ističe, zapravo se nalazi na samom kraju članka, a radi se imenu novinara koji je napisao članak. U zagradama, i to masno otisnutim slovima, u nastavku teksta stoji (*M. Špoljar*). Na krajnjem desnom rubu zadnjeg retka glavnog dijela teksta stavljen je crni kružić koji i vizualno označava kraj tekstualnog dijela članka.

Na tematskoj razini tekstne analize u ovom se prototipičnom primjeru tekstne vrste *vijest* kao direktiv može govoriti o postojanju dviju osnovnih tema. Prva se odnosi na poziv ministra Orepića svim punoljetnim građanima da „izađu na izbore i preuzmu svoj dio odgovornosti“, a druga je tema vezana za Orepićevo kritiziranje protukandidata (Milana Bandića, Andreja Plenkovića i Zorana Milanovića) i samim time, hvaljenje sebe, jer „oni nemaju taj „touch“, taj dodir“ i ne uviđaju probleme u Hrvatskoj kao što ih uviđa on sam. Zadnji dio glavnog dijela teksta (koji je ujedno i podnaslov) odnosi se na dodatnu kritiku HDZ-a i Plenkovića.

Objektive teme jesu povezane, no nije jedna tema izvedena iz druge, već se radi o principu usklađenosti, koji se zapravo temelji na pretpostavci da su tema i funkcija teksta međusobno uvjetovani i da je glavna tema teksta onda ona tema koja se tiče dominantne funkcije teksta (usp. Brinker i dr. 2014: 54). S obzirom da je u ovom analiziranom primjeru dominantna direktivna funkcija, zaključuje se da je onda i glavna tema teksta ona prva, vezana uz poziv ministra Orepića građanima da izađu na izbore.

Prilikom analize jezično-stilističke razine teksta prvo se na sintaktičkoj razini uočava uvodni dio teksta. Naime, već u nadnaslovu i glavnom naslovu javlja se upravni govor:

*Vlaho Orepić*:

*Plenković i Milanović nemaju taj osjećaj za ljude kao ja*

Također, i u podnaslovu analiziranog članka, koji je ujedno i završni dio glavnog dijela teksta, izravno se prenose Orepićeve riječi:

*– Veći je legitimitet imao Tomislav Karamarko nego što ima Plenković. Tko je njega doveo na čelo HDZ-a? Demokracija sigurno nije – kaže Vlaho Orepić*

Na prvi pogled neznatna razlika postoji između navedenog podnaslova i završnog dijela teksta, koji glasi:

*– Pa veći je legitimitet imao Tomislav Karamarko nego što ima Plenković. Tko je njega uopće doveo na čelo HDZ-a? Demokracija sigurno nije – zaključio je Vlaho Orepić.*

Drugi primjer snažnije dočarava Orepićevu kritiku upućenu HDZ-u i Plenkoviću jer nisu izostavljene čestica *pa*, koja pojačava značenje ostatka rečenice i uvodi negativan nastavak sadržaja rečenice, te čestica *uopće*, koja dodatno pojačava negativan stav Orepića prema Plenkoviću. Autor teksta odabrao je prenijeti „isti“ odlomak kao podnaslov teksta kako bi iskazao Orepićevo nezadovoljstvo prema Plenkoviću, a potom je Orepićeve riječi ublažio izostavljajući dva vrlo značajna elementa koji doprinose izražavanju negativnog stava prema nekome.

Upravni govor u niti jednom slučaju u ovom analiziranom primjeru nije označen navodnim znakovima, već isključivo crticama, pa rečenice stoga završavaju na sljedeći način:

*– kaže Orepić.*

*– rekao je Orepić.*

*– zaključio je Vlaho Orepić.*

Na semantičkoj razini mogu se izdvojiti riječi i sintagme bliske politolingvističkoj perspektivi koje su povezane s političkim leksikom, pa se tako u ovom tekstu mogu pronaći primjeri poput: *imati legitimitet, dovesti Plenkovića na čelo HDZ-a, demokracija, ministar unutarnjih poslova, nositelj Mostove liste, prva izborna jedinica, poručiti biračima, svi koji imaju pravo glasa, izaći na izbore, svi građani, biti pravno porobljen, izabrani saziv Ustavnog suda, hrvatski nacionalni interes, preuzeti svoj dio odgovornosti, provoditi politiku, diplomat, demokratski deficit i špic-kandidati.*

Valja se osvrnuti upravo na ovaj posljednje spomenuti primjer: *špic-kandidat* koji se pojavljuje u opisu slikovnog dijela teksta gdje pored fotografije stoji:

*Mostovi špic-kandidati u zagrebačkim izbornim jedinicama – Slaven Dobrović (2. jedinica) i Vlaho Orepić (1. jedinica)*

U hrvatskom jeziku *špic* je regionalizam koji označava zašiljeni vrh čega, a riječ potječe od njemačke riječi *Spitz* (= šiljak), tj. *Spitze* (= vrh). Hrvatski jezični portal<sup>38</sup> također navodi i hrvatsku sintagmu *špic-igrač* koji u sportskoj terminologiji označava nogometaša koji igra u vrhu napada, tj. napadača. Međutim, složenica *špic-kandidat* (i u raznim drugim grafemskim rješenjima) u hrvatski medijski (i politički) prostor ušla je iz njemačkog jezika. Riječ *Spitzenkandidat* u široku uporabu u Hrvatskoj krenula je kada su bili izbori za Europski parlament 2014. godine i predstavlja osobu koja se nalazi na vrhu (izborne liste) neke stranke i na izborima želi osvojiti najvišu poziciju (premijer, predsjednik) (usp. Bundeszentrale für politische Bildung 2022).

Još se jedna riječ, doduše iz engleskog jezika, pojavljuje u ovom analiziranom primjeru tekstne vrste *vijest* kao direktiv, a to je riječ *touch*. U primjeru koji slijedi, Orepić koristi riječ na engleskom jeziku i odmah potom je sam objašnjava:

*... a Plenković i Milanović ugledni su diplomati, ali oni nemaju osjećaj za probleme u Hrvatskoj kao što imam ja, oni nemaju taj „touch“, taj dodir – rekao je Orepić.*

Može se u analizi ovog primjera tekstne vrste *vijest* govoriti i o negativno konotiranim riječima koje Orepić bira kada priča o svojim političkim oponentima i situacijama koje su oni stvorili, pa će tako reći:

*Mi smo danas pravno **porobljeni** zbog ovako izabranog saziva Ustavnog suda.*

Suce Ustavnog suda biraju zastupnici Hrvatskog sabora pa ovom izjavom Orepić izravno kritizira Vladu i Sabor te smatra da su građani Republike Hrvatske, skupina kojoj i on sam pripada, pa shodno tome koristi zamjenicu „*mi*“ robovi. Isto tako, on nastavlja s objašnjenjem te situacije govoreći:

*Time je **ugrožen** hrvatski nacionalni interes (...)*

---

<sup>38</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: špic (datum pristupa: 21.04.2022.)

a riječju *ugrožen* nastoji ostvariti da se građani trebaju osjećati nesigurno jer „oni“ predstavljaju opasnost za njih, njihova prava i način života (usp. Hrvatski jezični portal<sup>39</sup>).

Govoreći o pojavama na razini teksta, valja istaknuti da je tekst koherentan, što se može dokazati primjerima eksplicitnog nadovezivanja u samom tekstu (usp. Brinker i dr. 2014; Beaugrande i Dressler, 2010). Glavni je „akter“ u ovom tekstu Vlaho Orepić te se upravo njegovo ime provlači kroz cijeli tekst, pa tako već u nadnaslovu stoji:

***Vlaho Orepić:***

U glavnom naslovu pak stoji:

*Plenković i Milanović nemaju taj osjećaj za ljude kao ja*

U podnaslovu i kroz tekst pronalaze se sljedeći primjeri:

– (...) *Demokracija sigurno nije – kaže Orepić*

***Ministar unutarnjih poslova i nositelj Mostove liste u prvoj (zagrebačkoj) izbornoj jedinici Vlaho Orepić poručio je...***

***Mi smo danas pravno porobljeni...***

*(...) preuzmu svoj dio odgovornosti za budućnost zemlje – rekao je Orepić.*

***Osvrnuo se i na Milana Bandića, Andreja Plenkovića i Zorana Milanovića.***

*(...), Plenković i Milanović ugledni su diplomati, ali oni nemaju osjećaj za probleme u Hrvatskoj kao što imam ja, oni nemaju taj „touch“, taj dodir – rekao je Orepić.*

***Kritizirao je #on# HDZ zbog, kako tvrdi, demokratskog deficita.***

*(...) Demokracija sigurno nije – zaključio je Vlaho Orepić.*

Također, i slikovni dio teksta koherentan je s ostatkom teksta jer je na fotografiji prikazan Vlaho Orepić, a i naslov slikovnog dijela glasi:

*Mostovi špic-kandidati u zagrebačkim izbornim jedinicama – Slaven Dobrović (2. jedinica) i Vlaho Orepić (1. jedinica)*

Osim toga, zanimljivo je i u ovom analiziranom primjeru istaknuti opoziciju *ja (mi)* vs. *oni* o kojoj govore van Dijk (2006) i Miletić i Perić (2022), gdje *ja* i *mi* predstavljaju ono dobro,

---

<sup>39</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: ugrožen (datum pristupa: 21.04.2022.)

pozitivnu stranu priče, zajedništvo, a *oni* su prikazani u negativnom svijetlu, kao što je vidljivo u sljedećim primjerima:

*Mi smo danas pravno porobljeni zbog ovako izabranog saziva Ustavnog suda. (mi se držimo zajedno, a nama je loše zbog loših poteza Vlade prilikom izbora članova Ustavnog suda)*

*Politika koju provodi Milan Bandić politika je prošlosti, a Plenković i Milanović ugledni su diplomati, ali oni nemaju osjećaj za probleme u Hrvatskoj kao što imam ja, oni nemaju taj „touch“, taj dodir – rekao je Orepić. (Bandićeva je politika prošlost, moja je politika budućnost, Plenković i Milanović nisu bliski s narodom kao što sam to ja)*

Novi list broji nešto više primjera tekstne vrste vijest kao direktiv u korpusu ovog rada od Večernjeg lista (37 prema 22). Analizom ilokucijske razine tekstova utvrđeno je da oba prototipična primjera imaju dominantnu direktivnu tekstnu funkciju, i to iz istog razloga. Naime, njihova komunikacijska namjera je želja da se adresata navede da učini određenu radnju, odnosno da ga se potakne na izlazak na izbore (u Novom listu to je nadbiskup Barišić, dok je u članku iz Večernjeg lista to Vlaho Orepić). Leksik je tematski uvjetovan pa se u ova dva primjera i ne poklapa u potpunosti, jer se u primjeru iz Novog lista do ostvarenja komunikacijske namjere nastoji doći kroz korištenje vjerskih elemenata. Osim toga, i u Novom listu i u Večernjem listu se u primjerima direktiva snažno ističe opozicija „*mi*“ i „*oni*“, gdje su *mi* prikazani u pozitivnom, a *oni* u izrazito negativnom svijetlu.

#### 5.1.4. Tekstna vrsta *vijest* kao komisiv

S obzirom da je najbrojnija tekstna vrsta ovog korpusa upravo tekstna vrsta *vijest*, primjeri ove tekstne vrste se zbog svoje ilokucijske namjere mogu pronaći i među tekstovima s dominantnom komisivnom funkcijom. Korpus ovog rada broji ukupno 72 primjera tekstne vrste vijest koji su klasificirani kao komisiv, od čega je 46 jedinica pronađeno u Novom listu (22 posto od svih primjera vijesti), dok je njih 26 (tj. 18,2 %) iz Večernjeg lista. Ovi su primjeri, prema Hoffmannu (1988) i Jurin (2010; 2011; 2012), kategorizirani kao komisiv iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj se obvezuje na ostvarenje nekog obećanja ili radnje,

2. komunikacijska namjera je stav pošiljatelja da izvrši neku radnju ili obećanje,
3. smjer djelovanja komisiva, kao i kod direktiva, je od izvanjezične stvarnosti prema riječima,
4. psihički stav pošiljatelja sastoji se u njegovoj namjeri da učini neku radnju,
5. komunikacijska situacija podrazumijeva iskazivanje pošiljateljeve namjere da učini određenu radnju ili izvrši obećanje koje je iznio pred adresata, koji tu činjenicu prihvaća na znanje.

Iz korpusa ovog rada mogu se tako i izdvojiti neki primjeri tekstne vrste *vijest* koji su klasificirani kao komisiv, pa se tako iz Novog lista ističu sljedeći primjeri:

*Petrov: I dalje ćemo mijenjati sustav koji su stvorili HDZ i SDP* (17. kolovoza 2016., str. 7),

*Na Hrvatsku preslikati zagrebački model skrbi o braniteljima* (20. kolovoza 2016., str. 7),

*U riječkom HSS-u 18 novih članova* (31. kolovoza 2016., str. 4) ili

*HDZ će štiti dignitet hrvatskih branitelja* (8. rujna 2016., str. 7).

U Večernjem listu pronalaze se pak ovi primjeri:

*Bit ću riječki glas u Saboru, zastupat ću cijeli Kvarner* (18. kolovoza 2016., str. 6),

*Ivana Maletić: Uvest ćemo novi sustav ocjenjivanja službenika* (26. kolovoza 2016., str. 3),

*Neriješene predmete smanjiti ispod 350.000* (31. kolovoza 2016., str. 8) ili

*Autoceste ne prodajemo, novi život na otocima* (3. rujna 2016., str. 7).

#### 5.1.4.1. Novi list

Za prototipičan primjer tekstne vrste *vijest* koja je kategorizirana kao komisiv iz Novog lista odabran je tekst koji je objavljen 17. kolovoza 2016. godine na stranici 7 te ima naslov:

*Petrov: I dalje ćemo mijenjati sustav koji su stvorili HDZ i SDP*

Razlozi klasifikacije ovog analiziranog primjera tekstne vrste vijest u komisive su sljedeći:

1. pošiljatelj, u ovom primjeru je to predsjednik Mosta Božo Petrov, se obvezuje u ime svoje stranke i obećava da će mijenjati postojeći politički sustav kojeg su stvorili HDZ i SDP te da će raznim mjerama stvoriti uvjete da se cijela Hrvatska ravnomjerno razvija,
2. komunikacijska namjera je stav pošiljatelja da namjerava ostvariti dano obećanje mijenjanja sustava u Republici Hrvatskoj,
3. smjer djelovanja analiziranog komisiva je od izvanjezične stvarnosti prema riječima, odnosno, prema Petrovu, nepovoljni uvjeti u Hrvatskoj dovode ga do izricanja obećanja o promjenama,
4. psihički stav pošiljatelja sastoji se u njegovoj namjeri da ostvari dana obećanja vezana za promjene u političkom sustavu i ostvarivanje uvjeta za ravnomjerni razvoj Hrvatske,
5. komunikacijska situacija podrazumijeva iskazivanje pošiljateljeve namjere, Bože Petrova, da učini obećanje koje je iznio pred adresata, koji tu činjenicu prihvaća na znanje i očekuje izvršenje istog.

Pragmatički kontekst olakšava razumijevanje cijele situacije koja se spominje u analiziranom članku iz Novog lista. Pošiljatelj poruke u ovom primjeru je Božo Petrov, predsjednik stranke Most nezavisnih lista. Most je u vrijeme ovih parlamentarnih izbora bio smatran novijom strankom, naime, osnovani su tek krajem 2012. godine te su, nakon uspješnih lokalnih izbora u Metkoviću, na parlamentarne izbore prvi puta izašli 2015. godine. Na izborima za Osmi saziv Hrvatskog sabora osvojili su 19 mandata te su zajedno s HDZ-ovom Domovinskom koalicijom sastavili Vladu na čijem je čelu, nakon dugih pregovora, bio nestranački kandidat Tihomir Orešković. U tom periodu, kako u ovom tekstu kaže Petrov

*Most je u proteklom razdoblju pokušao promijeniti sustav što ga je stvorio „maligni duopol“ HDZ i SDP, a koji je bio preplavljen korupcijom i klijentelizmom.*

Takav rezultat Mosta na proteklim izborima dvije velike hrvatske stranke, HDZ i SDP, nisu očekivale, stoga u ovom tekstu ne čudi izjava Bože Petrova u kojoj poručuje kako „se neće ostvariti želja HDZ-a i SDP-a da će Most plesati samo jedno ljeto“, čime se zapravo obvezuje tijekom predizborne kampanje učiniti sve potrebno kako bi Most i dalje imao zastupnike u Saboru.

Analizirajući tekst na komunikacijsko-pragmatičnoj razini treba prvo naglasiti komunikacijsku namjeru pošiljatelja, tj. koji je cilj pošiljatelj ovim tekstom htio postići. U analiziranom tekstu prenose se riječi Bože Petrova vezane za poziciju Mosta na hrvatskoj političkoj sceni, u kojoj su članovi stranke pokušali mijenjati postojeći sustav stvoren od strane HDZ-a i SDP-a. Petrov se obvezuje da će i dalje ostati na tom putu i govori:

*„I dalje ćemo mijenjati sustav koji su stvorili HDZ i SDP“*

Osim toga, prilikom predstavljanja programa za ove izbore, Petrov je izjavio i da je cilj Mosta:

*(...) pomoći državi i građanima, (...) Most će biti jamac da će država biti kreirana na korist građana, a ne klijentelističkih skupina u velikim strankama.*

Nadalje, Petrov naglašava i:

*Cilj nam je stvoriti efikasniju javnu upravu, gospodarstvo i poljoprivredu gdje svi imaju jednake startne pozicije te obrazovanje koje će se temeljiti na kompetencijama i kako pomoći zapošljavanju.*

Osim Petrova, i Mostovac Marinko Škare dao je obećanja iz stranačkog programa za ove izbore:

*(...) Most se zauzima za porezno rasterećenje rada i kapitala, uz zadržavanje postojeće stope PDV-a, dok se ne ostvare dovoljne stope gospodarskog rasta, promjenu strukture gospodarstva te refinanciranje dugova građana i poduzeća.*

Isto je učinio i ekonomist Dean Sinković te istaknuo da će se Most pobrinuti za

*restrukturiranje postojećeg sustava za zapošljavanje, povećanje neoporezivog dijela dohotka za sto kuna godišnje i redefiniranje poreznih razreda.*

Iz istaknutih je primjera vidljivo da, iako se radi o tekstnoj vrsti *vijest*, koju je, kako je već rečeno, Ivanetić (2003) klasificirala kao asertiv, i to informativ, u ovom tekstu dominira ne informativna, već komisivna funkcija. Na ilokucijskoj razini pošiljatelj se obvezuje učiniti određenu radnju, tj. ima namjeru ostvariti dana obećanja. U širem se smislu ovakve tekstne vrste u političkoj komunikaciji mogu shvatiti kao neka vrsta jamstva kojeg pošiljatelj daje adresatu te adresat time vjeruje u ostvarenje iznesenih riječi pošiljatelja. Na komisivnu funkciju mogu tako ukazivati i gramatički i leksički elementi, kao što su npr. korištenje futura ili relativnog prezenta za izražavanje budućnosti:



*Na predstavljanju programa mostovci ponovili da **žele pomoći** državi i građanima  
I dalje **ćemo mijenjati** sustav koji su stvorili HDZ i SDP*

*... poručio je kako se „**neće ostvariti** želja HDZ-a i SDP-a da će Most plesati samo jedno ljeto“.*

*... te obećao biračima kako **će** i dalje **mijenjati** taj sustav.*

*... dodavši kako **će** Most **biti** jamac da će država biti kreirana na korist građana...*

***Želimo stvoriti** uvjete da se svi krajevi Hrvatske jednakomjerno razvijaju.*

*... obrazovanje koje **će se temeljiti** na kompetencijama.*

*Osijek i drugi hrvatski gradovi imaju probleme s kojima **se trebaju suočiti**, a naš program **pokušat će pokazati** kako se ti problemi mogu premostiti.*

*... Most **se zauzima** za porezno rasterećenje rada i kapitala, uz zadržavanje postojeće stope PDV-a, **dok se ne ostvare** dovoljne stope gospodarskog rasta...*

*Ocijenio je kako **će rezultati** rasterećenja **biti** rast osobne potrošnje i investicija, čime **će se stvoriti** uvjeti za rast izvoza i smanjivanje uvoza.*

*Božo Petrov izjavio je kako Most u novom sazivu Hrvatskog sabora **očekuje** barem isti broj zastupnika, a **nada se da će ih biti** i više.*

Osim dominantne komisivne funkcije, u ovom se primjeru tekstne vrste *vijest* u pojedinim tekstnim dijelovima javljaju još i informativna te ekspresivna funkcija, kao što je vidljivo u idućem primjeru:

*Predsjednik Mosta nezavisnih lista Božo Petrov izjavio je u utorak u Osijeku kako je Most u proteklom razdoblju pokušao promijeniti sustav što ga je stvorio „maligni duopol“ HDZ-a i SDP-a, koji je preplavljen korupcijom i klijentelizmom...*

U prvom dijelu rečenice javlja se informativna funkcija koja je povezana s nadnaslovom u kojem se adresata informira da je Most predstavio svoj program, a nastavlja se informacijom da je njihov predsjednik Božo Petrov te da je predstavljanje održano u Osijeku u utorak. Iz drugog dijela rečenice upravo navedenog primjera moguće je iščitati ekspresivnu funkciju kojom Petrov eksplicitno iznosi kritiku na račun vodećih dviju stranaka u Hrvatskoj, HDZ-u i SDP-u, govoreći o njima kao o „malignom duopolu“ punom korupcije i klijentelizma.

Ekspresivna se funkcija javlja i u sljedećem primjeru, i to u njegovu drugom dijelu:

*... dodavši kako će Most biti jamac da će država biti kreirana na korist građana, a ne klijentelističkih skupina u velikim strankama.*

Nakon analize funkcije teksta slijedi opis grafičkog dizajna i makrorazine teksta. Analizirani tekst smješten je u donjoj trećini stranice 7, a zanimljivo je istaknuti da se iznad njega nalazi samo jedan članak, i to također o Mostu, preciznije radi se o kritici Mostova prijedloga o stimulacijama u zdravstvu, koje se prema stručnjacima, teško mogu odrediti.

Analizirani tekst obrubljen je tankom sivom linijom, a gornja je linija okvira podebljana i u crnoj boji, dok je početni dio crte crvene boje. Članak čine i tekstualni i slikovni dio. Ovaj posljednji smješten je u gornjem desnom kutu, odmah ispod nadnaslova, u ravnini s naslovom i podnaslovom te prikazuje članove Mosta koji sjede za stolom, a na središnjem mjestu nalazi se predsjednik stranke Božo Petrov s ukrštenim dlanovima i zamišljenim pogledom u daljinu. Naslov fotografije, koji je također sastavni dio slikovnog dijela glasi:

*Most je program predstavio u Osijeku*

Tekstualni dio u ovom je analiziranom primjeru sastavljen od uvodnog i glavnog dijela, što je uobičajeno za sve analizirane primjere korpusa ovog rada. U uvodnom dijelu mogu se pronaći standardni elementi: nadnaslov, glavni naslov i podnaslov. Nadnaslov u ovom primjeru ima dva dijela, prvi dio napisan je crvenom bojom i velikim tiskanim slovima, dok je drugi dio nadnaslova zapravo u obliku rečenice i napisan je standardnim fontom i crnom bojom, a glasi:

*PREMOSTITI PROBLEME Na predstavljanju programa mostovci ponovili da žele pomoći državi i građanima*

Sadržajno je u nadnaslovu dan sažetak i glavna misao cijelog teksta uz informaciju da se radilo o predizbornom predstavljanju programa na kojem su se članovi stranke Most obvezali pomoći Hrvatskoj i njenim građanima.

Glavni naslov

*Petrov: I dalje ćemo mijenjati sustav koji su stvorili HDZ i SDP*

masno je otisnut te je najistaknutiji dio tekstualnog dijela članka i veličinom slova. Podnaslov analiziranog teksta glasi:

*Predsjednik Mosta nezavisnih lista poručio je kako se „neće ostvariti želja HDZ-a i SDP-a da će Most plesati samo jedno ljeto“. Političke protivnike optužio je za stvaranje „malignog duopola“.*

Glavni dio teksta započinje, kako je već uobičajeno za primjere preuzete iz Novog lista, navedenim gradom i potom dvjema crvenim strelicama koje upućuju na početak glavnog dijela teksta. U ovom analiziranom primjeru grad je *Osijek*, dok se u ostalim primjerima navode npr. *Rijeka* ili *Zagreb*. Tekstualni dio u središnjem dijelu teksta podijeljen je u šest odlomaka koji su raspoređeni u četiri stupca, a na samom kraju u zagradi je napisan izvor s kojeg su preuzete informacije za ovaj tekst, a to je Hina. Na krajnjem desnom rubu analiziranog primjera smješten je slikovni dio teksta, a ispod njega izdvojen je još jedan odlomak koji se ranije u glavnom dijelu teksta ne spominje. Smješten je u sivom pravokutniku i obrubljen je s gornje i donje strane zadebljanom sivom crtom, s time da je u gornjem lijevom kutu još i podebljana crvena crta, jednaka onoj koja se nalazi na samom početku uvodnog dijela teksta. Taj istaknuti odlomak ima i svoj naslov te glasi:

*Očekuju barem isti broj zastupnika*

a u njemu se osim izjave vezane za broj mandata u novom sazivu Sabora Božo Petrov dotaknuo i financiranja kampanje.

Analizom tematske razine teksta može se ustvrditi da je osnovni predmet teksta, tj. njegov najsažetiji sadržaj, predstavljanje programa Mosta za predstojeće izbore. Kao podteme mogu se izdvojiti područja kojih se Božo Petrov dotaknuo na ovom predstavljanju u Osijeku. Radi se prvo o kritici HDZ-ove i SDP-ove politike koju su do sada provodili, a zatim su istaknuti ciljevi Mosta. Prvi, kako sam Petrov kaže, „nije dobiti izbore, već pomoći državi i građanima“, a slijede potom stvaranje efikasnije javne uprave i obrazovnog sustava koji će pomoći zapošljavanju, zatim rješenja za gospodarstvo koja će omogućiti rast potrošnje i investicija, rast izvoza i smanjivanje uvoza te restrukturiranje sustava za zapošljavanje, povećanje dohotka i redefiniranje poreznih razreda. Sve su navedene podteme u istom rangu, tj. jednake su važnosti i sve su zavisne od glavne teme, a to je predstavljanje programa. Upravo se stoga može u ovom tekstu govoriti o deskriptivnom razvoju teme, koji je karakterističan za tekstnu vrstu *vijest*, a može se argumentirati činjenicom da je tekst podijeljen na komponente koje su jasno definirane, a prikazane su kratko, jasno i pregledno (usp. Brinker i dr. 2014).

Tematska koherencija može se dokazati i na jezično-stilističkoj razini, i to konstantnim eksplicitnim i implicitnim provlačenjem glavne reference, Bože Petrova i Mosta kroz cijeli tekst, npr.

*Na predstavljanju programa **mostovci** ponovili da žele pomoći državi i građanima*

***Petrov**: I dalje ćemo mijenjati sustav koji su stvorili HDZ i SDP*

***Predsjednik Mosta nezavisnih lista** poručio je kako se „neće ostvariti želja HDZ-a i SDP-a da će Most plesati samo jedno ljeto“*

*Političke **protivnike optužio je** za stvaranje „malignog duopola“*

***Predsjednik Mosta nezavisnih lista Božo Petrov** izjavio je u utorak u Osijeku kako je **Most** u proteklom razdoblju pokušao promijeniti sustav...*

*Na predstavljanju **programa Mosta** za predstojeće parlamentarne izbore **Petrov** je kazao kako **Mostu** nikada nije bio ultimativni cilj dobiti izbore...*

*Cilj **nam** je stvoriti efikasniju javnu upravu, gospodarstvo i poljoprivredu gdje svi imaju jednake startne pozicije...*

*..., a **naš program** pokušat će pokazati kako se ti problemi mogu premostiti, istaknuo je **Petrov**.*

*Govoreći o rješenjima iz gospodarskog programa, Marinko Škare kazao je kako se **Most** zauzima za porezno rasterećenje rada i kapitala...*

***Božo Petrov** izjavio je kako **Most** u novom sazivu Hrvatskog sabora očekuje barem isti broj zastupnika, a nada se da će ih biti i više.*

U većem dijelu teksta radi se o prenošenju riječi Bože Petrova i ostalih članova Mosta, a u najviše primjera koristi se neupravni govor koji je uveden (ili zaključen) riječima poput: *poručio je, izjavio je, obećao je, kazao je, istaknuo je, ocijenio je, naveo je ili odgovorio je.* U ostalim je primjerima potpuno ili djelomično u rečenicama korišten upravni govor, a pritom je zanimljivo da potpuni upravni govor nije obilježen navodnim znakovima, već samo oni dijelovi koji su unutar neupravnog govora izravno citirani, npr.:

*Petrov: I dalje ćemo mijenjati sustav koji su stvorili HDZ i SDP*

*Predsjednik Mosta nezavisnih lista poručio je kako se „neće ostvariti želja HDZ-a i SDP-a da će Most plesati samo jedno ljeto“*

*Želimo stvoriti uvjete da se svi krajevi Hrvatske jednakomjerno razvijaju. Cilj nam je stvoriti efikasniju javnu upravu, gospodarstvo i poljoprivredu gdje svi imaju jednake startne pozicije te obrazovanje koje će se temeljiti na kompetencijama i tako pomoći zapošljavanju.*

Nadalje, na semantičkoj razini mogu se istaknuti primjeri resornog rječnika koji, uz očekivani politički vokabular ima i velik udio riječi koje pripadaju ekonomskom sektoru, s obzirom da su, kako je navedeno na tematskoj razini, mnoga ključna rješenja iz Mostova programa vezana upravo za ekonomiju. Iz političkog vokabulara mogu se tako izdvojiti sljedeći primjeri: *predstavljanje programa, mostovci, predsjednik Mosta nezavisnih lista, HDZ, SDP, politički protivnici, obećati biračima, mijenjati sustav, predstavljanje programa Mosta, predstojeći parlamentarni izbori, dobiti izbore, pomoć državi i građanima, stvoriti uvjete, imati cilj, premostiti probleme, gospodarski program, mjere, zauzeti se za što ili izborna kampanja.* Kada je riječ o resornom, ekonomskom vokabularu, ističu se u analiziranom tekstu primjeri poput: *rješenja iz gospodarskog programa, porezno rasterećenje rada i kapitala, postojeća stopa PDV-a, stopa gospodarskog rasta, promjena strukture gospodarstva, refinanciranje dugova građana i poduzeća, rast osobne potrošnje i investicija, rast izvoza, smanjivanje uvoza, restrukturiranje postojećeg sustava za zapošljavanje, povećanje neoporezivog dijela dohotka, redefiniranje poreznih razreda ili državni proračun.*

Iz većine upravo navedenih primjera vokabulara može se uočiti trend korištenja pozitivno obilježenih riječi kada se govori o Mostu i njegovim članovima, politikama i idejama. Osobito se pritom ističu riječi poput *pomoći, razvijati, stvoriti, efikasniji, jednak, ostvariti, promjena, rast* ili *povećanje*, kao što se vidi iz navedenih primjera:

*Na predstavljanju programa mostovci ponovili da **žele pomoći državi i građanima***

*Želimo **stvoriti** uvjete da se svi krajevi Hrvatske jednakomjerno **razvijaju**.*

*Cilj nam je **stvoriti efikasniju** javnu upravu, gospodarstvo i poljoprivredu gdje svi imaju **jednake** startne pozicije...*

*... dok se ne **ostvare** dovoljne stope gospodarskog rasta, **promjenu** strukture gospodarstva te refinanciranje dugova građana i poduzeća.*

*Ocijenio je kako će rezultati rasterećenja biti **rast** osobne potrošnje i investicija, čime će se **stvoriti uvjeti** za **rast** izvoza i smanjivanje uvoza...*

... naveo je restrukturiranje postojećeg sustava za zapošljavanje, **povećanje** neoporezivog dijela dohotka za sto kuna godišnje i redefiniranje poreznih razreda.

Ovakvo korištenje vokabulara može se povezati i s opozicijom „mi“ i „oni“, gdje su „mi“ prikazani pozitivno, a „oni“ negativno (usp. van Dijk 2006; Miletić i Perić 2022). U analiziranom su tekstu „mi“ Božo Petrov i Most, a „oni“ su njihovi politički oponenti, dakle HDZ i SDP. Negativni aspekt „njih“ vidljiv je i izravno u sljedećim primjerima preuzetim iz glavnog naslova i podnaslova:

*Petrov: I dalje ćemo **mijenjati sustav koji su stvorili HDZ i SDP***

*Predsjednik Mosta nezavisnih lista poručio je kako se „neće ostvariti želja HDZ-a i SDP-a da će Most plesati samo jedno ljeto“. **Političke protivnike optužio je za stvaranje „malignog duopola“***

U glavnom dijelu teksta javljaju se slično formulirani primjeri:

*Predsjednik Mosta nezavisnih lista Božo Petrov izjavio je u utorak u Osijeku kako je Most u proteklom razdoblju pokušao promijeniti sustav što ga je stvorio „**maligni duopol**“ **HDZ-a i SDP-a**, koji je bio **preplavljen korupcijom i klijentelizmom** te obećao biračima kako će i dalje mijenjati taj sustav.*

*Na predstavljanju programa Mosta za predstojeće parlamentarne izbore Petrov je kazao kako Mostu nikada nije bio ultimativni cilj dobiti izbore, već pomoći državi i građanima, dodavši kako će Most biti jamac da će država biti kreirana na korist građana, **a ne klijentelističkih skupina u velikim strankama.***

*Poručio je kako se „neće ostvariti želja **HDZ-a i SDP-a da će Most plesati samo jedno ljeto**“.*

Pritom se u ovoj opoziciji „nas“ i „njih“ javljaju i primjeri gdje „mi“ nisu samo mostovci i Božo Petrov, već taj „mi“ podrazumijeva zajedništvo cijele države i njezinih građana:

*Na predstavljanju programa mostovci ponovili da žele pomoći državi i građanima*

*Na predstavljanju programa Mosta za predstojeće parlamentarne izbore Petrov je kazao kako Mostu nikada nije bio ultimativni cilj dobiti izbore, već pomoći državi i građanima, dodavši kako će Most biti jamac da će država biti kreirana na korist građana, **a ne klijentelističkih skupina u velikim strankama.***

*Želimo stvoriti uvjete da se svi krajevi Hrvatske jednakomjerno razvijaju.*

*Osijek i drugi hrvatski gradovi imaju probleme s kojima se trebaju suočiti, a naš program pokušat će pokazati kako se ti problemi mogu premostiti, istaknuo je Petrov.*

Ističe se još jedna jezična formulacija, odnosno kolokacija, koja je spomenuta u nadnaslovu i u glavnom dijelu teksta:

***Premostiti probleme*** – *Na predstavljanju programa mostovci ponovili da žele pomoći državi i građanima*

*Osijek i drugi hrvatski gradovi imaju probleme s kojima se trebaju suočiti, a naš program pokušat će pokazati kako se ti **problemi** mogu **premostiti**, istaknuo je Petrov.*

Kako je vidljivo iz obaju primjera, radi se o kolokaciji *premostiti probleme* koja se u ovom tekstu koristi kao igra riječima jer govori o rješavanju problema od strane **Mosta** i **mostovaca**, koji će određeni problem **premostiti**.

U nekima od ostalih primjera tekstne vrste *vijest* kao komisiv ističe se također velik broj primjera pozitivno obilježenih riječi. Tako se u tekstu *HDZ će štiti dignitet hrvatskih branitelja* objavljenom 8. rujna 2016. godine na str. 7 mogu pronaći primjeri poput: *dignitet, štiti, vrijednosti, istina, (istinsko) pomirenje, dostojanstvo, poštovanje ili vrednovanje.*

#### 5.1.4.2. Večernji list

Za detaljniju analizu tekstne vrste *vijest* kao komisiv iz Večernjeg lista preuzet je članak objavljen 31. kolovoza 2016. godine na str. 8, te taj tekst nosi naslov

*Neriješene predmete smanjiti ispod 350.000.*

Ovaj prototipični primjer može se klasificirati kao komisiv iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj je u ovom primjeru Dražen Bošnjaković, predsjednik HDZ-ova Odbora za pravosuđe, koji se obvezuje u naredne dvije godine smanjiti broj neriješenih sudskih predmeta,
2. komunikacijska namjera teksta je da pošiljatelj namjerava i želi ostvariti dano obećanje o smanjivanju broja neriješenih predmeta na sudovima,
3. smjer djelovanja analiziranog komisiva je od izvanjezične stvarnosti prema riječima, tj. na temelju iznesenih brojki neriješenih sudskih predmeta, Bošnjaković daje izjavu, odnosno obećanje da će te brojke smanjiti,

4. psihički stav pošiljatelja sastoji se u njegovoj namjeri da ostvari dana obećanja vezana za smanjenje broja neriješenih sudskih predmeta,

5. u komunikacijskoj situaciji pošiljatelj, Dražen Bošnjaković, iskazuje namjeru da izvrši obećanje koje je iznio pred adresata, koji pak iznesenu činjenicu prihvaća i očekuje njeno ostvarenje.

Uvidom u pragmatički kontekst, odnosno opisom političke situacije vezane uz ovaj analizirani prototipični tekst daje se okvir za lakše razumijevanje samog sadržaja teksta. Naime, iako je tekst prilično kratak, daje najvažnije informacije koje adresatu pružaju uvid u razmjere pothvata kojeg Bošnjaković obećava. Kako navodi bivši ministar pravosuđa u Vladi Jadranke Kosor (od 2010. do 2011. godine), u tom je trenutku u Republici Hrvatskoj bilo neriješeno 490.000 predmeta. Prema Statističkom pregledu za 2016. godinu Ministarstva pravosuđa (2017: 21) broj neriješenih predmeta na kraju 2016. godine iznosio je 501.625, dok je u 2015. godini taj broj bio nešto viši, točnije bilo je 552.020 neriješenih sudskih predmeta. Iako je tendencija broja sudskih predmeta koji nisu riješeni u smanjenju, i to još od 2011. godine, Bošnjakovićeva procjena o trenutnoj situaciji u pravosuđu bila je precijenjena.

Prilikom analize teksta na komunikacijsko-pragmatičnoj razini valja obratiti pažnju i na komunikacijsku namjeru pošiljatelja, što je nešto ranije već i spomenuto. Radi se o činjenici da pošiljatelj teksta, Dražen Bošnjaković, za cilj ima smanjiti broj neriješenih predmeta na sudovima u Republici Hrvatskoj i obvezuje se da će HDZ to učiniti u prve dvije godine novog mandata. Govoreći pak o namjeri analiziranog teksta na ilokucijskoj razini jasno je da se pošiljatelj obvezuje učiniti neku radnju, što znači da se radi o komisivnoj funkciji teksta. Kako je rečeno i prilikom analize tekstne vrste *vijest* kao komisiv iz Novog lista, u političkoj komunikaciji komisiv se zapravo može tumačiti kao pošiljateljevo jamstvo adresatu da će ostvariti obećano. Kako bi se komisivna funkcija i dokazala iz ovog analiziranog teksta, mogu se preuzeti i gramatički i leksički elementi. Pronalaze se tako primjeri za izraziti obećanje putem relativnog prezenta i futura:

*HDZ planira u prve dvije godine mandata broj neriješenih predmeta sa 490.000 smanjiti ispod 350.000, (...)*

*Stoga će posebnu pozornost posvetiti preraspodjeli tih predmeta unutar postojećeg korpusa, (...)*



Osim dominantne komisivne funkcije, u ovom se analiziranom tekstu u određenim tekstnim dijelovima javlja i informativna funkcija, odnosno, iz Bošnjakovićevih se riječi saznaju konkretne informacije o broju trenutno neriješenih predmeta u hrvatskom pravosuđu te broju hrvatskih sudaca. Kako navodi tekst, neriješenih sudskih predmeta ima 490.000 (iako, kako je ranije navedeno prema statističkim podacima Ministarstva pravosuđa, ta je brojka za 2016. godinu iznosila malo iznad 501.000 predmeta), a u sustavu hrvatskoga pravosuđa *je gotovo 2000 sudaca*. Osim toga, saznaje se i informacija da je Dražen Bošnjaković predsjednik HDZ-ova Odbora za pravosuđe.

Analizom grafičkog dizajna teksta primjećuje se da je ovaj prototipični primjer tekstne vrste *vijest* kao komisiv smješten na krajnje desnom rubu stranice, točnije u njenom gornjem desnom kutu. Glavni je tekst 8. stranice intervju s predsjednikom HSS-a Krešom Beljakom koji dominira svojom pozicijom i obimom, dok su u krajnji desni stupac smještena četiri kratka teksta raspoređena cijelom dužinom stranice. Među tim je tekstovima najistaknutiji upravo ovaj analizirani primjer, jer osim tekstualnog, sadrži i slikovni element. Isti je smješten iznad tekstualnog dijela, a na fotografiji je prikazan Dražen Bošnjaković u prvom planu, a iza njega se nazire bijeli plakat HDZ-a. Slikovni element nema svoj naslov, već je ispod slikovnog elementa crvenim slovima napisan nadnaslov koji glasi:

*Bošnjaković o pravosuđu:*

Dvotočka u nadnaslovu izravno povezuje nadnaslov s glavnim naslovom, što upućuje na koherenciju teksta, naime glavni naslov prenosi Bošnjakovićeve riječi:

*Neriješene predmete smanjiti ispod 350.000*

i na taj način daje uvid u temu ovog teksta. Naslov je napisan masno otisnutim slovima te ima najveći font u cijelom analiziranom tekstu, koji, zbog svoje sažetosti i kratkoće, nema podnaslov.

Na samom početku glavnog dijela teksta, kao i u ostalim analiziranim primjerima kako iz Novog lista tako i iz Večernjeg lista, navedeno je mjesto nastanka vijesti, što je u ovom primjeru grad *Vrbovec*, a čiji je naziv napisan velikim tiskanim slovima. Odmah nakon naziva mjesta kreće prva rečenica glavnog dijela teksta, bez vizualnih elemenata koji odvajaju ove dvije riječi. Glavni dio teksta, s obzirom da je sam tekst vrlo kratak, nema istaknutih dodatnih obilježja te je podijeljen u samo dva odlomka. Na samom kraju glavnog

dijela teksta u podebljanoj se zagradi nalazi slovo *h*, što upućuje da je vijest vjerojatno preuzeta od Hine.

Analizom tematske razine teksta valja prvo utvrditi koji je predmet ovog analiziranog teksta, a kako je ranije već i spomenuto, radi se o broju neriješenih predmeta u hrvatskom pravosuđu, a o tome govori Dražen Bošnjaković, predsjednik HDZ-ova Odbora za pravosuđe. S obzirom da je tekst vrlo kratak, ne može se u ovom primjeru govoriti o temama pojedinih tekstnih dijelova jer ih nema, te se stoga ne može niti odrediti tematska shema ovog teksta. Može se, međutim, u ovom analiziranom primjeru utvrditi tematska koherencija teksta, odnosno ujednačenost predmeta teksta, i to principom slijeda, što se može dokazati sljedećim primjerima:

*Bošnjaković o pravosuđu:*

*Neriješene predmete smanjiti ispod 350.000*

*... broj neriješenih sudskih predmeta sa 490.000 smanjiti ispod 350.000, ...*

*... predsjednik HDZ-ova Odbora za pravosuđe Dražen Bošnjaković na predstavljanju HDZ-ova programa za pravosuđe.*

*Hrvatsko pravosuđe još je opterećeno velikom\* brojem neriješenih predmeta...*

*... teret predmeta nije jedako\* raspoređen...*

Neki se od navedenih primjera mogu povezati i s gramatičkim uvjetima koherencije teksta, kao što su eksplicitno i implicitno nadovezivanje (usp. Brinker i dr. 2014). Eksplicitnim nadovezivanjem jezični izraz isto se imenuje, pa se mogu pronaći primjeri imenovanja osobe, poput:

*Bošnjaković o pravosuđu:*

*... rekao je jučer predsjednik HDZ-ova Odbora za pravosuđe Dražen Bošnjaković na predstavljanju HDZ-ova programa za pravosuđe.*

*... najavio je Bošnjaković.*

Također, moguće je pronaći primjere imenovanja istog pojma, od naslova pa do glavnog dijela teksta, radi se o *predmetima*, koji su u nekim primjerima *neriješeni*, *sudski*, *ti* ili pak neopisani:

*Neriješene predmete smanjiti ispod 350.000*

*HDZ planira u prve dvije godine mandata broj **neriješenih sudskih predmeta** sa 490.000 smanjiti ispod 350.000...*

*Hrvatsko pravosuđe još je opterećeno velikom\* brojem **neriješenih predmeta**, (...), ali teret **predmeta** nije jedako\* raspoređen.*

*Stoga će posebnu pozornost posvetiti preraspodjeli **tih predmeta**...*

Implicitnim nadovezivanjem može se smatrati neizravna veza izraza, tj. izrazi se odnose na različite reference, no među njima postoji neka (u ovom primjeru logička) referenca zbog semantičke bliskosti:

***Neriješene predmete** smanjiti ispod 350.000*

*... Predsjednik HDZ-ova Odbora za **pravosuđe**...*

***Hrvatsko pravosuđe** još je opterećeno velikom\* brojem **neriješenih predmeta**....*

*... u sustavu je gotovo 2000 **sudaca**...*

*Stoga će posebnu pozornost posvetiti preraspodjeli **tih predmeta**...*

Cijeli je analizirani tekst zapravo prenošenje riječi Dražena Bošnjakovića i to kroz neupravnii govor, a koriste se glagoli koji ga obilježavaju, kao što je vidljivo u sljedećim primjerima:

*... sa 490.00 smanjiti ispod 350.000, **rekao je** jučer predsjednik HDZ-ova Odbora za pravosuđe Dražen Bošnjaković.*

*Stoga će posebnu pozornost posvetiti preraspodjeli **tih predmeta** unutar postojećeg korpusa, **najavio je** Bošnjaković.*

Ističe se i primjer izravne povezanosti nadnaslova i naslova, u kojima je korištena dvotočka, kao što se može pročitati u analiziranom primjeru:

*Bošnjaković o pravosuđu: **Neriješene predmete** smanjiti ispod 350.000*

Na semantičkoj se pak razini, očekivano, pronalaze primjeri koji se, osim uz predizbornu kampanju, vežu i za pravosudni sektor. Iz političkog vokabulara mogu se tako istaknuti primjeri poput: *HDZ planira, mandat, predsjednik Odbora* ili *predstavljanje programa*, dok su riječi vezane za pravnu terminologiju npr.: *pravosuđe, neriješeni predmeti, neriješeni sudski predmeti, Odbor za pravosuđe, hrvatsko pravosuđe, 2000 sudaca, raspored predmeta* ili *preraspodjela predmeta*. Kako je vidljivo, i semantička razina također upućuje na temu teksta koja se odnosi na stanje u hrvatskom pravosuđu i na broj postojećih predmeta.

S obzirom na činjenicu da je tekst kratak, u njemu se ne pronalaze daljnji primjeri za analizu, no valja istaknuti kako se u jednoj od rečenica teksta nalaze i pravopisne pogreške, koje su, kao i u ostalim takvim situacijama označene znakom \*:

*Hrvatsko pravosuđe još je opterećeno velikom\* brojem neriješenih predmeta, u sustavu je gotovo 2000 sudaca, ali teret predmeta nije jedako\* raspoređen.*

Zaključno, može se istaknuti da se u Novom listu može pronaći čak 46 primjera tekstne vrste *vijest* koja se može kategorizirati kao komisiv, dok je u Večernjem listu broj nešto niži, svega je 26 takvih primjera. Analiza ilokucijske razine pokazala je da su oba primjera s dominantnom komisivnom funkcijom, odnosno njihova je komunikacijska namjera obvezivanje pošiljatelja na ostvarenje onoga o čemu govori. U primjeru iz Novog lista pošiljatelj (Božo Petrov) se obvezuje stvoriti uvjete za ravnomjerni razvoj Hrvatske, dok se u analiziranom tekstu iz Večernjeg lista Dražen Bošnjaković obvezuje u ime HDZ-a da će smanjiti broj neriješenih sudskih predmeta u hrvatskom pravosuđu. Iako se u oba teksta pošiljatelj obvezuje izvršiti neku radnju, njihova je tema drugačija, a samim time ni leksička razina teksta nije ista. Razlike se mogu pronaći i u samoj makrorazini teksta, gdje je vidljiva zamjetna razlika u dužini i grafičkom oblikovanju dvaju tekstova – tekst Novog lista duži je, sadrži sve elemente uvodnog dijela teksta (nadnaslov, glavni naslov i podnaslov) te u glavnom dijelu teksta ima i istaknut jedan dio sa zasebnim podnaslovom, dok tekst iz Večernjeg lista, osim što je znatno kraći, ima samo nadnaslov i glavni naslov u uvodnom dijelu teksta te nikakvih specifičnosti u glavnom dijelu teksta.

#### 5.1.5. Tekstna vrsta *vijest* kao ekspresiv

Iako cijeli korpus broji 80 tekstova koji se po svojim karakteristikama mogu svrstati u tekstni tip ekspresiva među tekstnim vrstama najzastupljenija je tekstna vrsta *vijest* s 21 primjerom, a slijedi tekstna vrsta *komentar* s 12 primjera. Iz tog razloga u nastavku će se analizirati primjer vijesti čija je osnovna funkcija ona ekspresivna. Nadalje, s obzirom da je postotak tekstne vrste *vijest* koju prema tekstnoj funkciji možemo ubrojiti u tekstni tip ekspresiva vrlo nizak i ne prelazi 10 %, prikazat će se u nastavku samo glavne karakteristike i analiza prototipičnih primjera iz Novog lista i iz Večernjeg lista. U Novom listu tako se može pronaći 9 primjera tekstne vrste *vijest* koji prikazuju ekspresivnoj tekstnoj funkciji (4,3 %), a u Večernjem listu ima ih 12 (8,4 % od ukupnog broja tekstne vrste *vijest*). Prema

Hoffmannu (1988) i Jurin 2010; 2011; 2013) tekstna vrsta *vijest* se može kategorizirati kao ekspresiv iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj izražava svoj stav prema nekome ili nečemu,
2. komunikacijska namjera je izraziti stav prema nekome ili nečemu, pri čemu stav može biti pozitivan ili negativan,
3. smjer djelovanja je od pošiljatelja prema trećoj strani,
4. psihički stav pošiljatelja je različit, ovisno izražava li pozitivan ili negativan stav,
5. komunikacijska situacija podrazumijeva iskazivanje pozitivnog ili negativnog stava pošiljatelja, a adresat to prima na znanje te se s takvim stavom može i ne mora složiti.

U analiziranom korpusu, iz Novog lista mogu se izdvojiti sljedeći primjeri tekstne vrste *vijest* koji su klasificirani kao ekspresivi:

*Bandić prozvao HDZ i SDP za davanje lažnih obećanja* (21. kolovoza 2016., str. 4),

*Zaoštrio kampanju* (28. kolovoza 2016., str. 2 i 3) ili

*Puljak: HDZ i Most uništiti sustav kulture* (30. kolovoza 2016., str. 6).

U Večernjem listu mogu se pak pronaći ovi primjeri:

*U SDP-u i HDZ-u za posao nužne stranačke iskaznice* (21. kolovoza 2016., str. 4),

*'Bandić radi troškove da bi otežao život svom nasljedniku'* (27. kolovoza 2016., str. 8) ili

*Bandić novinarima: Ponašate se goebbelsovski* (29. kolovoza 2016., str. 5).

#### 5.1.5.1. Novi list

Iz Novog lista za analizu tekstne vrste *vijest* koja se može ubrojiti u tekstni tip ekspresiv odabran je članak s naslovom *Zaoštrio kampanju*, koji je objavljen 28. kolovoza 2016. na stranicama 2 i 3, a klasificira se kao tekstna vrsta s dominantnom ekspresivnom funkcijom iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj Zoran Milanović izražava svoj negativan stav prvenstveno prema HDZ-u,
2. komunikacijska namjera ovog teksta je izraziti negativan stav prema HDZ-u,
3. smjer djelovanja je od pošiljatelja prema HDZ-u,

4. psihički stav pošiljatelja je negativan i usmjeren prema HDZ-u,

5. komunikacijska situacija podrazumijeva iskazivanje negativnog stava Zorana Milanovića prema HDZ-u, a adresat to prima na znanje te se s takvim stavom može i ne mora složiti.

Kada je riječ o političkom kontekstu, ne može se lako odijeliti samo jedan aspekt koji se spominje u tekstu. U prvom je planu pošiljatelj teksta, Zoran Milanović, tada predsjednik SDP-a i voditelj Narodne koalicije za ove izbore te bivši premijer Vlade Republike Hrvatske u razdoblju od 2012. do 2015. godine. U ovom se tekstu prenose njegove riječi s predizbornog skupa održanog dan ranije u Splitu. Milanović se dotakao raznih tema i poslao poruke, kako u nadnaslovu teksta stoji: *EU, srpskoj i mađarskoj Vladi, te političkim protivnicima*. Radi se o svojevrsnom nastavku i objašnjavanju činjenica vezanih za curenje snimki sa sastanka (iza zatvorenih vrata) između predstavnika branitelja i Milanovića, a koje se dogodilo samo nekoliko dana ranije, 24. kolovoza 2016. godine. U tim se snimkama mogu čuti Milanovićevi stavovi o srbijanskoj vlasti za koju kaže da je riječ o beogradskoj čaršiji, zatim o optužnicama iz BiH koje su još veći problem od onih iz Beograda te je spomenuo i blokadu pregovora s EU. U drugom dijelu ovog članka sve to su komentirali, među ostalima, Andrej Plenković, Željko Reiner i Vesna Pusić. Autor teksta potpisan je na samom kraju cijelog članka, radi se o novinaru Zlatku Crnčecu.

Na komunikacijsko-pragmatičnoj razini može se razlučiti namjera pošiljatelja, a to je da Milanović izrazi svoj izuzetno negativan stav i mišljenje prema HDZ-u, njegovu predsjedniku i odnosu prema zemljama u okolini. Primarna tekstna funkcija je ona ekspresivna, a to se može dokazati mnogim sintaktičkim i semantičkim elementima, npr.:

*Nisam krotki i prevrtljivi briselski čato.*

*Ali ova šporka desnica netrpeljivosti, etnobiznisa i podjela se svaki puta budi pred izbore – Beograd, Budimpešta i Pantovčak, ovisi tko je tamo, uhvati u kolo i – ruka ruku mije.*

*To ne valja i to nisu prijatelji ni hrvatskog ni srpskog naroda. To su provokatori i prevaranti.*

*Dodao je da Narodna koalicija ima stav, te da se „bori za nacionalne interese, ali ne tako da ugrožava dobrobit svog naroda“.*

*Dodao je da „postoji šporka desnica i ona koja je čista“.*

*Dosta je muljanja, dosta je svađanja naroda.*

*... nego „beogradska čaršija“ i „desničarska vlast“.*

*- Svrbi ih vjerodostojnost – nemaju je. Oni su fejk, krivotvorina, prijevara, rekao je Milanović.*

*On je optužio HDZ i da želi zaustaviti kurikularnu reformu i privatizirati zdravstvo „tako da vam svaki puta istresu posljednju kunu iz džepa kada dolazite doktoru kojeg plaćate cijeli život kroz doprinose“.*

Osim dominantne ekspresivne funkcije, javljaju se još i informativna:

***Predsjednik SDP-a Zoran Milanović dodatno je jučer zaoštrio predizbornu kampanju komentarima o svojim političkim suparnicima.***

***Glavni grad Hrvatske je Zagreb, nije Beograd ni Budimpešta.***

*Ono što radi Milanović je prilično razvidno, rekao je Reiner koji je također **obiša\*** stranačke štandove na Trgu bana Jelačića.*

*... rekla je Pusić jučer na zagrebačkom Trgu bana Jelačića gdje je razgovarala s građanima.*

komisivna:

*Ako ikada budem zastupao svoju zemlju nakon ovoga, zastupat ću je glavom, karakterom, čvrstinom.*

*- No pasaran, neće proći, zaključio je Milanović.*

i eksplikativna funkcija:

*Dodao je da Narodna koalicija **ima stav, te da se „bori za nacionalne interese, ali ne tako da ugrožava dobrobit svog naroda“.***

*- Angela Merkel je desnica i to je super. S njom razgovaram i pregovaram.*

*Glavni grad Hrvatske je Zagreb, **nije Beograd ni Budimpešta. Nikada ne kažem „s Mađarima“, nikad ne kažem „sa Srbima“ nego „beogradska čaršija“ i „desničarska vlast“.***

Uvidom u grafički dizajn analiziranog teksta vidljivo je da tekst zauzima dvije stranice, i to 2. i 3. stranicu, dakle, na samom početku je tiskanog izdanja Novog lista. Na stranici 2

standardno se nalazi uvodnik, a prvi dio ovog teksta smješten je upravo odmah do uvodnika i zauzima gornje dvije trećine stranice, u širini četiri stupca teksta, dok se na stranici 3 nalazi ostatak nadnaslova i glavnog naslova s dva stupca teksta. Takvo pozicioniranje teksta daje mu na važnosti i svakako privlači pažnju adresata (usp. Burger 2005: 209). Osim toga, izdvojena su i dva crna pravokutnika u kojima je tekst napisan bijelom bojom, a u gornjem lijevom kutu omeđeni su debljom crvenom linijom. Njihovi su naslovi:

*Plenković: BiH treba pristupiti s respektom i*

*Economist: Opsjednut prošlošću spominje djeda ustašu.*

Glavni naslov napisan je velikim tiskanim slovima i to najvećim fontom u cijelom tekstu, a usto je i podcrtan tankom crvenom linijom. Nadnaslov je sastavljen od dva dijela, prvi je dio manji crveni pravokutnik, a drugi je dugačak crni pravokutnik. Tekst u njima je napisan bijelim tiskanim slovima i glasi:

*Predsjednik SDP-a Poruke EU, srpskoj i mađarskoj Vladi, te političkim protivnicima*

Ovaj analizirani primjer ima dva podnaslova i oba su napisana na dijelu teksta koji se nalazi na stranici 2. Prvi je napisan u tri retka i glasi:

*Milanović: Nacionalni sam građanski političar, a nisam briselski čato*

Otisnut je masnim slovima i nešto većim fontom od drugog podnaslova u kojem stoji:

***Angela Merkel je desnica i to je super. S njom razgovaram i pregovaram. Ali ova šporka desnica netrpeljivosti, etnobiznisa i podjela se svaki puta budi pred izbore – Beograd, Budimpešta i Pantovčak. To su provokatori i prevaranti. Glavni grad Hrvatske je Zagreb, nije Beograd ni Budimpešta***

Kao što je vidljivo, dio drugog podnaslova označen je masnim slovima i u njemu se posebno ističe Milanovićev stav i mišljenje vezano za HDZ i situaciju u susjedstvu.

Sastavni dio ovog analiziranog primjera je i slikovni dio teksta koji je smješten na lijevu stranicu teksta, nalazi se u donjoj polovici teksta i zauzima tri stupca. Na fotografiji je u fokusu prikazan Zoran Milanović s mikrofonom u ruci, a oko njega se vidi mnoštvo ljudi s



transparentima Narodne koalicije u crvenoj, plavoj i zelenoj boji<sup>40</sup> te koalicijski partneri Krešo Beljak i Silvano Hrelja. Slikovni element ima svoj naslov i glasi:

*Zoran Milanović među pristalicama u Splitu*

Kako je ranije rečeno, u ovom analiziranom primjeru Milanović se na predizbornom skupu Narodne koalicije u Splitu dotiče više tema i komentira više činjenica, no kroz sve se provlači kritika HDZ-u i HDZ-ovoj politici. Milanović najprije govori kako s desnim demokratskim vladama (npr. Vladom Angele Merkel) nikada nije imao problema, da Narodna koalicija ima stav, ali ne ugrožava narod, zatim se nadovezuje na odnos Pantovčak - Beograd - Budimpešta i govori kako se radi o provokatorima i prevarantima koji svađaju narode. Optužio je potom HDZ da nemaju vjerodostojnost i da su fejk te kako žele zaustaviti kurikularnu reformu i privatizirati zdravstvo. U drugom dijelu teksta iznesene su reakcije Andreja Plenkovića, koji je komentirao za Večernji list da takve Milanovićeve izjave štete odnosu s BiH, a Željko Reiner tvrdi pak da se Milanović želi dodvoriti braniteljima i tako skupiti glasove. S druge strane, Vesna Pusić komentirala je kako se u kampanji svašta govori i da je Hrvatska pomagala susjednim zemljama dok je ona bila ministrica u Vladi. Kako je iz navedenog vidljivo, nema specifičnog razvoja teme jer se u prvom dijelu iznose riječi Zorana Milanovića, a u drugom su reakcije nekih političara ne na ono što je preneseno u tekstu, već na činjenice od nekoliko dana ranije pa se može govoriti o principu slijeda.

Jezično-stilistička razina, očekivano, nudi zanimljive primjere koji se mogu pronaći u tekstovima s dominantnom ekspresivnom funkcijom. Kako je već rečeno, u tekstu se prenose Milanovićeve oštre kritike prvenstveno na račun HDZ-a, te stoga ne čudi sam izbor riječi i struktura kojima se kritiziraju politički protivnici. Prvi primjer:

*Nisam krotki i prevrtljivi briselski čato*

aludira na Andreja Plenkovića, koji je tada radio u Europskom parlamentu u Bruxellesu kao jedan od jedanaest hrvatskih zastupnika, a bio je i član Kluba zastupnika Europske pučke stranke. Milanović Plenkovića naziva „čato“, što je pejorativni naziv za onoga koji radi jednostavan administrativan posao, neka vrsta pisara (usp. Hrvatski jezični portal<sup>41</sup>). Odabir pridjeva koje je upotrijebio pritom Milanović također ukazuje na negativne osobine i na dodatnu kritiku i podcjenjivanje Plenkovića.

<sup>40</sup> O predizbornim plakatima i uporabi boja i poruka više se može pročitati u radu Jurin i Kružić (2020b).

<sup>41</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: čato (datum pristupa: 11.08.2022.)

Nadalje, slična se poruka iščitava iz sljedećeg, izrazito živopisnog primjera:

*Ali ova šporka desnica netrpeljivosti, etnobiznisa i podjela se svaki puta budi pred izbore – Beograd, Budimpešta i Pantovčak, ovisi tko je tamo, uhvati u kolo i – ruka ruku mije.*

Desnica (koju predvodi Andrej Plenković) je „šporka“, tj. lošeg karaktera i bez poštenja (Hrvatski jezični portal<sup>42</sup>) te podržava „netrpeljivost, etnobiznis i podjele“. Riječ koja privlači pažnju zasigurno je „etnobiznis“ (engl. *ethno-business* – etničko poslovanje/poduzetništvo), a kako navodi Cârstocea (2011), radi se o pojmu koji se odnosi na učinke javnih politika za zaštitu nacionalnih manjina, tj. na zlouporabu takvih politika za stjecanje materijalne, financijske ili političke koristi. Nadalje, česta je pojava i iskorištavanje kandidatovog navodnog manjinskog identiteta i pripadnosti nacionalne manjine kako bi ostvario svoje političke (ili ekonomske) ambicije (usp. Cârstocea 2011). Nadalje, kolokacija *uhvatiti (se) u kolo* također ima pejorativno značenje i podrazumijeva udruživanje s kime, a isto tako fraza *ruka ruku mije* podrazumijeva one koji imaju zajedničke interese i ovisе jedni o drugima te se uzajamno pomažu (usp. Hrvatski jezični portal<sup>43</sup>). U istoj rečenici nalazi se primjer metonimije MJESTO UMJESTO INSTITUCIJE koja se odnosi na *Pantovčak*, inače dio grada Zagreba gdje se nalazi službena rezidencija predsjednika Republike Hrvatske, a u ovom politolingvističkom kontekstu označava politiku koju provodi predsjednik RH, odnosno u ovom slučaju predsjednica Republike Hrvatske Kolinda Grabar Kitarović.

U idućim primjerima:

*Nikada ne kažem „s Mađarima“, nikad ne kažem „sa Srbima“ nego „beogradska čaršija“ i „desničarska vlast“.*

*Naglasio je da se oni „kojima se kampanja vodi pod naslovom Vjerodostojno, te je pet slogova i 15 slova, češu tamo gdje ih svrbi“. – Svrbi ih vjerodostojnost – nemaju je.*

Milanović također nastoji slikovito pokazati što misli o vlasti u Mađarskoj i Srbiji te, u drugom istaknutom primjeru, o HDZ-u. Srpska vlast okarakterizirana je kao *čaršija*, što u prenesenom (pejorativnom) smislu podrazumijeva utjecajne ljude i njihovo djelovanje na

<sup>42</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: šporak (datum pristupa: 11.08.2022.)

<sup>43</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: ruka (datum pristupa: 11.08.2022.)

javnost i javne interese (osobito na Balkanu) (usp. Hrvatski jezični portal<sup>44</sup>). Također, fraza *gdje koga svrbi, tu se i češe* koristi se za izražavanje činjenice da svatko vodi svoju brigu i nastoji riješiti svoje probleme (usp. Hrvatski jezični portal<sup>45</sup>).

Iz svih upravo navedenih primjera jasno je da Milanović oštro kritizira prvenstveno HDZ i Andreja Plenkovića, odnos HDZ-a i Predsjednice RH prema mađarskoj i srpskoj vlasti, za koje također nema pozitivnih riječi. Kao zaključak Milanović navodi:

*- No pasaran, neće proći, zaključio je Milanović.*

Poznata parola na španjolskom jeziku „*no pasaran*“, upravo u značenju kojeg je Milanović upotrijebio odmah u nastavku - „*neće proći*“, izražava odlučnost u obrani svog položaja od neprijateljskih napada. Parola je korištena tijekom Španjolskog građanskog rata (1936.-1939.) u značenju „*fašizam neće proći*“, a popularizirala ju je u svojim govorima španjolska političarka Dolores Ibárruri. Milanović je ovakvim zaključkom svog govora jasno izrazio negativan stav i mišljenje prema svojim političkim oponentima, od kojih su neki u nastavku ovog analiziranog teksta replicirali na Milanovićeve ranije izjave. Plenković je tako, sada negativno karakterizirajući Milanovića u pogledu odnosa s BiH, rekao sljedeće:

*Dodao je da one pokazuju „diletantsku vanjsku politiku Zorana Milanovića“.*

Kako navodi Hrvatski jezični portal<sup>46</sup>, diletant je nestručnjak koji sebi umišlja da djeluje ili prosuđuje sa stručnom kompetencijom, pa se može zaključiti da Plenković uzvraća Milanoviću istom mjerom.

Zanimljiva je i opaska u drugom od dva istaknuta crna pravokutnika u kojem se prenose riječi britanskog tjednika *The Economist*:

*O polemiku Srbije i Hrvatske na svoj se način – s visoka i iz pera sveznajućeg autora – očešao i britanski tjednik The Economist ustvrdivši da su „nažalost u Hrvatskoj glavne političke stranke nesposobne napraviti išta osim papagajski ponavljati jedne te iste parole“. Economist je vjerojatno minucioznim analiziranjem domaće scene ustvrdio da je Milanović „opsjednut prošlošću“, te da je stoga u televizijskom sučeljavanju spomenuo svog djeda koji je bio u ustašama.*

<sup>44</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: čaršija (datum pristupa: 11.08.2022.)

<sup>45</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: svrbjeti (datum pristupa: 11.08.2022.)

<sup>46</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: diletant (datum pristupa: 11.08.2022.)

Ističe se ovdje kako novinar Novog lista Zlatko Crnčec komentira tekst iz *Economista*, ubacujući svoje opaske u dio koji prenosi iz britanskih novina, i to s ironičnim komentarima poput: „*s visoka i iz pera sveznajućeg autora očešao se i britanski tjednik*“ ili „*vjerojatno minucioznim analiziranjem*“.

#### 5.1.5.2. Večernji list

Za analizu tekstne vrste *vijest* koja iskazuje dominantnu ekspresivnu funkciju iz Večernjeg lista odabran je članak objavljen 27. kolovoza 2016. na stranici 8 s naslovom „*Bandić radi troškove da bi otežao život svom nasljedniku*“, a ovaj se primjer klasificira se kao tekstni tip ekspresiv iz sljedećih razloga:

1. pošiljatelj Sandra Švaljek izražava svoj negativan stav prema Milanu Bandiću,
2. komunikacijska namjera ovog teksta je izraziti negativan stav prema Milanu Bandiću,
3. smjer djelovanja je od Sandre Švaljek prema Milanu Bandiću,
4. psihički stav pošiljatelja je negativan i usmjeren prema Milanu Bandiću,
5. komunikacijska situacija podrazumijeva iskazivanje negativnog stava Sandre Švaljek prema Milanu Bandiću, a adresat to prima na znanje te se s takvim stavom može i ne mora složiti.

Politička situacija vezana uz analizirani primjer može se smjestiti u Grad Zagreb, i to iz razloga što je pošiljatelj ovog teksta Sandra Švaljek, a da je osoba o kojoj se u tekstu govori Milan Bandić, a kako se navodi u samom tekstu Sandra Švaljek je „*bivša suradnica gradonačelnika Zagreba Milana Bandića*“. Švaljek je na lokalnim izborima 2013. godine izabrana s liste Milana Bandića te postala zamjenicom gradonačelnika Grada Zagreba, a među ostalim je, kao stručnjakinja za gospodarstvo, trebala sanirati Zagrebački holding. Za vrijeme dok je Milan Bandić bio uhićen u aferi Agram zbog nezakonitosti počinjenih na štetu grada te nije smio obnašati gradonačelničku dužnost, upravo je ona bila v.d. gradonačelnika Grada Zagreba<sup>47</sup>. Nakon Bandićeva povratka u politiku, Švaljek je smijenjena s dužnosti te je u Gradskoj skupštini Grada Zagreba nastavila djelovati kao nestranačka zastupnica.

---

<sup>47</sup> <https://net.hr/danas/hrvatska/tko-je-sandra-svaljek-zena-koja-vlada-zagrebom-0b68b2f4-b1c3-11eb-b867-0242ac13005e> (datum pristupa: 12.08.2022.)

Analizom komunikacijsko-pragmatične razine jasno je da je namjera pošiljatelja, tj. Sandre Švaljek diskreditirati postupke i rad Milana Bandića kao gradonačelnika i kao kandidata za premijera na parlamentarnim izborima. Govoreći pak o tekstnim funkcijama, u ovom je tekstu dominantna ekspresivna funkcija. Naime, Sandra Švaljek u cijelom tekstu kritizira sva Bandićeva obećanja koja je dao u predizbornoj kampanji za premijersku dužnost, a sve to čini kao gradonačelnik Grada Zagreba. Vidljivo je to već iz samog naslova u kojem su navodni znakovi sastavni dio naslova te se izravno prenose riječi Sandre Švaljek:

*'Bandić radi troškove da bi otežao život svom nasljedniku'*

Nadalje, navodi se i sljedeće:

*Obećano je financiranje niza projekata, a na idućoj sjednici Gradske skupštine na dnevnom je redu 9 točaka njegove kampanje*

*...komentirala je iduću sjednicu Gradske skupštine na čijem je dnevnom redu svih devet točaka predizborne kampanje na temelju čega Švaljek zaključuje da će Bandićeva izborna obećanja Zagrepčane skupo koštati*

*Na profilu je tako navela da je vrlo dvojbeno što su sredstva u ovogodišnjem gradskom proračunu osigurana, kako Bandić tvrdi, za od njega obećano plaćanje premije dopunskog zdravstvenog osiguranja umirovljenicima, korisnicima novčane pomoći.*

*- Odluka je dvojbeno jer nije postojala u trenutku donošenja proračuna.*

*Obećao je i na teret Zagrepčana, dakle iz proračuna, otpis duga, odgodu plaćanja (...)*

*- Bandić se ponaša kao da više neće biti gradonačelnik, pa proračun unaprijed opterećuje nerazumnim obavezama ne bi li otežao život svom nasljedniku – rekla nam je Švaljek.*

Osim ekspresivne, u pojedinim tekstnim dijelovima javljaju se još i informativna i eksplikativna funkcija.

Analizom grafičkog dizajna teksta uočava se da je tekst pozicioniran na najdonju četvrtinu stranice, i to nakon intervjua s Milijanom Brkićem, tekstom koji zauzima većinu stranice 8 te samim time privlači veću pozornost od analiziranog članka. Tekstovi su međusobno odijeljeni s dvije tanke crne linije, a analizirani tekst podijeljen je u pet stupaca, dok se glavni

naslov proteže cijelom dužinom članka i otisnut je masnim slovima. Tekst sadržava sve prototipične elemente članka u Večernjem listu, a to su uvodni i glavni dio teksta te slikovni element. Slikovni dio zauzima četvrti od pet stupaca u tekstu, na fotografiji je prikazan portret Sandre Švaljek s nešto uzdignutom rukom i ozbiljnim izrazom lica, a ispod fotografije nalazi se naslov te stoji samo ime i prezime prikazane osobe – *Sandra Švaljek*.

U uvodnom dijelu teksta nalaze se sva tri osnovna elementa novinskih članaka. Prvi je nadnaslov koji je napisan crvenom bojom i masno otisnutim slovima te nešto većim fontom od glavnog dijela teksta te glasi:

*Sandra Švaljek:*

Taj se nadnaslov izravno nadovezuje na glavni naslov, koji je osim smisljeno, povezan i interpunkcijskim znakovima. Naime, nakon dvotočke iza imena, u glavnom naslovu slijedi upravni govor izdvojen navodnim znakovima:

*'Bandić radi troškove da bi otežao život svom nasljedniku'*

Ovakvo oblikovanje nadnaslova i glavnog naslova moglo bi upućivati na tekstnu vrstu intervju, no to nije slučaj. Kao treći ključni element uvodnog dijela teksta nalazi se podnaslov. On je napisan na početku prvog stupca teksta i otisnut je masnim slovima te glasi:

*Obećano je financiranje niza projekata, a na idućoj sjednici Gradske skupštine na dnevnom je redu 9 točaka njegove kampanje*

Nakon podnaslova smješteni su podaci o autorici teksta te grad u kojem je vijest nastala te je taj tekst, upravo kao i podnaslov, poravnat na lijevoj margini i glasi:

***Lidija Kiseljak***  
*lidija.kiseljak@vecernji.net*  
**ZAGREB**

Kao što je vidljivo iz primjera, ime novinarke otisnuto je masnim slovima, a ime grada napisano je velikim tiskanim slovima. Ostatak glavnog dijela teksta nema posebnih obilježja, sadrži dva odlomka koji su poravnati po širini.

Uvidom u tematsku razinu analiziranog teksta razvidno je da se Sandra Švaljek referira isključivo na Milana Bandića te kritizira njegove poteze i obećanja koja daje u predizbornoj kampanji, ali iz pozicije zagrebačkog gradonačelnika. Švaljek tako komentira stavke vezane za gradski proračun koje je Bandić obećao građanima, a trebale bi se financirati iako rebalans proračuna nije donesen. Te su naknade: sredstva za plaćanje premije dopunskog

zdravstvenog osiguranja umirovljenicima, korisnicima novčane pomoći, plaćanje novčane pomoći za majku odgojiteljicu, financiranje „besplatnih“ udžbenika za sve pripadnike romske nacionalne manjine, pomoć gradu Petrinji za nabavu udžbenika, financiranje najma novoizgrađenih stanova na lokaciji Podbrežje, te otpis duga, odgodu plaćanja i obročnu otplatu duga blokiranim građanima, a tu je i preuzimanje Imunološkog zavoda. Vidljivo je da postoji jedna glavna tema i da su sve ostale spomenute podteme izvedene iz ove glavne teme te su sve vezane za nju, radi se dakle o principu derivacije teme. Nadalje, s obzirom da Švaljek iznosi taksativno sve činjenice i potom ih kritizira i iznosi svoj negativan stav prema Bandićevim potezima, može se govoriti o deskriptivnom razvoju teme. S obzirom da se stalno korištenje Bandićeva imena provlači kroz cijeli analizirani tekst, radi se o principu eksplicitnog nadovezivanja, što doprinosi tematskoj koherenciji teksta.

Na jezično-stilističkoj razini uočava se odmah uporaba upravnog i neupravnog govora, već u samom nadnaslovu i glavnom naslovu je primjer korištenja dvotočke i navodnih znakova:

*Sandra Švaljek: 'Bandić radi troškove da bi otežao život svom nasljedniku'*

Osim toga, upravni govor uveden je i crticom, što nije uobičajeni grafemički prikaz:

– *Odluka je dvojben a jer nije postojala u trenutku donošenja proračuna, a donosi se prije rebalansa proračuna.*

– *Bandić se ponaša kao da više neće biti gradonačelnik, pa proračun unaprijed opterećuje nerazumnim obavezama ne bi li otežao život svom nasljedniku – rekla nam je Švaljek.*

U ostalim primjerima radi se o neupravnom govoru uvedenom glagolima *komentirati*, *zaključiti*, *navoditi*, *podsjecati* ili *reći*, npr.:

*Sandra Švaljek (...) na svojem Facebook-profilu **komentirala je** iduću sjednicu Gradske skupštine...*

*... na temelju čega Švaljek **zaključuje** da će Bandićeva obećanja Zagrepčane skupo koštati.*

*Na profilu je tako **navela** da je vrlo dvojbeno...*

*Švaljek spornim **navodi** i obećano plaćanje novčane pomoći za majku odgojiteljicu...*

*Rebalansom gradskog proračuna koji još nije predložen, kako **podsjeca** Švaljek, Bandić je obećao...*

Nadalje, iako stilski vrlo umjereno i odmjereno, Švaljek odabirom leksika jasno daje do znanja svoj negativan stav prema Bandićevim obećanjima:

*... zaključuje da će Bandićeva izborna obećanja Zagrepčane **skupo koštati**.*

*Na profilu je tako navela da je **vrlo dvojbeno** što su sredstva u ovogodišnjem gradskom proračunu osigurana, kako Bandić tvrdi, za od njega obećano plaćanje premije dopunskog zdravstvenog osiguranja umirovljenicima...*

*- **Odluka je dvojben**a jer **nije postojala** u trenutku donošenja proračuna...*

*Švaljek **spornim** navodi i obećano plaćanje novčane pomoći za majku odgojiteljicu iz proračuna Grada, za što se sredstva moraju osigurati rebalansom, jer **rebalans nije ni predložen**.*

*Obećao je i **na teret** Zagrepčana, dakle iz proračuna, otpis duga...*

*...pa proračun **unaprijed opterećuje nerazumnim obvezama** ne bi li **otežao život** svom nasljedniku – rekla nam je Švaljek.*

Kroz cijeli se tekst također provlači negativno predočavanje Bandića, uglavnom riječima da je mnogo toga obećao, a sve s ciljem da obećanjima na lokalnoj razini dobije glasove za predstojeće parlamentarne izbore, npr.:

***Obećano je** financiranje niza projekata, a na idućoj sjednici Gradske skupštine...*

*...Švaljek zaključuje da će Bandićeva **izborna obećanja** Zagrepčane skupo koštati.*

*Švaljek **spornim** navodi i **obećano plaćanje** novčane pomoći za majku odgojiteljicu iz proračuna Grada, za što se sredstva moraju osigurati rebalansom...*

*... kako podsjeća Švaljek, **Bandić je obećao** i financiranje „**besplatnih**“ udžbenika za sve pripadnike romske nacionalne manjine...*

***Obećao je Bandić** i financiranje iz sljedećih desetogodišnjih proračuna najma novoizgrađenih stanova na lokaciji Podbrežje.*

***Obećao je** i na teret Zagrepčana, dakle iz proračuna, otpis duga, odgodu plaćanja i obročnu otplatu duga blokiranim građanima te preuzimanje Imunološkog zavoda.*

Kao što je vidljivo iz Tablice 4, tekstna vrsta *vijest* kao ekspresiv u korpusu rada broji nešto više primjera u Večernjem listu nego u Novom listu (12 prema 9). Nakon cjelokupne analize utvrđeno je da je ekspresivna funkcija u primjeru iz Novog lista eksplicitnije izražena nego



u Večernjem listu, što možda ovisi i o samom pošiljatelju (Zoran Milanović vs. Sandra Švaljek). Slikovitijem korištenju leksika pribjegao je Milanović, dok je Švaljek svoju kritiku izrazila odmjerенијим rječnikom. U oba je primjera ona „druga“ strana prikazana izrazito negativno (u primjeru iz Novog lista to je HDZ, u primjeru iz Večernjeg lista Milan Bandić).

## 5.2. Tekstna vrsta *uvodnik*

Sastavni dio tiskanog izdanja dnevnih novina podrazumijeva i tekstnu vrstu *uvodnik*. Prema Hrvatskom jezičnom portalu<sup>48</sup>, uvodnik je prvi, glavni članak u novinama i sličnim publikacijama. Kao takav, najčešće izražava mišljenje i odražava stajalište autora (ili čak novina općenito) o aktualnim temama u društvu. I u Večernjem listu i u Novom listu svaki od brojeva izdanih za vrijeme predizborne kampanje 2016. godine ima uvodnik, međutim, ne dotiče se svaki predizborne kampanje, već se bavi nekom drugom temom. S obzirom na broj dana trajanja službene predizborne kampanje, očekivani broj uvodnika je 50, no sadržajno, tematski, te prema obilježjima mikro i makro strukture kao i funkcionalnim karakteristikama u tekstnu vrstu *uvodnik* za potrebe ove analize u korpus se može uvrstiti ukupno 36 primjera tekstova, 14 iz Večernjeg lista, a u Novom listu može ih se pronaći 22.

Ivanetić (2003) *uvodnik* svrstava u asertive, i to u podtip informativa jer se sadržaj iskaza poklapa sa „stanjem stvari koje u svijetu postoji neovisno o iskazu“ (Searle i Vanderveken 1985: 92), a cilj je autora upoznati javnost s određenim događajem ili situacijom. Međutim, u analiziranom korpusu uvodnici su svrstani kako je prikazano u Tablici 5:

	Novi list	Večernji list
asertiv - informativ	0	0
asertiv – eksplikativ	9 (40,9%)	6 (42,9%)
asertiv – animativ	8 (36,4%)	4 (28,6%)
direktiv	1 (4,5%)	2 (14,3%)
komisiv	0	1 (7,1%)
ekspresiv	4 (18,2%)	1 (7,1%)
Ukupno:	22	14

**Tablica 5: Kategorizacija tekstne vrste *uvodnik* u funkcionalne tekstne tipove**

Izvor: izrada autorice

<sup>48</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: uvodnik (datum pristupa: 14.08.2022.)

Razvidno je da većina uvodnika pronađenih u korpusu ovog rada zaista pripada asertivima, međutim svrstava se u podtip eksplikativa i to jer autori, osim što navode neke činjenice, pokušavaju objasniti, tj. interpretirati određeni događaj ili nastalu situaciju. Mogu se pronaći i primjeri u kojima autor prikazuje analizu određene situacije ili događaja, nastoji izravno djelovati na adresata kako bi ga naveo da nešto učini ili ga uvjerio u nešto, ili ga pak želi obvezati na neku radnju. Ipak, kao što je rečeno, najveći broj tekstova koji pripadaju tekstnoj vrsti *uvodnik* klasificiran je kao eksplikativ, i to iz sljedećih razloga (usp. Hoffmann 1988; Jurin 2010; 2011; 2013):

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kako stvari stoje, odnosno kakva je propozicija te ju interpretira,
2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje stvari,
3. osnovni komunikacijski proces je objasniti stanje stvari,
4. komunikacijska situacija je prenošenje neke informacije i poticanje na zauzimanje stava prema nekoj činjenici,
5. predmet komunikacije je iznošenje činjenica i mišljenja autora teksta o nekoj aktualnoj temi.

Kako bi se dokazala pripadnost tekstne vrste *uvodnik* u podskupinu eksplikativa, detaljnije će se analizirati prototipični tekstovi, i to po jedan tekst preuzet iz Novog lista i iz Večernjeg lista, te će se analizi pridodati i poneki tekst iz ostalih primjera svrstanih u ovu skupinu kako bi se detaljnije objasnio i konkretnim primjerima utvrdio određeni element ili značajka tekstne vrste *uvodnik*. Mogu se ovdje stoga istaknuti primjeri tekstne vrste *uvodnik* preuzete iz Novog lista:

*Dogovoreni rat* (23. kolovoza 2016., str. 2),

*Alexa (Braun), vrati se u Zagreb!* (29. kolovoza 2016., str. 2) ili

*Požarevačke brigade* (5. rujna 2016., str. 2),

dok su neki od *uvodnika* iz Večernjeg lista:

*Neće nam se valjda vratiti ideološke rasprave* (24. kolovoza 2016., str. 2),

*Ja o zemlji koja ovisi o vremenu i politici drugih* (31. kolovoza 2016., str. 2) ili

*Most gubi zamah, Petrov mora izvesti pravo malo čudo* (2. rujna 2016., str. 2).

### 5.2.1. Novi list

Kao prototipični primjer tekstne vrste *uvodnik* iz Novog lista preuzet je tekst objavljen 17. kolovoza 2016. godine na stranici 2 s naslovom: *Vjerodostojnost se vraća u HDZ*. Iako je ranije navedeno da se tekstna vrsta *uvodnik* najčešće klasificira kao informativ (Ivanetić 2003), ovdje pak možemo dokazati pripadnost tekstne vrste *uvodnik* u tekstni tip eksplikativa prema sljedećim kriterijima:

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kakva je propozicija, odnosno autor teksta uz činjenice daje dodatna pojašnjenja kako bi adresat jasnije shvatio kakva je propozicija, preciznije što za Andreja Plenkovića predstavlja izborni slogan „Vjerodostojno“;
2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje stvari, dakle da kroz dodatno objašnjenje pojasni navedene činjenice. Konkretnije se radi o činjenici da je Andrej Plenković u otvorenom pismu pozvao HDZ-ovce u Saboru da odbiju glasovati za opoziv Vlade, što oni nisu učinili, te autor teksta dodatno pojašnjava posljedice takve odluke i argumentira zašto je izborni slogan HDZ-a „Vjerodostojno“;
3. osnovni komunikacijski proces je objasniti stanje stvari, dakle, dati uvid adresatima u odnos predsjednika HDZ-a Andreja Plenkovića i Predsjedništva stranke te pokazati (ne)vjerodostojnost HDZ-a,
4. komunikacijska situacija je prenošenje neke informacije i zauzimanje stava prema nekoj činjenici, u ovom slučaju da adresati saznaju činjenice vezane za novonastale odnose u HDZ-u te dobiju dojam i kreiraju stav prema navedenom,
5. predmet komunikacije je iznošenje činjenica i mišljenja autora teksta o aktualnoj temi, a to je, u skladu s izbornim sloganom, (ne)vjerodostojnost HDZ-a i njegova predsjednika Andreja Plenkovića.

Kako bi se jasnije shvatio pragmatički okvir ovoga teksta, valja prvo dati kontekst političke situacije. Naslov uvodnika *Vjerodostojnost se vraća u HDZ* jasno upućuje da je u uvodniku riječ o predizbornom sloganu kojeg je za kampanju odabrala Hrvatska demokratska zajednica (HDZ). Treba napomenuti i da je ovaj uvodnik objavljen 17. kolovoza 2016. godine, dakle na samom početku predizborne kampanje, točnije drugog dana od početka iste. Bitno je naglasiti da je ova predizborna kampanja zapravo kampanja za izvanredne parlamentarne izbore jer je Osmi saziv Hrvatskog sabora raspušten nakon samo 146 dana

mandata, odnosno trajao je od 3. prosinca 2015. godine do 16. lipnja 2016. godine, a u navedenom razdoblju premijersku dužnost obnašao je Tihomir Orešković. Na tim je izborima relativni izborni pobjednik bila Domoljubna koalicija na čelu s HDZ-om, koja je nakon pregovora o formiranju nove vlade, dogovorila suradnju s novom strankom na hrvatskoj političkoj sceni, a to je Most nezavisnih lista (Most). Vladi Tihomira Oreškovića Hrvatski sabor je upravo 16. lipnja 2016. godine izglasao nepovjerenje, što nije podržavao tadašnji europarlamentarac Andrej Plenković, kako je navedeno u uvodniku:

*...navodi se u otvorenom pismu Plenkovića i ostalo troje HDZ-ovih europarlamentaraca početkom lipnja, u kojem su pozvali stranačke kolege u Saboru da, zbog dobrobiti Hrvatske, odbiju glasovati za opoziv Oreškovićeve vlade.*

Nakon pada Oreškovićeve vlade, Domoljubna koalicija s predsjednikom HDZ-a Tomislavom Karamarkom nije uspjela formirati novu vladu te je predsjednica Republike Hrvatske Kolinda Grabar Kitarović pokrenula postupak raspisivanja prijevremenih parlamentarnih izbora, a Karamarko je dao ostavku na mjesto predsjednika HDZ-a. Nakon unutarstranačkih izbora predsjednik stranke postao je upravo Andrej Plenković, koji bi, u skladu s naslovom teksta trebao vratiti vjerodostojnost u HDZ.

Osnovni cilj, tj. komunikacijska namjera ovog uvodnika je predočiti adresatu stanje stvari, odnosno pojašnjava se odabir slogana „Vjerodostojno“ za izbornu kampanju HDZ-a kroz prizmu novonastalih odnosa u stranci. Autor ovog uvodnika implicira da novi slogan ukazuje na činjenicu da je netko u HDZ-u do sada bio nevjerodostojan te da je novo vodstvo stranke smatralo shodnim istaknuti upravo „vjerodostojnost“ kao važan element za budućnost. U tekstu se autor pita radi li se o budućnosti Hrvatske općenito, dosadašnje Vlade ili samog HDZ-a, a s obzirom i na naslov, autor zaključuje da se „vjerodostojnost vraća u HDZ“, dakle, očito je da je do sada u stranci nije bilo.

Eksplikativna funkcija je dominantna funkcija ovog analiziranog primjera, no to ne znači da nisu prisutne i druge funkcije u pojedinim tekstnim dijelovima. Ilokucijska struktura teksta može se tako raščlaniti na dominantnu eksplikativnu funkciju te na pojavljivanje informativne, direktivne i ekspresivne funkcije. Kao indikatori tekstne funkcije mogu se u ovom primjeru navesti eksplicitno i implicitno izražavanje stava pošiljatelja (autora teksta) prema sadržaju teksta, npr.:

*To implicira da je netko dosad bio nevjerodostojan. Tko je taj?*

*... moglo bi se pomisliti da Plenković aludira da je ona (Vlada, op.a.) bila nevjerođostojna. Ali, to nije slučaj.*

*Štoviše, nameće se zaključak da su za Plenkovića nevjerođostojni oni koji su rušili tu Vladu...*

*I kao posljedicu danas imamo potpuno shizofrenu situaciju.*

*Možda bi i raspustio cijelo Predsjedništvo da mu statut HDZ-a to omogućava. I ne samo to. Plenković bi sigurno htio i da na HDZ-ovim listama za iduće izbore nema nikoga iz Predsjedništva HDZ-a...*

Važno je imati na umu i kontekstualne indikatore, odnosno područje djelovanja određenog teksta kao i upućenost i znanje svakog adresata o određenoj temi. U ovom određenom primjeru ranije je navedeno kakva su sve previranja postojala u HDZ-u prije dolaska Andreja Plenkovića na mjesto predsjednika stranke te se s obzirom na ta saznanja može „dešifrirati“ na što je autor teksta htio ukazati.

Eksplikativna funkcija teksta (koja prema tipološkoj klasifikaciji pripada asertivnoj tekstnoj funkciji) obilježena je činjenicom da se pojedine informacije, tj. činjenice prvo iznose, a potom se daje objašnjenje ili sud iznesene činjenice. Prisutne su istovremeno dakle i informativna i eksplikativna funkcija. Tako se iz analiziranog teksta mogu izdvojiti neki od primjera<sup>49</sup>:

Č: *Izborni slogan HDZ-a je „Vjerodostojno“. Predsjednik te stranke Andrej Plenković najavljuje na početku službene kampanje da će „vratiti vjerodostojnost u hrvatsku politiku“.*

O: *To implicira da je netko dosad bio nevjerođostojan. Tko je taj? Plenković to još ne pojašnjava, pa možemo samo nagađati. (...) ... srušena je Vlada Tihomira Oreškovića, moglo bi se pomisliti da Plenković aludira da je ona bila nevjerođostojna. Ali, to nije slučaj.*

Č: *Predsjedništvo HDZ-a, u kojem je i niz aktualnih ministara, donijelo je odluku o obaranju Vlade i zastupnici su je potom realizirali, unatoč Plenkovićevom apelu iz Bruxellesa.*

---

<sup>49</sup> U navedenim primjerima kratica Č prije samog citata označava iznesenu činjenicu, tj. informaciju, kratica O odnosi se na objašnjenje iznesene činjenice.

O: *I kao posljedicu danas imamo potpuno shizofrenu situaciju. Plenković sjedi u Predsjedništvu HDZ-a okružen ljudima koji su srušili vlastitu Vladu, ne mareći za njegovo upozorenja\* da to ne čine (...). Pa kako onda Plenković ne bi mislio da su oni nevjerodostojni.*

Prije analize grafičkog oblikovanja teksta potrebno je istaknuti da svi analizirani primjeri tekstne vrste *uvodnik* pronađeni u Novom listu imaju jednako oblikovanje i poziciju u tiskanom izdanju novina. Naime, svaki se uvodnik nalazi na 2. stranici Novog lista, i to uvijek na posve lijevom rubu uzduž cijele margine. U početnom dijelu svakog uvodnika nalazi se djelomično slikovni, djelomično tekstualni dio. U crnom, okomito postavljenom pravokutniku bijelim slovima dan je naslov rubrike – *Uvodnik*, u desnom dijelu smještena je fotografija autora, dok u srednjem dijelu slikovnog dijela koji je bež boje stoji ime autora određenog uvodnika, i to na sljedeći način:

*Piše Dražen CIGLENEČKI*

*Piše Tihana TOMIČIĆ ili*

*Piše Denis ROMAC.*

Cijeli slikovni dio na gornjem rubu omeđen je crvenom linijom, dok je u središnjem dijelu, iznad imena autora, postavljena isprekidana točkasta siva linija. Analizirani primjer tekstne vrste *uvodnik* napisao je Dražen Ciglenečki.

Dakle, zaključuje se da je slikovni dio teksta tekstne vrste *uvodnik* u Novom listu standardiziran te je osim toga uočljivo da su početna slova uglavnom triju odlomaka u tekstnoj vrsti *uvodnik* istaknuta, i to veličinom preko tri retka teksta te crvenom bojom.

Ispod slikovnog dijela nalazi se glavni naslov, što znači da nadnaslova u uvodniku nema, kao ni podnaslova niti dodatnih međunaslova kroz tekst. Glavni naslov otisnut je masnim slovima i većeg je fonta od ostatka teksta. Naslov ovog analiziranog primjera glasi:

*Vjerodostojnost se vraća u HDZ* (autor: Dražen Ciglenečki; 17. kolovoza 2016., str. 2),

dok su neki od naslova u ostalim primjerima tekstne vrste *uvodnik* iz Novog lista npr.:

*Tko smije davati lekcije iz poniznosti?* (autorica: Tihana Tomičić; 18. kolovoza 2016., str. 2)

*Dogovoreni rat* (autor: Denis Romac; 24. kolovoza 2016., str. 2) ili

*Hrvatska je od Srbije napravila žrtvu* (autor: Denis Romac; 1. rujna 2016., str. 2).

Analiza tematske razine teksta za tekstnu vrstu *uvodnik* pokazala je da se sadržaj teksta odnosi na novonastale odnose i pozicije unutar HDZ-a te važnosti parole „Vjerodostojno“ za novog predsjednika te stranke, Andreja Plenkovića, što se može karakterizirati kao glavna tema teksta. S obzirom da se radi o tekstnoj vrsti *uvodnik*, koja je klasificirana kao tekstni podtip eksplikativ, određivanje teme, kako navode Brinker i dr. (2014: 53-56), vezano je i za samu tekstnu vrstu, a ovisi i o razumijevanju samog teksta od strane svakog adresata, kao i o komunikacijskoj namjeri pošiljatelja. Također, pri tematskoj analizi vidljiv je i princip ponovnog nadovezivanja koji polazi od ključnih dijelova teksta i referenci, koje se iz gramatičke perspektive pojavljuju u različitim oblicima. S obzirom da se ne radi samo o pukom iznošenju činjenica, već da autor teksta daje i svoje viđenje situacije i pronalazi moguće razloge u odabiru slogana HDZ-a za ove izbore te ga čak i temeljem iznesenih činjenica kritizira, iz tekstno-pragmatične perspektive, odnosno iz perspektive učinka teksta na adresata, može se zaključiti da postoji i sekundarna tema teksta, a to je kritika situacije i unutarstranačkih odnosa u HDZ-u.

Analizom jezično-stilističke razine prvo što se uočava je, očekivano, često korištenje riječi *vjerodostojno* i njenih izvedenica, s obzirom da se radi o predizbornom sloganu HDZ-a, a autor ovog uvodnika upravo i tematizira vjerodostojnost same stranke. Tako se na primjer u tekstu mogu pronaći oblici i izvedenice kao što su:

*Izborni slogan HDZ-a je „Vjerodostojno“.*

*To implicira da je netko dosad bio **nevjerodostojan**.*

*... srušena Vlada Tihomira Oreškovića, moglo bi se pomisliti da Plenković aludira da je ona bila **nevjerodostojna**.*

*Plenković je tvrdio da je to bila dobra Vlada, naveo je nekoliko podataka tome u prilog, te je stoga jasno da je ne smatra **nevjerodostojnom**.*

*Štoviše, nameće se zaključak da su za Plenkovića **nevjerodostojni** oni koji su rušili tu Vladu.*

*„Vjerodostojnost HDZ-a je pred iskušenjem“.*

Zanimljivo je istaknuti da se ta ista vjerodostojnost javlja već i u samom naslovu:

*Vjerodostojnost se vraća u HDZ.*

što zapravo i ukazuje na temu teksta, kako je ranije i navedeno.

Ova pojava ponavljanja istog jezičnog iskaza također doprinosi činjenici da je tekst koherentan (usp. Brinker i dr. 2014, Beaugrande i Dressler 2010). Kao daljnje primjere eksplicitnog nadovezivanja možemo spomenuti i sljedeće:

*Predsjednik te stranke Andrej Plenković najavljuje na početku službene kampanje...*

*Plenković to još ne pojašnjava, pa možemo samo nagađati.*

*... novi lider HDZ-a praktično je govorio u ime Vlade na odlasku.*

*Plenković je tvrdio da je to bila dobra Vlada, naveo je #ON# nekoliko podataka tome u prilog, te je stoga jasno da je #ON# ne smatra nevjerodostojnom.*

Što se korištenog vokabulara tiče, on je obilježen pojmovima vezanim za politički diskurs i političku komunikaciju. Mogu se tako pronaći primjeri uglavnom imenica i imenskih sintagmi, uz nekoliko primjera kolokacija s glagolom i imenicom: *izborni slogan, predsjednik stranke, službena kampanja, parlamentarni izbori, Sabor, politički konsenzus, srušiti Vladu, debata, predsjednik SDP-a, lider HDZ-a, HDZ-ovi europarlamentarci, stranačke kolege, opoziv Vlade, HDZ-ovi zastupnici, izjašnjavanje, hrvatski parlament, Predsjedništvo HDZ-a, aktualni ministri, obaranje Vlade, nacionalni interes, stabilnost Vlade, dobra Vlada, raspustiti Predsjedništvo, statut HDZ-a, lista za (iduće) izbore, glasovati protiv Vlade, izborni kandidati ili glavni tajnik stranke.*

U ovom primjeru tekstne vrste *uvodnik* uočljiva je velika frekvencija sintagmi vezanih uz imenski element *Vlada*, koji se javlja uz glagole (*srušiti Vladu, glasovati protiv Vlade*) ili druge (glagolske) imenice kao što su *obaranje Vlade, opoziv Vlade* ili *stabilnost Vlade*. U nekim se primjerima javlja i metafora *Vlade*, i to kao konceptualna metafora VLADA je LJUDSKO BIĆE:

*Pa kako onda Plenković ne bi mislio da su oni nevjerodostojni. Vlada je, čuli smo od njega, bila dobra, no HDZ-ovci su joj svejedno okrenuli leđa, a sada se ponašaju kao da se ništa nije dogodilo.*

ili je VLADA konceptualizirana kao GRAĐEVINA, što je vrlo često korištena metafora u političkoj komunikaciji (usp. Štrkalj Despot, 2016):



*Budući da ovi parlamentarni izbori dolaze nakon što je u Saboru, gotovo političkim konsenzusom, **srušena Vlada Tihomira Oreškovića**, moglo bi se pomisliti da Plenković aludira da je ona bila nevjerođostojna.*

*Štoviše, nameće se zaključak da su za Plenkovića nevjerođostojni oni koji **su rušili tu Vladu**, a bili su njezin dio.*

*Predsjedništvo HDZ-a, u kojem je i niz aktualnih ministara, donijelo je odluku o **obaranju Vlade**, i zastupnici su je potom realizirali, unatoč Plenkovićevom apelu iz Bruxellesa.*

*Plenković sjedi u Predsjedništvu HDZ-a okružen ljudima koji su **srušili vlastitu Vladu**, ne mareći za njegovo upozorenja\* da to ne čine, jer je „u nacionalnom interesu **njena stabilnost**“.*

*Ali politika je u pravilu stvar kompromisa, pa su među izbornim kandidatima HDZ-a i brojni **rušitelji Vlade**.*

Nadalje, zanimljivo je istaknuti da se vlada, pa i stranka ili čak i politika mogu konceptualizirati kao TIJELO, pa se u analiziranom primjeru mogu pronaći primjeri kao:

*Štoviše, nameće se zaključak da su za Plenkovića nevjerođostojni oni koji su rušili tu Vladu, a bili su **njezin dio**.*

*Vlada je, čuli smo od njega, bila dobra, no HDZ-ovci su joj svejedno **okrenuli leđa**, a sada se ponašaju kao da se ništa nije dogodilo.*

U ostalim primjerima tekstne vrste uvodnik preuzetim iz Novog lista, mogu se npr. pronaći primjeri u kojima je konceptualna metafora POLITIKA je KRETANJE, pa tako u Novom listu od 18. kolovoza 2016. godine pod naslovom *Tko smije davati lekcije iz poniznosti?* stoji:

*Benevolentni odaziv šefa Narodne koalicije Zorana Milanovića na razgovor s Đurom Dečakom i braniteljima, (...), velika je stvar za njegovo **približavanje političkom centru**, što je jedan od glavnih političkih ciljeva SDP-ove koalicije na ovim izborima.*

Može se pritom iz istog teksta izdvojiti i primjer metonimije, odnosno stilske figure u kojoj se osnovno značenje riječi mijenja, a temelji na bliskosti i poznavanju pojmova, tj. dio je ljudskog konceptualnog sustava koji se bazira na općem znanju pojedinca, kulturnim

nasljeđem, kulturalnim kontekstom i njegovim iskustvom (usp. Bagić 2012; Brozović Rončević i Žic Fuchs 2003):

*Uski krug oko Milanovića uvjerava ga da je dominirao, da je „pojeo“ Plenkovića za doručak i još je mudro uzeo i dio desnih birača, dakle Plenkovićevih, porukom da mu je djed, doduše majčin očuh, bio ustaša. To je bio touche, plješće **Ibler**.*

***Ibleru** kao da nije jasno da sučeljavanje ne služi za manekensko poziranje, već za informiranost građana.*

Upravo ovakve rečenice u kojoj se javlja metonimija MJESTO UMJESTO INSTITUCIJE uobičajene su u hrvatskome jeziku (usp. Buljan i Kučanda, 2004), a osobito se često javljaju u političkoj komunikaciji. Prosječni adresat tako u gore navedenim primjerima pojam *Ibler* ne bi trebao shvatiti kao da je riječ o arhitektu Dragi Ibleru, već se radi o instituciji, tj. političkoj stranci SDP, čije se sjedište nalazi upravo na adresi Trg Drage Iblera 9 u Zagrebu.

I u ovom su primjeru brojne riječi i sintagme tipični za političku komunikaciju kao što su: *šef (Narodne) koalicije, podrška zahtjevima, politički centar, politički cilj, izbori, (HDZ-ovi) ministri, televizijsko sučeljavanje, duel, kraj kampanje, predstavnici (svih) stranaka, prelaziti četiri posto glasova, stranka, zazivati debatu, pobijediti u debati, birači, dominirati u debati, uzeti dio (desnih) birača, Ibler, strateška odluka, vrh SDP-a, lider oporbe, prethodni izbori, suparnici, kampanja, predstaviti program, tražiti podršku od koga, izbor u Saboru, formirati vlast, političari, biti ponizan prema biračima ili obećanje.*

Mnogobrojni primjeri političkog leksika iz tekstne vrste *uvodnik* iz Novog lista, razne metafore i metonimije dodatan su dokaz o važnosti uključivanja i politolingvističke perspektive u ovo istraživanje.

### 5.2.2. Večernji list

Iz Večernjeg lista za analizu prototipične tekstne vrste *uvodnik* odabran je tekst Ljubice Gatarić koji je objavljen 17. kolovoza 2016. godine na stranici br. 2. Tekst je naslovljen:

*Otpis duga velika je iluzija, država ga ne može platiti*

Kako je ranije navedeno, u Večernjem listu objavljeno je ukupno 14 uvodnika koji se svojom temom i obilježjima mikro i makro strukture mogu svrstati u ovaj korpus jer se u potpunosti ili barem djelomično dotiču predizborne kampanje. Njihovom raspodjelom u tekstne tipove

vidljivo je da se njih 10 može klasificirati kao tekstni tip asertiv, dva su direktiva te po jedan komisiv i ekspresiv.

Iako je ranije već rečeno da su prema Ivanetić (2003) uvodnici klasificirani kao asertivi i to u podskupinu informativa, u uvodnicima iz Večernjeg lista, od deset asertiva niti jedan ne pripada skupini informativa, već ih je šest klasificirano kao eksplikativ, a četiri kao ekspresiv. Tekst odabran za detaljniju analizu pripada skupini asertiva, podskupini eksplikativa, a to se može i potvrditi sljedećim iskazima:

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kakva je propozicija, točnije, autorica teksta iznosi informacije o tome za koga bi mogli glasovati oni blokirani građani, ovisno o raznim obećanjima koje im stranke nude, a potom dodatno pojašnjava što pojedine stranke obećaju i koje su moguće posljedice takvih obećanja o brisanju duga.
2. komunikacijski cilj teksta je adresatu predočiti stanje stvari, odnosno dati mu uvid u predizborna obećanja vezana za otpis duga blokiranim građanima. Usto, u uvodniku se u kratkim crtama autorica osvrće i ukratko predstavlja dijelove programa vezanih za gospodarstvo HDZ-a i Mosta, dok se programa Narodne koalicije ne dotiče.
3. osnovni komunikacijski proces je prikazati činjenice i perspektivu autorice teksta koje se odnose na obećanja stranaka u predizbornoj kampanji vezana za otpis duga blokiranih građana.
4. komunikacijska situacija je prenošenje i iznošenje informacija te objašnjavanje istih uz iznošenje vlastitih stavova koji su bliži jednoj političkoj opciji (HDZ-u).
5. predmet komunikacije su činjenice i mišljenje autorice teksta vezane za glasanje na izborima od strane blokiranih građana te iznošenje dijelova programa HDZ-a i Mosta.

Već iz navedenoga može se steći slika o kontekstu vezanom za sam sadržaj teksta. I naslov ukazuje na temu, a to je otpis duga blokiranih građana, osobito onih koji su ugovorili (visokorizične) kredite u švicarskim francima. Kako navodi službena stranica Udruge Franak<sup>50</sup>, više od 100 000 građana u Hrvatskoj svoj je kredit vezalo uz valutnu klauzulu švicarski franak, međutim 2010. i 2011. godine ta je valuta značajno počela rasti u odnosu na hrvatsku kunu te su građanima rate kredita porasle s npr. 4 000 na sedam ili osam tisuća kuna, uz porast glavnice, što je većinu ljudi dovelo na sam rub egzistencije zbog

---

<sup>50</sup> <https://udrugafanak.hr/slucuj-franak-sazetak/> (datum pristupa: 20.08.2022.)

nemogućnosti otplate vlastitih kredita. Nakon nepravomoćne presude protiv hrvatskih banaka iz 2013. godine, Milanovićeva je vlada u rujnu 2015. godine predložila konverziju kredita u švicarskim francima i omogućavanje građanima ostvarivanje istih uvjeta kao da su krediti ugovoreni u eurima<sup>51</sup>. Ova je tema izuzetno zanimljiva bila već za vrijeme predizborne kampanje za predsjedničke izbore koji su se održali krajem 2014. godine, a glavni je zagovarač prava blokiranih građana bio kandidat Ivan Vilibor Sinčić, koji je svojom kandidaturom „ušao u političku arenu“, kako je to navela autorica ovog analiziranog uvodnika. Pritom autorica smatra da bi upravo ti blokirani i zaduženi građani mogli biti ključni glasovi na predstojećim izborima. Kao što je ranije i navedeno, cilj ovog uvodnika je prikazati predizborna obećanja vezana za otpis duga blokiranim građanima te davanje kratkog osvrtu na ista, te se može zaključiti da je dominantna funkcija ovog teksta eksplikativna funkcija koja podrazumijeva najprije iznošenje određenih informacija, a zatim se one pojašnjavaju. Analizom ilokucijske strukture teksta vidljivo je da je u tekstu osim eksplikativne funkcije prisutne također i informativna, direktivna i ekspresivna funkcija. Tako se kroz tekst javljaju neki eksplicitni indikatori, tj. izražavanje stava autorice teksta prema napisanome:

*Most pred građane izlazi s planom po kojemu bi dužnicima otpisao i do 60 posto glavnice – pitanje je samo na čiji trošak – a široke ruke je i HDZ...*

*Otpis duga velika je iluzija jer potrošeno netko mora platiti!*

*Od Živog zida i njegovih političkih partnera nekako se i moglo očekivati pretjerivanje na tom polju, no u kolopletu skupih, a vrlo često i neralnih\* obećanja velike stranke ne bi trebale sudjelovati jer se i na tome gradi vjerodostojnost u politici.*

*Najveći je nedostatak HDZ-ova gospodarskog programa koji danas predstavljamo ta što nisu odgovorili kako se u isto vrijeme mogu širiti prava građana te smanjivati porezi i javni dug?*

Neki od navedenih primjera mogu se shvatiti i kao autoričino „usputno“ eksplicitno i implicitno ukazivanje na pozitivne strane HDZ-a, kada se navodi npr. da je „**široke ruke i HDZ koji bi otpisao obveze ljudima čiji je dug prema državi i komunalnim poduzećima**

---

<sup>51</sup> <https://vlada.gov.hr/vijesti/vlada-rijesila-problem-gradjana-korisnika-kredita-u-svicarskim-francima/17633>  
(datum pristupa: 20.08.2022.)

*manji od prosječne plaće“ ili „da u kolopletu skupih obećanja velike stranke ne bi trebale sudjelovati jer se i **na tome gradi vjerodostojnost u politici**“.*

Kada je riječ o grafičkom oblikovanju teksta, važno je napomenuti da su sve jedinice tekstne vrste *uvodnik* koje su preuzete iz Večernjeg lista jednako vizualno oblikovane. U tiskanom izdanju Večernjeg lista svi se uvodnici nalaze na drugoj stranici novina i to na krajnje lijevoj margini uzduž cijele dužine stranice. U uvodnom dijelu, na gornjoj lijevoj margini nalazi se riječ *Aktualno* koja je okomito ispisana u odnosu na ostatak teksta. Tekst je crvene boje, a font je izrazito veći od ostatka teksta pa čak i naslovnog uvodnog dijela. Početni dio sastoji se od tekstualnog i slikovnog dijela. Na samom vrhu crvenim slovima naveden je naslov rubrike – *Uvodnik*.

Zatim, omeđen dvjema točkastim linijama, naznačen je autor teksta – u desnom dijelu omeđenog pravokutnika nalazi se fotografija autora, dok je u lijevom dijelu malim tiskanim slovima napisano ime i prezime autora. Tako je autorica ovog analiziranog teksta Ljubica Gatarić, a javljaju se npr. i Marinko Jursić (uvodnik od 18. kolovoza 2016.), Marina Šunjerga (1. rujna 2016.) ili Marko Špoljar (2. rujna 2016.). Zanimljivo je spomenuti i uvodnik koji je objavljen prvi dan početka predizborne kampanje, točnije na dan 16. kolovoza 2016. godine, a potpisao ga je glavni urednik Dražen Klarić. Taj uvodnik nosi naslov *Izborni kodeks Večernjeg lista* i radi se o komisivu u kojem glavni urednik Klarić naglašava da su:

*Styrijina izdanja u Hrvatskoj Večernji list, 24sata i Poslovni dnevnik donijeli zajednički izborni kodeks kojega će se pridržavati tijekom izborne kampanje*

a to se osobito odnosi na činjenicu da će novinari o kampanji izvještavati „uravnoteženo i nepristrano, bez favoriziranja stranaka, koalicija ili nezavisnih lista“, međutim one neće biti medijski jednako zastupljene, a to će ovisiti o raznim kriterijima (npr. broj zastupnika u Saboru ili rejting u ispitivanjima javnog mnijenja). Vodit će se pritom etičkim načelima koja se protive omalovažavanju na bilo kakvoj osnovi te će uputiti kritiku svakom pojedincu koji će kršiti u tekstu navedena načela.

Nova točkasta linija nalazi se iznad glavnog naslova teksta, koji je napisan velikim tiskanim slovima te je font nešto veći od ostatka teksta. U analiziranom primjeru od 17. kolovoza 2016. te izgleda ovako:

OTPIS DUGA VELIKA JE ILUZIJA, DRŽAVA GA NE MOŽE PLATITI

Nakon ovako napisanog naslova slijedi glavni dio teksta u kojem se može uočiti da je cijeli tekst napisan u jednom stupcu, bez izdvojenih odlomaka. Jedino je prva riječ glavnog dijela teksta vizualno istaknuta, odnosno, prvo je slovo podebljano i veličine je četiri retka teksta. Daljnje značajke tekstne vrste *uvodnik* iz Večernjeg lista koje se mogu uočiti jesu da je glavni dio teksta na polovici prelomljen, i to jednim istaknutim iskazom koji daje ključnu informaciju sažetu iz teksta. Napisan je masno otisnutim slovima, a veličina slova također je veća od ostatka teksta. Istaknuta rečenica analiziranog primjera glasi:

*Smanjenje poreza i povećanje prava građana ne mogu ići zajedno*

dok su rečenice iz ostalih primjera tekstne vrste *uvodnik* npr.:

*Umjesto da riješi ozbiljne probleme svojih birača, Petrov je unio još veću zabunu* (18. kolovoza 2016., str. 2),

*Već je postao uobičajen manjak komunikacije Banskih dvora i Pantovčaka* (28. kolovoza 2016., str. 2) ili

*Politički teška godina nije bila pogubna jer je ekonomija kao tanker koji se sporo okreće* (31. kolovoza 2016., str. 2).

U završnom dijelu, nakon kraja glavnog dijela teksta, u donjem desnom kutu nalazi se crna točkica kojom se zaključuje tekst.

Prelaskom na tematsku analizu razvidno je da se sadržaj teksta odnosi na problem prezaduženih građana kod banaka te, s obzirom na njihov broj, mogućnost utjecanja na njih kroz predizborna obećanja vezana upravo za tu problematiku. S obzirom da je tema jezgra sadržaja teksta (Brinker 2000: 169), može se zaključiti da je upravo navedena tema dominantna tema ovog uvodnika. Naime, iako tematska progresija i princip ponovnog nadovezivanja nisu u odnosu 1:1, upravo je ponovno nadovezivanje jedan od nositelja tematskih odnosa u tekstu jer utječe na razvoj tematske progresije kao i na koherenciju teksta (usp. Brinker 2000: 168).

Osim glavne teme vezane za obećanja nekih stranaka (Milan Bandić, Most, HDZ) o otpisu duga građanima, javlja se i pitanje novinarke tko će pokriti sve te dugove i na čiji trošak će ići. Sporedna tema koja se pojavljuje u drugom dijelu teksta je predstavljanje HDZ-ova gospodarskog programa gdje se navodi da će od strane HDZ-a tako biti ponuđena „nacionalna mirovina za ljude koji nemaju uvjete za mirovinu, redovna plaća majkama s

četvero djece, dječji doplatak za svu djecu neovisno o materijalnom statusu obitelji i smanjenje poreza“. Zapravo je ova tema uvedena „na mala vrata“ jer je novinarka prvo krenula s razradom glavne teme na koju je nadovezala elemente isključivo HDZ-ova programa za gospodarstvo, dok ostale stranke i kandidate nije spomenula, što se može protumačiti i kao favoriziranje jedne opcije naspram drugih od strane novinarka, a možda i samih novina. Govoreći o tematskoj progresiji, u ovom se tekstu javlja princip tematskog slijeda<sup>52</sup>, što podrazumijeva činjenicu da jedna tema slijedi drugu: nakon glavne teme o mogućnostima otpisa duga građanima, slijedi tema o gospodarskom programu HDZ-a.

Treća razina analize podrazumijeva jezično-stilistički osvrt na tekst. Valja prvo istaknuti gramatičke uvjete koherencije teksta (usp. Brinker i dr. 2014; Beaugrande i Dressler 2010) koji među ostalim uključuju i nadovezivanje. U ovom konkretnom primjeru tekstne vrste *uvodnik* pojavljuje se oblik eksplicitnog nadovezivanja, gdje se koristi više različitih imenica ili imenskih skupova koji imaju isti referentni pojam (adresatu je to jasno iz konteksta, ali i općeg znanja kojeg posjeduje o svijetu). Analizirani tekst tako nudi primjere poput:

*Još od prošlih predsjedničkih izbora i ulaska Vilibora Sinčića u političku arenu **blokirani i prezaduženi građani** poželjna su meta za pridobivanje političkih glasova.*

*Zoran Milanović je na otpisu duga za **siromašne** i konverziji kredita u švicarskim francima zamalo zadržao vlast na prošlim izborima, a prvi dan službene kampanje za rujanske izbore pokazuje kako stranački izborni stratezi vjeruju da bi **vojska od približno 330 tisuća blokiranih** ponovno mogla odlučivati o pobjedniku!*

*Most pred građane izlazi s planom po kojemu bi **dužnicima** otpisao i do 60 posto glavnice – pitanje je samo na čiji trošak – a široke ruke je i HDZ koji bi otpisao obveze **ljudima čiji je dug prema državi i komunalnim poduzećima manji od prosječne plaće.***

U navedenim se primjerima referentni pojam opisuje kroz pojedinačnu imenicu „dužnici“ ili pridjevsku imenicu „siromašni“, imenski skup „blokirani i prezaduženi građani“, a zanimljiv je i primjer atributne rečenice „ljudi čiji je dug prema državi i komunalnim poduzećima manji od prosječne plaće“. Za istu se referencu javlja i opis „vojske od približno 330 tisuća

---

<sup>52</sup> njem. *Nacheinander*.

blokiranih“, gdje novinarka blokirane građane zbog svog izrazito visokog broja naziva vojskom.

S obzirom da se radi o tekstu koji svojom temom i sadržajem pripada predizbornoj kampanji, a govori se o gospodarskim pitanjima, očekivano se u tekstu može pronaći vokabular vezan upravo za ova dva područja. Riječi i sintagme vezane za politolingvističku perspektivu tako su npr. *predsjednički izbori, ulazak u političku arenu, pridobivanje političkih glasova, zadržati vlast, prošli izbori, prvi dan službene kampanje, stranački izborni stratezi, zagrebački gradonačelnik, izaći pred građane s planom, politički partneri, obećanja velike stranke, uklopiti u proračun ili HDZ-ov gospodarski program*. Uočljiva je nešto češća uporaba pridjevske elementa *politički – politička arena, politički glasovi ili politički partneri* koji nudi specifičan i precizan kontekst imenica koje svoje osnovno značenje vezuju uz drugačiji kontekst (arena – sport, glas – glazba, partner – ljubav/ posao).

Resorni rječnik, vezan uz gospodarstvenu terminologiju, koji se pojavljuje u analiziranom primjeru tekstne vrste *uvodnik* je: *otpis duga, platiti dug, blokirani i prezaduženi građani, konverzija kredita u švicarskim francima, blokirani, otpis, legalizacija, dijeliti privatnu imovinu, javni novac, otpisati dužnicima dio glavnice, otpisati obveze, dug prema državi, prosječna plaća, manji dug, državni proračun, javna potrošnja, nadilaziti mogućnosti ekonomije, porezni obveznici, nacionalna mirovina, nemati uvjete za mirovinu, redovna plaća, dječji doplatok, materijalni status, smanjenje poreza, uklopiti u proračun, gospodarski program, prava građana ili smanjivati porez i javni dug*. Specifičan resorni jezik vezan uz ekonomiju i gospodarstvo može se sintaktički razvrstati na imenske i glagolske konstrukcije, pa tako se kao primjer mogu izdvojiti imenice, imenske sintagme i izvedenice vezane uz imenicu *dug*: *otpis duga, platiti dug, prezaduženi građani, dužnici, dug prema državi, manji dug* ili *javni dug*. Što se glagolskih konstrukcija tiče, mogu se istaknuti sljedeći primjeri: *platiti dug, dijeliti imovinu, otpisati dužnicima dio glavnice, otpisati obveze, nadilaziti mogućnosti ekonomije, nemati uvjete za mirovinu, uklopiti u proračun ili smanjivati porez i javni dug*. U svim se primjerima pojavljuju tranzitivni glagoli, a njihovi su objekti uglavnom imenice usko vezane upravo za gospodarski sektor.

U ovom se analiziranom primjeru uvodnika može izdvojiti nekoliko primjera sportskih metafora, u kojima je POLITIKA konceptualizirana kao SPORTSKO NATJECANJE:



*Još od prošlih predsjedničkih izbora i **ulaska** Vilibora Sinčića u političku arenu blokirani i prezaduženi građani poželjna su **meta** za pridobivanje političkih glasova.*

ili

*... a prvi dan službene kampanje za rujanske izbore pokazuje kako stranački izborni stratezi vjeruju da bi vojska od približno 330 tisuća blokiranih ponovno mogla **odlučivati o pobjedniku!***

Slično kao i u analiziranom primjeru *uvodnika* preuzetom iz Novog lista od 17. kolovoza 2016. godine, gdje se pojavljuje metafora VLADA je GRAĐEVINA, u ovom je tekstu kao GRAĐEVINA konceptualizirana POLITIKA:

*... no u kolopletu skupih, a vrlo često i neralnih\* obećanja velike stranke ne bi trebale sudjelovati jer se i na tome **gradi vjerodostojnost** u politici.*

U nekima od ostalih primjera tekstne vrste *uvodnik* kao eksplikativ preuzetih iz Večernjeg lista mogu se isto tako naći neki zanimljivi primjeri na jezično-stilističkoj razini. Od leksika tipičnog za političku komunikaciju ističu se npr.: *šef stranke, premijer, političke okolnosti, političko repositioniranje, nova kampanja, birači, politička dosljednost, parlamentarni izbori, poslijeizborna koalicija, premijerski kandidat, politička pozicija, kandidati za premijera, postaviti uvjete za koaliciju, opstanak Vlade, srušiti Vladu, politički unutrašnji lobiji, kadroviranje ili koalicijska vlada*. Vidljivo je da su najfrekventniji izrazi upravo oni s pridjevom *politički*, dok se kao dominantna imenica javlja *vlada*.

U *uvodniku* iz Večernjeg lista od 18. kolovoza 2016. godine javlja se metafora u kojoj su ODNOSI U POLITICI prikazani kao MEĐULJUDSKI ODNOSI.

*Jasno, takav ih stav – s obzirom na to da je Milanović sada bezuvjetni premijerski kandidat Narodne koalicije – **gura u krilo** HDZ-u, od kojeg se stoga **imaju potrebu distancirati**, to više što HDZ **njeguje partnerski odnos prema njima**.*

*Posljedica te političke **pozicije između čekića i nakovnja** je da Most opet **uspostavlja ekvidistancu prema** dvije vodeće opcije pa im je i Plenković **neprihvatljiv** premijer.*

Iz rečenica je vidljiv opis odnosa među političkim strankama koji je zaista opisan kao odnos između dviju osoba, u kojem se jedna strana želi distancirati od druge, njeguje partnerski odnos prema njoj, u nezgodnoj je poziciji, ili je pak gura u krilo nekoj trećoj strani.

Uspoređujući prototipične primjere tekstne vrste *uvodnik* preuzete iz Novog lista i Večernjeg lista uočava se da je u oba analizirana primjera dominantna tekstna funkcija ona eksplikativna, ali da se analizom ilokucijske strukture teksta u nekoj mjeri mogu pronaći i informativna, ekspresivna i direktivna tekstna funkcija. Iako oba uvodnika tematiziraju različite činjenice (u Novom listu govori se o sloganu HDZ-a Vjerodostojno dok novinarka Večernjeg lista tematizira otpis duga prezaduženim građanima i HDZ-ov gospodarski program), zajedničko im je da oba iznose činjenice koje su potom i objašnjene te autor/ica teksta daje i svoj sud o iznesenom. Komunikacijski cilj oba teksta je adresatu predložiti stanje stvari o predloženoj temi.

S obzirom da se radi o tekstnoj vrsti *uvodnik* koja je sastavni dio svakog broja dnevnih novina, ona se javlja uvijek u istom grafičkom oblikovanju. Kako u Večernjem listu tako i u Novom listu uvodnik je smješten na sam početak tiskanog izdanja novina, tj. odmah iza naslovnice, na 2. stranici, i to uzduž lijeve margine, dužinom cijele stranice. Nadalje, u oba se analizirana primjera na početku, uz ime i prezime novinara, nalazi i pripadajuća fotografija. Večernji list naslov ima napisan velikim tiskanim slovima i cijeli je uvodnik napisan u jednom odlomku, uz istaknutu glavnu misao ili rečenicu teksta, dok Novi list u svojim uvodnicima ima tri odlomka, a naslov je napisan masno otisnutim slovima.

Nadalje, valja istaknuti da je unatoč različitim temama glavni „akter“ oba uvodnika HDZ. Novinar Novog lista Dragan Ciglenečki osvrće se na HDZ-ov slogan ove predizborne kampanje (koji glasi „Vjerodostojno“) i već naslovom teksta „*Vjerodostojnost se vraća u HDZ*“ zaključuje da vjerodostojnosti nema, te da novi predsjednik stranke Andrej Plenković nije zadovoljan dosadašnjim vodstvom HDZ-a. Navodi i kako je Plenković poslao otvoreno pismo zastupnicima HDZ-a u kojem traži da se ne glasa za opoziv Vlade Tihomira Oreškovića, što nitko nije učinio te su „HDZ-ovi zastupnici pali na tom testu vjerodostojnosti.“ Ciglenečki zaključuje da „kao posljedicu danas imamo potpuno shizofrenu situaciju“ te se može zaključiti autorov negativan stav prema HDZ-u kojeg kroz istaknute primjere otvoreno kritizira.

S druge pak strane novinarka Večernjeg lista Ljubica Gatarić prvo se osvrće na problem prezaduženih građana, osobito onih koji su kredite podigli u švicarskim francima te navodi predizborna obećanja samo nekih od stranaka i kandidata na izborima (Ivan Vilibor Sinčić i Živi zid, Milan Bandić, Most, HDZ) koja uključuju razne modalitete i planove vezane za otpis duga. Iz teme o otpisu duga proizlaze još neke predizborne ideje (nacionalna mirovina,

redovna plaća majkama s više djece, dječji doplatok za svih ili smanjenje poreza) te nakon izlistanog programa novinarka navodi da je „najveći nedostatak HDZ-ova gospodarskog programa koji danas predstavljamo ta što nisu odgovorili kako se u isto vrijeme mogu širiti prava građana te smanjivati porezi i javni dug“, što otvoreno favorizira jednu političku opciju, u ovom slučaju HDZ, jer je samo njihov program prikazan i njihove se ideje predstavljaju, dok o ostalima nema navedene ni riječi.

Osim toga, valja istaknuti da se u oba uvodnika koriste metafore kao stilske figure i to osobito metafore vlade i politike kao građevine (*srušena Vlada, obaranje Vlade, srušiti vlastitu Vladu, njena stabilnost, graditi vjerodostojnost u politici...*).

Može se zaključiti da se prilikom analize tekstne vrste *uvodnik*, osobito na makrorazini teksta ne mogu pronaći velike razlike, u većini se *uvodnika* iz ovog korpusa javlja najviše primjera s eksplikativnom funkcijom (40,9 % u Novom listu i 42,9 % u Večernjem listu) te je razrada teme slična, a sličnosti se javljaju i na jezičnoj razini. Najveća je razlika vidljiva u konačnoj poruci autora teksta, gdje lijevo orijentirani Novi list kritizira desnu političku opciju (HDZ), a desno orijentirani Večernji list tu istu opciju favorizira.

### 5.3. Tekstna vrsta *intervju*

Tekstna vrsta *intervju* također je jedna zastupljenijih tekstnih vrsta u novinama. Kako navodi Hrvatska enciklopedija<sup>53</sup>, intervju je „novinska vrsta u kojoj se sadržaj izražava u obliku pitanja i odgovora. Namijenjen je objavljivanju u tiskovnim medijima, na radiju i televiziji, razgovor s nekom istaknutom osobom o njoj samoj ili o nekoj zanimljivoj temi, u pravo vrijeme i sa spretnim pitanjima, jedan je od najčešćih oblika novinarskog izražavanja. Uspješnost intervjua ovisi o izboru teme, osobe i pitanja.“ Dakle, u ovom korpusu radi se o intervjuiima novinara s nekom osobom vezanom uz predizbornu kampanju 2016. godine, a to su uglavnom kandidati s lista dviju najistaknutijih političkih opcija (HDZ-a i Narodne koalicije predvođene SDP-om) te novije stranke Most. Međutim, pojavljuju se i intervjui s istaknutim predstavnicima ostalih, manje zastupljenih stranaka, kao što su Milan Bandić, Furio Radin, Ivan Lovrinović ili Ivan Vilibor Sinčić te osobe koje su vezane uz kampanju, ali u njoj ne sudjeluju izravno, ili komentiraju političku situaciju u Hrvatskoj, kao npr.

---

<sup>53</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27678> (datum pristupa: 28.07.2022.)

dubrovački biskup Mate Uzinić, mađarski ministar vanjskih poslova Péter Szijjártó ili predsjednica Hrvatske udruge poslodavaca Gordana Deranja.

U analiziranom korpusu pronađeno je 48 primjera tekstne vrste *intervju* koji pripadaju predizbornoj kampanji, i to 36 jedinica u Večernjem listu i 12 u Novom listu, kao što je prikazano u Tablici 6. Ivanetić (2003) je pri klasifikaciji tekstnih vrsta *intervju* svrstala u skupinu asertiva, i to u podskupinu eksplikativa iz razloga što se iskazuje kako stvari stoje, a cilj je eksplikativa da se adresatu predoči stanje stvari. U korpusu ovog rada većina tekstova svrstana je upravo u kategoriju asertiva, podtip eksplikativ, iako valja naglasiti da se u tim tekstovima radi o dominantnoj eksplikativnoj funkciji, a u gotovo svakom intervjuu pronalazi se još nekoliko podfunkcija, koje međutim ne dominiraju cijelim tekstom te stoga određeni tekst nije mogao biti svrstan u neki drugi tekstni tip. U analiziranom korpusu tekstna vrsta *intervju* kategorizirana je kako slijedi:

	Novi list	Večernji list
asertiv – eksplikativ	12 (100%)	33 (91,6%)
direktiv	0	1 (2,8%)
komisiv	0	1 (2,8%)
ekspresiv	0	1 (2,8%)
Ukupno:	12	36

**Tablica 6: Kategorizacija tekstne vrste *intervju* u funkcionalne tekstne tipove**  
Izvor: izrada autorice

Kako je upravo navedeno u Tablici 6, najveći broj primjera tekstne vrste *intervju* klasificira se kao asertiv i to podtip eksplikativ, iz sljedećih razloga (usp. Hoffmann 1988; Jurin 2010; 2011; 2013):

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kako stvari stoje, odnosno kakva je propozicija te ju interpretira,
2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje stvari i potakne ga se na zauzimanje stava prema istoj,
3. osnovni komunikacijski proces je objasniti stanje stvari odgovarajući na pitanje novinara,
4. u komunikacijskoj situaciji sudjeluju s jedne strane novinar i njegov sugovornik koji odgovara na pitanja (pošiljatelj) i adresat s druge strane.

5. predmet komunikacije je razgovor novinara i neke osobe uključene u predizbornu kampanju koja odgovara na pitanja novinara o raznim temama vezanim (ili ne) za predizbornu kampanju.

Za detaljniju analizu tekstne vrste *intervju* odabran je po jedan prototipičan primjerak preuzet iz Novog lista i iz Večernjeg lista, a uz njih će se koristiti i ostali tekstovi koji pripadaju toj tekstnoj vrsti, a poslužit će za potkrepljivanje neke značajke kroz dodatne primjere. Neki od tekstova preuzetih iz Novog lista koji pripadaju tekstnoj vrsti *intervju* su:

*HDZ i SDP zaboravili na sve svoje razlike jer ih i – nema* (intervju s Ines Strenja Linić, 2. rujna 2016., str. 8),

*Hasanbegovićev potez je dno dna hrvatske politike* (intervju s Darijom Vasilićem, 4. rujna 2016., str. 7),

*U 7. jedinici osvojit ćemo najmanje sedam mandata* (intervju s Tomislavom Klarićem, 30. kolovoza 2016., str. 7).

a iz Večernjeg lista mogu se izdvojiti npr.:

*Zoran Milanović nas je posvadio sa svim susjedima i pola EU* (intervju s Milijanom Brkićem, 27. kolovoza 2016., str. 8),

*Želim Plenkoviću sreću da iz oporbe reformira HDZ* (intervju s Ivanom Vrdoljakom, 22. kolovoza 2016., str. 6) ili

*Već su oni potpisali naše uvjete. Trčali bi i goli da smo rekli* (intervju s Mirom Buljem, 6. rujna 2016., str. 6).

### 5.3.1. Novi list

Iz Novog lista je za analizu prototipičnog primjera tekstne vrste *intervju* odabran tekst objavljen 5. rujna 2016. godine na stranici 6 i nosi naslov: *Velika koalicija bila bi najveća katastrofa*, a intervju za Novi list dao je tadašnji gradonačelnik Zagreba i kandidat na listi Koalicija za premijera Milan Bandić. Prema ranije navedenim elementima, valja istaknuti pripadnost ovog intervjua kategoriji eksplikativa:

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kako stvari stoje, odnosno kroz novinarska pitanja postavljena Milanu Bandiću adresat saznaje određene činjenice te Bandićev sud i interpretaciju tih činjenica, kao i njegovo mišljenje o diskutiranim temama,

2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje onih činjenica o kojima se u tekstu razgovaralo i na koje je Milan Bandić dao odgovore, a usto se nastoji potaknuti adresata da oko istih i zauzme stav,
3. osnovni komunikacijski proces je objasniti stanje onih činjenica o kojima se u tekstu razgovaralo, a o kojima je Bandić odgovarao na konkretna pitanja novinara,
4. u komunikacijskoj situaciji sudjeluju s jedne strane novinar Novog lista Zdenko Duka i njegov sugovornik Milan Bandić koji odgovara na pitanja (pošiljatelj), a s druge strane nalazi se adresat.
5. predmet komunikacije je razgovor novinara Novog lista i kandidata na izborima, Milana Bandića koji odgovara na pitanja novinara o raznim temama vezanim za predizbornu kampanju te iznosi svoj stav.

U slučaju analize tekstne vrste *intervju* nešto je teže dati pragmatički okvir, tj. kontekst političke situacije jer se u intervjuu novinar i sugovornik dotiču raznolikih tema te je samim time teže definirati i temu teksta. Može se ipak dati kontekst vezan za sugovornika u intervjuu, u ovom slučaju to je Milan Bandić. Njegova aktivna politička karijera započinje 1995. kada kao član SDP-a postaje gradski vijećnik u Zagrebu, a godine 2000. odabran je i za gradonačelnika. Uz pauzu od nešto više od godinu i pol, 2002. godine ponovno je postao gradonačelnik, prvo kao član SDP-a, a zatim kao nestranački kandidat. 2015. godine osnovao je vlastitu stranku pod imenom Bandić Milan 365 – Stranka rada i solidarnosti te je na parlamentarnim izborima 2015. godine osvojio dva zastupnička mandata u 8. sazivu Hrvatskoga sabora. Isti je uspjeh polučio i na ovim izborima koji se analiziraju u ovom radu s njegovom Koalicijom za premijera. Bandić je kao svojevrsni simbol grada Zagreba u svojoj političkoj karijeri realizirao puno projekata za grad, ali mu se zamjera da je za to potrošio previše novca i pritom bio netransparentan. Javnosti su tako poznati slučajevi afera Krašograd, prenamjena zemljišta, afera Nadstrešnice, afera Fontana, afera Stadion, slučaj pogodovanja Ivici Todoriću ili Tomi Horvatinčiću, zlatni WC ili izgradnja žičare na Sljemenu<sup>54</sup>. Iako je temelj njegove politike bila direktna, osobna veza s biračima te je takvim populističkim mjerama, uz koncept „*delanja*“, pokazivao iznimnu političku energiju<sup>55</sup>, jedan

---

<sup>54</sup> <https://www.index.hr/vijesti/clanak/tko-je-bio-milan-bandic/2257525.aspx> (datum pristupa: 28.7.2022.)

<sup>55</sup> <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/kakva-mu-je-zapravo-ostavstina-idiotizam-je-reci-da-bandic-nije-nista-napravio-za-zagreb-15054145> (datum pristupa: 28.7.2022.)

od najmoćnijih političara postao je zahvaljujući „hobotnici“, tj. mreži koja se širi ne samo Zagrebom, već u državnim tijelima, policiji pa i u Crkvi (usp. fusnotu 54).

Za izlazak na parlamentarne izbore 2016. godine oformio je Koaliciju za premijera, i to kako je navedeno u uvodnom dijelu intervjua:

*„istakao je svoju kandidaturu u Koaliciji za premijera, na čelu svoje stranke zajedno u koaliciji s Narodnom strankom – reformista Radimira Čačića, Novim valom Ljube Jurčića i Blokom umirovljenici zajedno Milivoja Špike.“,*

Drugi pošiljatelj poruke, uz Milana Bandića je novinar Zdenko Duka, koji je od 2006. godine urednik i kolumnist u zagrebačkom dopisništvu Novog lista. On je autor pitanja postavljenih sugovorniku Bandiću. U objavljenom intervjuu postavio je 14 pitanja koja su, među ostalim, bila vezana za mjere donesene u gradu Zagrebu te način kako ih uspješno pretočiti i na cijelu Hrvatsku u slučaju da postane premijer. Osim toga, Bandić je upitan i o mogućem novom teritorijalnom ustrojstvu Republike Hrvatske kao i o dosadašnjem tijeku predizborne kampanje te odnosima s HDZ-om, SDP-om i Mostom.

Kada je riječ o komunikacijskoj namjeri ovog teksta, cilj je adresatu predstaviti činjenice o kojima se u tekstu razgovaralo, a koje je Milan Bandić komentirao. Osim toga, karakterističan stil izražavanja Milana Bandića može potaknuti adresata da oko tih izjava, tj. činjenica i zauzme stav, bilo pozitivan, bilo negativan.

Analizom ilokucijske strukture teksta može se utvrditi da je prisutno više različitih tekstnih funkcija. Uzmu li se u obzir eksplicitno i implicitno izražavanje stava od strane pošiljatelja ili kontekstualni indikatori, može se zaključiti da su u tekstu prisutne informativna, eksplikativna, ekspresivna, komisivna i direktivna tekstna funkcija, no zbog svoje učestalosti u ovom primjeru tekstne vrste *intervju* ipak dominantna eksplikativna funkcija. Dakle, smisao kojeg tekst dobiva u komunikacijskom procesu, odnosno njegova ilokucijska namjera je pojasniti adresatu određeni iskaz i dati dodatne informacije o njemu, dok se perlokucija odnosi na sam efekt koji je iskazom postignut na adresata– mijenja li adresat svoj stav o Bandiću ili samo utvrđuje svoje mišljenje o njemu.

Dominantna eksplikativna funkcija može se i potvrditi primjerima iz samog teksta, gdje se činjenice prvo iznose, a zatim se ta činjenica i objašnjava. U tekstnoj vrsti *intervju* radi se o specifičnom iznošenju činjenica, gdje to uglavnom čini novinar postavljanjem pitanja

sugovorniku, a on ju zatim odgovorom na pitanje pojašnjava i (uglavnom) iznosi i svoj sud i mišljenje o istoj.

Č: (novinarsko pitanje) *U Skupštini grada Zagreba donesene su odluke – socijalni paket mjera težak 25 milijuna kuna godišnje?*

O: *Sretan sam i ponosan /ekspresivna funkcija/ što je to u kontinuitetu socijalne osjetljivosti i obzirnosti grada Zagreba. Donijeli smo dopunsko zdravstveno osiguranje za umirovljenike s mirovinom ispod 1.500 kuna, besplatne udžbenike za Petrinju, kao što smo to ranije radili u Vukovaru, Kninu i u Gunji. Donijeli smo zaključak o prosječnoj plaći za majku odgajateljicu (ili tatu) za treće i svako naredno dijete do 15. godine života djeteta /informativna funkcija/.*

Č: (novinarsko pitanje) *Dva su glavna bloka, HDZ i SDP-ova koalicija, kojem ste bliži? Smatra ste\* da ste bliži HDZ-u?*

O: *Bliži smo onima koji budu bliži stvarima za koje se mi zalažemo. I sa crnim vragom za boljitak Hrvatske!*

Vidljivo je i da su u prvom objašnjenju istaknute dodatne dvije tekstne funkcije, koje međutim nisu dominantne. Milan Bandić riječima „sretan sam i ponosan“ izražava svoj osobni stav prema činjenicama koje slijede, a vezane su za novinarsko pitanje o socijalnom paketu mjera donesenom u Zagrebu, te se taj dio može protumačiti kao ekspresivna funkcija dijela teksta. Drugi se pak dio istog objašnjenja može okarakterizirati nositeljem informativne funkcije jer Bandić navodi što sve donosi novi socijalni paket mjera kao i ono što je već ranije učinjeno. Međutim, generalno gledajući, a osobito kroz dio teksta s informativnom funkcijom iz koje adresat saznaje neke nove činjenice, Milan Bandić odgovara na novinarsko pitanje i samim time daje traženo pojašnjenje, što se u svakom slučaju odnosi na eksplikativnu tekstnu funkciju.

Javlja se u tekstu još nekoliko primjera ekspresivne funkcije, gdje Milan Bandić kritizira svoje političke oponente i tako izražava svoj stav prema njima:

*A suština je lidera da okupi ekipu kompetentnih ljudi koji će odrediti prioritete i na bazi prioriteta izvući Hrvatsku iz krize. A zašto se to nije dogodilo? Zato što su HDZ i SDP od 1995. pobjeđivali šest puta.*

ili:



*Kod mene, da imam tvrtku, ne bi mogla raditi polovina Milanovićevih ministara. Otjerali bi mi ljude.*

Može se na isti način istaknuti tako i prisustvo komisivne tekstne funkcije, gdje pošiljatelj daje adresatu do znanja da se obvezuje izvršiti neku radnju, pa se u analiziranom intervjuu tako može pronaći:

*Za razliku od njih koji govore o 100 ili 200 tisuća radnih mjesta, koji govore da neće ništa dirati, ja mogu odgovorno reći da treba rezati ono što ne valja, a afirmirati ono što valja. Treba nagraditi radnike, a neradnike poslati na burzu. To mogu učiniti ljudi koji imaju petlju, snagu, energiju i viziju i koji su pokazali na djelima da to znaju i mogu.*

ili

*Ovo je i naša poruka državi. To isto ćemo napraviti na prvoj ili drugoj sjednici hrvatske Vlade. Novaca za to ima, mora biti.*

Osvrtom na grafičko oblikovanje teksta može se ustvrditi da su svi primjeri tekstne vrste *intervju* u Novom listu ujednačeni. Naziv tekstne vrste u Novom listu istaknut je kao *razgovor*, a ne *intervju*, što je vidljivo u nadnaslovu teksta, odmah kao prva riječ, uokvirena u crvenom pravokutniku i napisana bijelim slovima, što je karakteristično za svaki primjer tekstne vrste *intervju*. U prototipičnom primjeru uzetom za analizu u ovom radu valja istaknuti još nekoliko karakterističnih elemenata. U Novom listu tekstna vrsta *intervju* sadržava nadnaslov, glavni naslov i podnaslov. Nadnaslov, osim ranije navedenog crvenog pravokutnika s riječju *razgovor*, sadrži u nastavku, dužinom cijelog teksta u crnom pravokutniku, ime i prezime te funkciju osobe s kojom je vođen intervju. Taj je nadnaslov napisan bijelim, velikim tiskanim slovima. Analizirani primjer tako ima nadnaslov:

*MILAN BANDIĆ, KANDIDAT U KOALICIJI ZA PREMIJERA*

dok su neki od ostalih primjera tekstne vrste *intervju*:

*INES STRENJA LINIĆ, PRVO MJESTO NA LISTI MOSTA U 8. JEDINICI (2. rujna 2016. str. 8)*

*PREDSJEDNIK MOSTA NEZAVISNIH LISTA UVJEREN JE DA ĆE NJEGOVA STRANKA OSVOJITI NAJMANJE 15 MANDATA I BITI KREATOR VLASTI (3. rujna 2016., str. 6-7) ili*

MARIN ŠKIBOLA, NA LISTI KOALICIJE JEDINA OPCIJA U 8. JEDINICI (1. rujna 2016. str. 9)

Glavni je naslov napisan masno otisnutim slovima i to u dva retka, a njegov je font, kako je i za očekivati, najveći na stranici. U njemu je istaknuta glavna (ili „najsnažnija“) misao intervjuja pa se tako iz intervjuja čiji su nadnaslovi upravo istaknuti mogu povezati sljedeći naslovi:

(Milan Bandić): *Velika koalicija bila bi najveća katastrofa*

(Ines Strenja Linić): *HDZ i SDP zaboravili na sve svoje razlike jer ih i – nema*

(Božo Petrov): *Most će tek odlučiti o tome može li Plenković biti premijer*

(Marin Škibola): *Zakonom ćemo spriječiti deložaciju iz jedinog doma*

Podnaslov je također napisan u dva retka, s napomenom da je prva rečenica otisnuta masnim fontom i time je istaknuta, a ostatak je napisan uobičajenim fontom, s nešto većim slovima nego onima u glavnom dijelu teksta. U analiziranom primjeru podnaslov je zapravo preuzeta rečenica iz glavnog dijela teksta i u ovom slučaju daje dodatno pojašnjenje glavnog naslova:

***Dok su jedni radili marifetluke, drugi su držali ljestve i obrnuto. Bila bi to najveća katastrofa ove zemlje da se ista politika sada osnaži koalicijom i da lažu i varaju ljude***

Analizirani intervju zauzima cijelu stranicu tiskanog izdanja novina, a njegov je središnji dio odijeljen u šest stupaca. Na početku prvog stupca, u sivom pravokutniku s donjom crvenom crtom nalazi se ime novinara koji je vodio intervju, i to na način da je njegovo prezime napisano velikim tiskanim slovima, pa se tako mogu pronaći primjeri: *Zdenko DUKA, Damir CUPAĆ, Jagoda MARIĆ* ili *Andrej PETRAK*.

Početno slovo svakog intervjuja izrazito je veliko napisano i zauzima četiri retka glavnog dijela teksta, i to kako bi privuklo interes i pažnju adresata (usp. Burger 2005: 209). Glavni dio teksta tekstne vrste *intervju* specifičan je svojim oblikovanjem jer se, naravno, radi o formi pitanja i odgovora. Pitanja novinara masno su otisnuta i prvi je redak uvučen, dok su odgovori sugovornika napisani uobičajenim fontom. Osim toga, glavni dio teksta ima nekoliko međunaslova koji su svojevrsna najava informacija i objašnjenja koja slijede, pa se tako u analiziranom primjeru ističu sljedeći međunaslovi:

*Socijalna osjetljivost*

*Primjer državi*

*Dostatno pet regija*

*Nagraditi radnike*

Navedeni su primjeri napisani masno otisnutim slovima te su neznatno veći od ostatka glavnog dijela teksta. Nadalje, u tekstu se nalaze i dvije dodatno istaknute izjave koje su najavljene velikim, otvorenim crvenim navodnim znakovima, a sam je tekst napisan kurzivom. Radi se također o dvjema Bandićevim izjavama koje se javljaju u glavnom dijelu teksta, a ovime se dodatno ističu i novinar im time sadržajno pridaje na značaju. Te su izjave:

*Moja je kampanja ravna 365 dana po 6 sati 16 i pol godina*

*Problem ove zemlje su ljudi na čelu kolone. Program napiše apsolvant ekonomije u roku od dva tjedna. No, treba ga netko i provesti*

Usto, jedan se dio intervjua i vizualno odvaja od ostatka teksta – u sivom pravokutniku s podebljanom crvenom linijom u gornjem lijevom kutu dan je odgovor i komentar na još jedno pitanje te se u tom pravokutniku također ističe međunaslov koji je otisnut masnim slovima. Iz ovog primjera to je:

*Ključan dobar odaziv na izbore*

u kojem Milan Bandić daje računicu koliko bi ljudi trebalo izaći na izbore da „bude dobro“ i što u slučaju da se to ne ostvari (a što je po njemu i realna situacija).

Osim navedenog, treba istaknuti i prisustvo slikovnog dijela teksta. S obzirom da se radi o tekstnoj vrsti *intervju*, očekivano, slikovni dio teksta podrazumijeva osobu s kojom je novinar vodio intervjua, a ovdje se radi o Milanu Bandiću. Fotografija zauzima širinu od četiri tekstna stupca i prikazuje Bandićevo ozbiljno lice. U donjem lijevom uglu fotografije nalazi se prva od dvije ranije istaknute izjave o trajanju njegove kampanje.

Opis tematske razine tekstne vrste *intervju* zahtjevan je, s obzirom na činjenicu da jedna tema ne prati cijeli tekst, već se novinar kroz svoja pitanja Bandiću želi dotaknuti većeg broja različitih tema koje su bitne za predizbornu kampanju. Stoga se ujednačenost predmeta teksta teško može pronaći, no kao zajednički nazivnik cijelog teksta, odnosno poveznica se može pronaći u sugovorniku, koji kroz odgovore na pitanja svih tema daje svoje mišljenje i viđenje određenih činjenica. Glavni naslov i podnaslov teksta mogli bi ukazivati na to da Bandić komentira isključivo mogućnost velike koalicije između HDZ-a i SDP-a, koja bi, po

njemu, bila pogubna za Hrvatsku. Međutim, uvidom u ranije navedene međunaslove koji se javljaju kroz glavni dio teksta, na prvu postaje jasno da tekst sadržajno prožima više različitih tema. Prema Brinkeru i dr. (2014: 54-60) tekst uglavnom sadrži više tema koje su manje ili više značajne te se mogu hijerarhijski rangirati. U ovom se primjeru može zaključiti da su teme jednake važnosti, a raspoređene su principom tematskog slijeda. U analiziranom primjeru tekstne vrste *intervju* teme se mogu opisati kako slijedi:

Tko je Milan Bandić – socijalni paket mjera u gradu Zagrebu – Zagreb kao primjer za cijelu državu – poticanje zapošljavanja – promjena teritorijalnog ustrojstva Hrvatske – procjena dosadašnje kampanje – (ne)mogućnost velike koalicije – stabilnost vlade – rezanje onoga što ne valja – uloga Mosta u novoj vlasti.

Generički navedene teme analiziranog teksta mogu se naravno i povezati s pitanjima novinara, u kojima se uglavnom jedno ili dva pitanja odnose na istu temu pa se tako mogu pročitati pitanja kao npr.:

*Treba li mijenjati teritorijalno ustrojstvo, broj županija, gradova, općina? i*

*Jeste li za regionalno ustrojstvo Hrvatske? ili:*

*Dva su glavna bloka, HDZ i SDP-ova koalicija, kojem ste bliži? Smatra ste\* da ste bliži HDZ-u? i*

*Da, vide se neke naznake za to. Ali, zašto mislite da velika koalicija ne bi bila dobra za Hrvatsku? ili pak*

*Vidimo da je Most istaknuo neke svoje uvjete, zakone koje bi trebali donijeti već na prvoj sjednici Sabora da bi oni uopće pregovarali o eventualnoj koaliciji i Vladi, Što mislite o njihovoj ulozi u izborima i poslije izbora? i*

*Onda se vi s Mostom slažete u tom dijelu da se smanji financiranje stranaka iz proračuna?*

Što se razvoja teme tiče, s obzirom da se radi o odgovorima na pitanja koji dodatno objašnjavaju činjenice ili stanje stvari, može se u ovom primjeru govoriti o eksplikativnom razvoju teme.

Kada je riječ o analizi jezično-stilističke razine prvo treba istaknuti leksičke posebnosti ovog teksta koje su vezane za političku komunikaciju. Analizirani intervju obiluje takvim riječima i sintagmama pa se mogu istaknuti sljedeći izrazi: *kandidat, (velika) koalicija, istaknuti*

*(svoju) kandidaturu, biti na čelu stranke, (zagrebačka) skupština, donijeti paket mjera, paket socijalnih i demografskih mjera, narod će odlučiti, socijalna osjetljivost, donijeti odluku, socijalna osjetljivost i obzirnost, pismo namjere za iskazivanje interesa kupnje, mjere pronatalitetne politike, subvencionirati cijenu vrtića, povećanje minimalca, puniti proračun za tri posto više od planiranog, lider, interesne zajednice, klijentela, potaknuti zapošljavanje, ministri, glasati za koga, reformske odluke, reforma uprave, zdravstva, itd., odreći se plaće, odreći se (načelničke) funkcije, razvijati se policentrično, donijeti strategiju ravnomjernog razvoja Hrvatske, vlast, tok predizborne kampanje, političari, dva bloka, zalagati se za što, protukandidati, katastrofa Hrvatske, izbori će pokazati, kratko trajanje vlade, lustrirati HDZ i SDP, dvojica lidera, diplomatski činovnici, politika štednje, rezanje rashoda u državnim proračunima, istaknuti uvjete, donijeti zakone na (prvoj) sjednici Sabora, pregovarati o (eventualnoj) koaliciji i Vladi, lideri stranaka, podijeliti novac strankama i stranačkim poslušnicima), odaziv na izbore, izaći na izbore ili bipolarna politička scena.*

S obzirom da kroz cijeli intervju Milan Bandić komentira i objašnjava razne činjenice, na neke se od navedenih osvrće pozitivno, a na neke negativno, pa se stoga njegove izjave (ili dijelove njegovih izjava) može grupirati kao pozitivno obilježene, negativno obilježene ili neutralne. Ovdje će biti istaknute one koji su pozitivno ili negativno obilježene od strane Bandića. Pozitivne riječi Bandić naravno koristi kako bi istaknuo svoje prednosti i dosadašnje uspjehe koje je postigao kao gradonačelnik Zagreba, a koje planira (djelomično) preslikati i na državu ukoliko pobijedi na izborima. Radi se npr. o sljedećim elementima:

*Milan Bandić je najdostupniji, najjednostavniji čovjek na svijetu.*

*Ja sam, što bi Šenoa rekao, svoj.*

*Sretan sam i ponosan što je to u kontinuitetu socijalne osjetljivosti i obzirnosti grada Zagreba. Donijeli smo...*

*...otkupu 200 (stanova) za najam za najugroženije sugrađane.*

*... da se građanima s blokiranim tekućim računima omogući obročna otplata duga, uz oprost kamata i oprost bilježničkih te odvjetničkih troškova.*

*Doživjeli smo pozitivan prirodni prirast u Zagrebu. Zaslužne su za to i zagrebačke mjere pronatalitetne politike: Grad subvencionira cijenu vrtića (...), isplaćujemo pomoć (...), Grad pomaže (...)*

*...zaokružili brigu i skrb o djeci, zapravo o zagrebačkim obiteljima. Ovo je i naša poruka državi. To isto ćemo napraviti na prvoj ili drugoj sjednici hrvatske Vlade. Novaca za to ima, mora biti.*

*Zagrebački proračun se u odnosu na prošlu godinu puni 12,5 posto bolje i za nepunih tri posto više od planiranog.*

*Stručnost i kompetentnost je bitna.*

*Moja je kampanja ravna 365 dana po 16 sati 16 i pol godina.*

*Treba nagraditi radnike, a neradnike poslati na burzu. To mogu učiniti ljudi koji imaju petlju, snagu, energiju i viziju i koji su pokazali na djelima da to znaju i mogu.*

U nekim primjerima koristi se „negativnim marketingom“ u kojem se uspoređuje s drugima i kako bi sebe istaknuo, govori da nije poput ostalih, pa se tako u tekstu pojavljuju primjeri:

*Ja za razliku od drugih nikome ništa nisam dužan.*

*Kad čovjeku ne mogu prigovoriti na sadržaju, onda mu prigovaraju na formi.*

*Treba prestati honorirati nerad i prestati dijeliti nezarađeno, otpustiti dio ljudi, smanjiti troškove proizvodnje, (...).*

*Teško se odreći plaće, načelničke funkcije, dobrih kola, mobitela...*

*Ja nemam predizborne kampanje. A ovima koji su u kampanji dva mjeseca prije izbora u četiri godine – ja im čestitam.*

*Za razliku od mojih protukandidata koji se bave s tim što su radili nečija mama ili tata, ja s tim nemam problema. Ja sam te ideološke rovove preskočio. I za razliku od njih koji snube jedan drugoga i pripremaju veliku koaliciju, ja imam puno iskustva da to prepoznam. Nisam farizej.*

*Za razliku od njih koji govore o 100 ili 200 tisuća radnih mjesta, koji govore da neće ništa dirati, ja mogu odgovorno reći da treba rezati ono što ne valja, a afirmirati ono što valja. (...) To mogu učiniti ljudi koji imaju petlju, snagu, energiju i viziju i koji su pokazali na djelima da to znaju i mogu.*

*Moja stranka i ja ne uvjetujemo nikome ništa, osim pravog smjera Hrvatske – a to je put rada i solidarnosti.*

Zanimljivi su elementi u kojima Bandić izražava svoj negativan stav, uglavnom prema političkim protukandidatima, HDZ-u, SDP-u i Mostu. Neki od primjera iz analiziranog teksta su tako:

*Problem ove zemlje su ljudi na čelu kolone.*

*A zašto se to nije dogodilo? Zato što su HDZ i SDP od 1995. pobjeđivali šest puta. Četiri puta HDZ, dvaput SDP. Oni su dobili u tim pobjedama, kao interesne zajednice, kao klijentela, a narod je gubio.*

*Svakako ne ministri koji kod mene ne bi bili portiri. Kod mene, da imam tvrtku, ne bi mogla raditi polovina Milanovićevih ministara. Otjerali bi mi ljude.*

*Ovih 21 godinu prodefilirali su i zaposlili se\* desetak tisuća uhljeba jedne i druge opcije. Oni glasaju za sebe.*

*(Zašto mislite da velika koalicija ne bi bila dobra za Hrvatsku?) Pa, zato što su oni najzaslužniji za katastrofu Hrvatske. I etički, i politički i demografski. Dok su jedni radili marifetluke, drugi su držali ljestve i obrnuto.*

*Ali trebalo bi HDZ i SDP lustrirati jedno 4-6 godina.*

*Mogli su (Most, op.a.) pokazati što znaju, a mislim da su pokazali jako malo. Nisu napravili ništa.*

U ovom intervjuu Milan Bandić se u pojedinim dijelovima izražava vrlo emocionalno te pritom koristi vrlo slikovit leksik i moguća konotativna značenja određenih riječi i sintagmi. Služi se razgovornim, često vrlo emocionalnim stilom koji je blizak većini adresata. Već u samom podnaslovu može se pronaći regionalizam *marifetluk* koji prema Hrvatskom jezičnom portalu<sup>56</sup> nosi i ekspresivno značenje, a u primjeru iz teksta:

*Pa, zato što su oni (HDZ i SDP, op.a.) najzaslužniji za katastrofu Hrvatske. I etički i politički i demografski. Dok su jedni radili marifetluke, drugi su držali ljestve i obrnuto.*

raditi, odnosno izvoditi ili praviti marifetluke znači dobro se snalaziti u nevolji ili prema potrebi. Nadalje, u istoj rečenici nalazi se i opis druge strane, točnije frazem „držati kome ljestve“, odnosno pomagati kome u nečemu.

---

<sup>56</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: marifetluk (datum pristupa: 29.07.2022.)

Dalje pak Bandić također komentira HDZ i SDP riječima:

*Ovih 21 godinu prodefilirali su i zaposlili se\* desetak tisuća uhljeba jedne i druge opcije. Oni glasaju za sebe.*

Riječ *uhljeb* također pripada razgovornom registru (Hrvatski jezični portal<sup>57</sup>) te se radi o neologizmu i označava osobu koja „zarađuje na lagan način, bez mnogo truda, obično se odnosi na zaposlenike čija je plaća iz državnoga proračuna“ (usp. Muhvić-Dimanovski i dr. 2016) i ima vrlo negativnu konotaciju koja vrlo brzo i u adresata aktivira iste negativne ideje i mišljenje. Isto tako, kada opet govori o HDZ-u, SDP-u i Mostu ističe upravo ovakve negativne konotacije, kada navedena naziva *interesnim zajednicama, klijentelom, diplomatskim činovnicima ili stranačkim poslušnicima*.

Upitan o tome je li bliži HDZ-u ili SDP-ovoj Narodnoj koaliciji, Bandić je izjavio

*Bliži smo onima koji budu bliži stvarima za koje se mi zalažemo. I sa crnim vragom za boljitak Hrvatske!*

Koristeći sintagmu *crni vrag*, Bandić slikovito govori da će surađivati bilo s kime, čak i kada taj posjeduje i nedefinirane i nevjerojatne osobine (usp. Hrvatski jezični portal<sup>58</sup>). Zanimljivost pri pretrazi navedene sintagme je činjenica da ju je i davne 1996. godine koristio Franjo Tuđman u istom govoru u kojem spominje „Judine škude“. Taj govor novinarima u Zračnoj luci Zagreb nastao je komentirajući prosvjed građana zbog uskraćivanja suglasnosti Vijeća za telekomunikacije o koncesiji Radija 101, u kojem je Tuđman crnim vragom okarakterizirao sve one koji su protiv hrvatske slobode i nezavisnosti<sup>59</sup>.

Gledano iz politolingvističke perspektive, navedeni elementi pružaju izvrstan primjer važnosti prezentacije sadržaja, načina izražavanja i komunikacije, jer, iako se ovdje radi o pisanom mediju, perlokucija, ostavlja snažan dojam i efekt na adresata. Bandić je u analiziranom intervjuu vješto koristio strategije prezentiranja „sebe“ kao pozitivne, dobre strane (među ostalim, za sebe kaže, kako je ranije i navedeno, da ima „*petlju, snagu, energiju i viziju*“), dok „njih“ prikazuje negativno, kao loše i nesposobne (međusobno su si držali

<sup>57</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: uhljeb (datum pristupa: 29.07.2022.)

<sup>58</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: vrag (datum pristupa: 29.07.2022.)

<sup>59</sup>

[https://hr.wikisource.org/wiki/Govor\\_Franje\\_Tu%C4%91mana\\_u\\_Zra%C4%8Dnoj\\_luci\\_Zagreb\\_23.\\_studenog\\_1996](https://hr.wikisource.org/wiki/Govor_Franje_Tu%C4%91mana_u_Zra%C4%8Dnoj_luci_Zagreb_23._studenog_1996). (datum pristupa: 29.07.2022.)



ljestve, izvodili marifetluke, zapošljavali uhljebe itd.) (usp. van Dijk 2006; Miletić i Perić 2022).

### 5.3.2. Večernji list

Nakon analize prototipičnog primjera tekstne vrste *intervju* iz Novog lista valja analizirati i jedan prototipičan primjer preuzet iz Večernjeg lista. Odabran je intervju novinarkе Petre Maretić-Žonja s Ankom Mrak-Taritaš, HNS-ovom kandidatkinjom Narodne koalicije za parlamentarne izbore 2016. godine. Taj je intervju objavljen u ponedjeljak 29. kolovoza 2016. godine na 6. stranici Večernjeg lista te ima naslov:

*Birači, od Bandića možete očekivati samo hrpu fontana*

Prema ranije navedenome, Večernji list objavio je 36 intervjuja koji pripadaju predizbornoj kampanji te su stoga sastavni dio ovog korpusa. Uvidom u raspodjelu tekstnih tipova dolazi se do brojke od 33 primjera tekstnog tipa asertiva, podtip eksplikativ, te po jednog komisiva, direktiva i ekspresiva. S obzirom da je većina primjera tekstne vrste *intervju* svrstana u podskupinu eksplikativa, i ovaj prototipični primjer koji će se analizirati također pripada eksplikativima, što se može ustanoviti i na sljedeći način:

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kako stvari stoje, odnosno, adresat putem pitanja novinarkе i odgovora koje Mrak-Taritaš daje dolazi do informacija, ali i saznaje više o interpretaciji i mišljenju Mrak-Taritaš oko tih činjenica,
2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje onih činjenica o kojima se u tekstu razgovaralo i na koje je Anka Mrak-Taritaš odgovarala, a usto se nastoji potaknuti adresata da oko tih činjenica zauzme stav i mišljenje,
3. osnovni komunikacijski proces je objasniti stanje onih stvari o kojima se u tekstu razgovaralo, a o kojima je Mrak-Taritaš dala odgovore na konkretna pitanja novinara,
4. u komunikacijskoj situaciji sudjeluju s jedne strane novinarka Večernjeg lista Petra Maretić-Žonja i sugovornica Anka Mrak-Taritaš koja odgovara na pitanja (pošiljatelj), a s druge strane nalazi se adresat.
5. predmet komunikacije je razgovor novinarkе Večernjeg lista i kandidatkinje Narodne koalicije na izborima, Anke Mrak-Taritaš koja odgovara na pitanja novinara o raznim temama vezanim za predizbornoj kampanju te iznosi svoj stav o njima.

Kao što je rečeno već pri analizi intervjua preuzetog iz Novog lista, za ovu je tekstnu vrstu nešto zahtjevnije odrediti pragmatički kontekst jer se u intervjuu novinar/ka obično dotiče više različitih tema koje sugovornik komentira i pojašnjava. Stoga je uputnije dati kontekst vezan uz sugovornika, odnosno u ovom analiziranom primjeru, sugovornici. Radi se o Anki Mrak-Taritaš, inače arhitektici, koja je u svojoj političkoj karijeri prvo bila članica Hrvatske narodne stranke (HNS), a od sredine 2017. godine je u Građansko-liberalnom savezu (Glas) gdje obnaša dužnost predsjednice stranke. U 12. Vladi Republike Hrvatske (od 2011. do 2016. godine), za vrijeme premijera Zorana Milanovića, obnašala je dužnost ministrice graditeljstva i prostornog uređenja<sup>60</sup>. Osim toga, u Gradu Zagrebu je, za vrijeme dok je gradonačelnik bio Milan Bandić, bila na funkciji pročelnice u Gradskom zavodu za planiranje te članica Gradske skupštine Grada Zagreba. Svoje mjesto u 8. sazivu Hrvatskoga sabora osvojila je u II. izbornoj jedinici<sup>61</sup> u kojoj se kandidirala i na ovim analiziranim parlamentarnim izborima. U tekstu se navodi „*kako će do glasova u II. jedinici u kojoj je opet na osmom mjestu s kojeg u Sabor može jedino preferencijalnim glasovima*“, u što Mrak-Taritaš vjeruje: „*Ovog puta trebat će mi više glasova jer očekujem da će lista dobiti više glasova i mandata. No, nakon ova tri tjedna pretkampanje vjerujem da mogu ponoviti uspjeh s prošlih izbora*“.

Kako je ranije rečeno, u tekstnoj vrsti *intervju*, u komunikacijskoj situaciji, kao pošiljatelj se mogu identificirati i novinar i sugovornik, pa tako valja reći da je autorica ovog analiziranog teksta novinarka Petra Maretić-Žonja te da se prije samog početka glavnog dijela teksta uz njezino ime nalazi i mail adresa [petra.maretic-zonja@vecernji.hr](mailto:petra.maretic-zonja@vecernji.hr). Osim toga, komunikacijska namjera ovog analiziranog primjera je da se adresatu predoče određene činjenice o kojima je novinarka Večernjeg lista razgovarala s kandidatkinjom Ankom Mrak-Taritaš, kao što su mogućnost osvajanja mandata putem preferencijalnih glasova, situaciji u II. izbornoj jedinici i tamošnjoj konkurenciji (Ivana Maletić, Zlatko Hasanbegović, Milan Bandić...), zatim o mogućnosti ponovnog ministarskog mandata te spremnosti za postojanje velike koalicije i mišljenju o novom lideru HDZ-a Andreju Plenkoviću. Dakle, ilokucijskom namjerom teksta iskazan je smisao teksta u komunikacijskom procesu, a to je da se adresatu određena činjenica prezentira i dodatno pojašni kroz viđenje sugovornice intervjua.

---

<sup>60</sup> <https://vlada.gov.hr/o-vladi/clanovi-vlade/sazivi-vlada-93/12-vlada-rh/19501> (datum pristupa: 30.07.2022.)

<sup>61</sup> <https://www.sabor.hr/hr/zastupnici/mrak-taritas-anka-8-saziv> (datum pristupa: 30.07.2022.)

S obzirom da se u tekstu pojavljuje više različitih tema o kojima novinarka i sugovornica razgovaraju te je stav i viđenje Anke Mrak-Taritaš o njima različit, tako se u tekstu mogu detektirati i različite tekstne funkcije. Generalno gledajući, dominantna funkcija ovog analiziranog primjera je ona eksplikativna, no po pojedinim tekstnim dijelovima javljaju se i još neke funkcije kao što su informativna, ekspresivna, komisivna ili direktivna.

Kako bi se potvrdila dominantnost eksplikativne funkcije mogu se ovdje navesti i neki primjeri, u kojima dijelove s informativnom funkcijom (iznošenje činjenice, tj. informacije) iznosi uglavnom novinarka, a sugovornica Mrak-Taritaš ih objašnjava:

Č: (novinarsko pitanje): *Ovog puta zbog ulaska HSS-a u lijevu koaliciju morate dobiti i više od osam tisuća glasova.*

O: *Za uspjeh u kampanji osvajanja mandata preferencijalnim glasovima trebate prepoznatljivost na razini cijele izborne jedinice i ocjenu većine građana koji glasaju za vašu listu da baš vi zaslužujete njihovo povjerenje.*

U idućem primjeru Mrak-Taritaš prvo iznosi svoj sud kojeg zatim potkrepljuje činjenicama:

O: (Mrak-Taritaš): *Uvjerena sam da Narodna koalicija ima realne šanse osvojiti sedam mandata jer imamo kvalitetne kandidate koji imaju iskustva u upravljanju zemljom na svim razinama.*

Č: (Mrak-Taritaš): *To su uspješni načelnici općina, gradonačelnici, župan, zatim bivši ministri i saborski zastupnici. Na prošlim izborima za jako malo izmakao nam je šesti mandat, a kada se u jednadžbu doda i HSS, i sedmi mandat postaje realan.*

Zanimljiv je i primjer kombiniranja ekspresivne, informativne i eksplikativne funkcije u sljedećim izdvojenim odlomcima:

*HDZ je izborom g. Plenkovića samo promijenio celofan ili čak možda samo onu mašnu na celofanu, ali sadržaj je ostao isti. G. Plenković pristojan je i elokventan političar i predstavnik jedne pristojne konzervativne opcije kakva je Hrvatskoj potrebna. Sadržaj se dobro vidi i iz sastava kandidata na listama, posebno u II. izbornoj jedinici. Ne možete reći ovo je novi HDZ, ali glasajte za Hasanbegovića ili Brkića.*

ili pak:

*Ne možete reći ovo je novi HDZ, ali glasajte za Stevu Culeja koji rasistički vrijeđa zastupnika romske nacionalne manjine Veljka Kajtazija. Ne možete reći ovo je novi HDZ i imati lokalnog stranačkog čelnika koji fizički napada kandidata Mosta. Ako je to novi HDZ, loše nam se piše.*

Pojavljaju se tako u analiziranom intervjuu i dijelovi teksta s komisivnom funkcijom, kojom je iskazano da se Mrak-Taritaš obvezuje učiniti sljedeće:

*Pobijedite li i postanete ministrica, što ćete raditi u mandatu?*

*Nastaviti gdje sam stala. Potrebno je pokrenuti legalizaciju komunalne infrastrukture. (...) Potrebno je napraviti stabilnu politiku kojom\* bi se reguliralo sivo tržište najma stanova, a odmah treba donijeti strategiju prostornog razvoja koja je već izrađena, a zatim državni prostorni plan. Moramo nastaviti energetske učinkovitost u zgradarstvu i povući što više novca iz EU za tu namjenu. (...) Peto je možda i najvažnije, a to je napokon objediniti katastar i gruntovnicu.*

Sve iskazano Mrak-Taritaš obvezuje se učiniti ukoliko opet postane ministrica graditeljstva, a vidljivo je da tu obvezu ne izražava u prvom licu jednine, već koristi kolektivni „mi“ ili bezlični oblik glagola „potrebno je“.

Ako je riječ o dijelovima teksta koji pokazuju dominantnu ekspresivnu funkciju, može se reći da njihova ilokucijska namjera izražava stav pošiljatelja prema nekome ili nečemu, pa tako u idućem primjeru Anka Mrak-Taritaš kritizira svoje oponente na izbornim listama u II. izornoj jedinici:

*Gospođu Maletić prepoznaje jako malo ljudi u II. jedinici i moram priznati da me iznenadilo to da je HDZ baš nju stavio na prvo mjesto. Što se tiče Hasanbegovića, mislim da politika koju on zastupane prolazi dobro na ovom području. On zastupa neprihvatljive stavove koji dijele hrvatsko društvo i zemlju vraćaju u prošlost.*

*Svim građanima Hrvatske koji gledaju u Zagreb kao uzor mogu poručiti da od Bandića mogu očekivati samo hrpu nepotrebnih fontana i prirez od 18%. Osim toga nedavno sam najavila da ćemo u Zagrebu inicirati otvaranje muzeja neispunjenih obećanja g. Bandića za koji bi nam trebala dvorana veličine Doma sportova.*

Analizom grafičkog oblikovanja teksta mogu se primijetiti neki zajednički elementi u svim intervjuima preuzetim iz Večernjeg lista. Analizirani primjer sastoji se od tekstualnog i

slikovnog dijela. Ono što se odmah uočava je specifični oblik tekstne vrste *intervju* u kojem su novinarska pitanja u glavnom dijelu teksta istaknuta masnim slovima, a iza svakog pitanja slijedi odgovor sugovornice. Za razliku od Novog lista gdje intervju uglavnom zauzima cijelu stranicu tiskanog izdanja novina, u Večernjem listu osim intervju, na stranici se nalazi još nekoliko kraćih tekstova, uglavnom vijesti i izjava. Intervju naravno zauzima prostorno najveći dio stranice i ima i najveći slikovni element i naslov ispisan većim fontom, što odmah privlači pogled adresata upravo na taj tekst. Ovaj prototipični primjer tekstne vrste *intervju* ima nadnaslov, glavni naslov, slikovni element, podnaslov, informacije o autoru te kratki sažetak s istaknutom jednom od ideja teksta.

U nadnaslovu, tj. prije samog sadržaja nadnaslova nalazi se naslov tekstne vrste te velikim tiskanim slovima stoji ispisana riječ *INTERVJU*. U istom retku nadnaslova zatim je ime sugovornice, a u nastavku i njezin opis, tj. funkcija. U analiziranom primjeru stoji:

*Anka Mrak-Taritaš, kandidatkinja Narodne koalicije*

U nekim od ostalih primjera tekstne vrste *intervju* preuzetih iz Večernjeg lista nalazi se npr.:

*Predsjednik Zajednice županije i HDZ-ov šibensko-kninski župan Goran Pauk (18. kolovoza 2016., str. 8),*

*Bivši i kandidat za novog **ministra financija** govori o financijskim i poreznim reformama koje će provesti ako SDP dođe na vlast /Boris Lalovac, op.a./ (21. kolovoza 2016., str. 12-13) ili*

*Sada ćemo biti puno oprezniji i tražit ćemo jamstva i jasne rokove da će se program koji zagovaramo doista i realizirati (Nikola Grmoja, op.a.) (3. rujna 2016., str. 8-9).*

Glavni je naslov napisan masno otisnutim slovima i otisnut je najvećim fontom i time istaknut od ostatka teksta. Naslov analiziranog teksta napisan je u dva retka i glasi:

*Birači, od Bandića možete očekivati samo hrpu fontana*

Radi se o ponešto izmijenjenom dijelu rečenice koju je Mrak-Taritaš izgovorila kada je upitana o mišljenju vezanom za gradonačelnika Zagreba Milana Bandića koristi li on svoju funkciju i troši li zagrebački novac za kampanju, a odgovor je bio:

*Svim građanima Hrvatske koji gledaju u Zagreb kao uzor mogu poručiti da od Bandića mogu očekivati samo hrpu nepotrebnih fontana i prirez od 18%.*

U naslovu je dodana riječ „birači“, koja služi kako bi se privukla pažnja adresata kojeg se na taj način izravno doziva i nakon toga slijede riječi u kojima se javlja direktno obraćanje njima. U ostalim primjerima tekstne vrste *intervju* naslovi koji su vezani za ranije napisane nadnaslove su kako slijedi:

(Goran Pauk, op.a.): *Ne volim kad nas se svrstava u rigidne, neurbane tipove*

*Boris Lalovac Poreze na plaće još ćemo rezati da građanima više ostane, a ekonomija raste*

(Nikola Grmoja, op.a.): *Most će biti u Vladi, no prekrše li se obećanja, opet ćemo na izbore*

Analizirani tekst sastoji se i od podnaslova, koji grafički nije izdvojen iz sheme glavnog dijela teksta, već je napisan u njegovu prvom stupcu. Jedina je razlika od ostatka teksta ta da je napisan masno otisnutim slovima i nije poravnat po marginama. U ovom podnaslovu daje se ukratko pregled jednog dijela intervjua vezan za uspjeh na predstojećim izborima:

*HNS-ovka vjeruje da će Narodna koalicija ovaj put dobiti koji mandat više u njezinoj jedinici, ali i odnijeti pobjedu na razini Hrvatske*

Nakon podnaslova intervjua u Večernjem listu slijede informacije o novinaru koji je proveo intervju, i to na način da su ime i prezime navedeni masno otisnutim slovima, a u iduća dva retka nalaze se mail adresa i grad gdje je tekst napisan, a koji je napisan velikim tiskanim slovima. Sve je napisano bez proreda. U analiziranom tekstu nalaze se tako sljedeće informacije:

*Petra Maretić-Žonja*

*petra.maretic-zonja@vecernji.net*

*ZAGREB*

Autori ostalih ranije spomenutih tekstova su redom: Tea Romić, Ratko Bošković i Slavica Vuković.

Nakon informacija o novinaru koji je vodio intervju slijedi jedna specifičnost koja se javlja u opširnijim tekstovima Večernjeg lista, a to je kratki sažetak teksta koji se može shvatiti i kao uvodni dio koji prethodi samom intervjuu. Taj dio grafički je također smješten u šprancu glavnog dijela teksta, a u ovom prototipičnom tekstu on glasi:

*Vjeruje li u izborni uspjeh, ali i kako će do glasova u II. jedinici u kojoj je opet na osmom mjestu s kojeg u Sabor može jedino preferencijalnim glasovima, razgovarali smo s HNS-ovom Ankom Mrak-Taritaš.*

Isto tako, još jedan od primjera sažetka teksta preuzet je iz intervjua Ive Puljić-Šego s Milijanom Brkićem koji je objavljen 27. kolovoza 2016. godine na str. 8, a on pak glasi:

*Milijan Brkić, zamjenik šefa HDZ-a, na izborima se bori za preferencijalni glas, u intervjuu govori o svojoj kampanji, ali i HDZ-ovu suparniku SDP-u.*

ili primjer preuzet iz intervjua s Goranom Paukom od 18. kolovoza 2016., sa str. 8:

*Zajednica županija nastavlja svoju borbu protiv ideje koja se svako malo pojavi u javnom prostoru, ali za koju se zalaže i Most – smanjenja broja županija ili čak osnivanja regija.*

*S predsjednikom Zajednice županija i HDZ-ovim šibensko-kninskim županom Goranom Paukom razgovarali smo o županijama, promjeni vodstva u njegovoj stranci te prijevremenim izborima.*

Analizom glavnog dijela teksta prvo se uočava upravo specifičnost tekstne vrste *intervju*, a to je da je tekst prikazan u obliku pitanja i odgovora. Grafički je središnji dio teksta podijeljen u četiri stupca. Novinarska pitanja masno su otisnuta, a u analiziranom tekstu novinarka je Anki Mrak-Taritaš postavila osam pitanja koja se odnose na broj glasova i očekivanih mandata, o protukandidatima u II. izbornoj jedinici, planovima ako opet postane ministrica te mogućnosti formiranja velike koalicije. Intervjui u Večernjem listu nemaju istaknutih međunaslova u svom glavnom dijelu, međutim postoji jedan istaknuti dio s rečenicom koju je Mrak-Taritaš u intervjuu izrekla. Ta se rečenica odnosi na komentar sugovornice vezan za stanje u HDZ-u i protukandidate iz redova HDZ-a u II. izbornoj jedinici i glasi:

*Iz HDZ-ove liste za II. izbornu jedinicu jasno se vidi da se u HDZ-u ipak nije puno toga promijenilo*

Ova izdvojena rečenica koja se nalazi u trećem stupcu glavnog dijela teksta ima nešto veći font od ostatka teksta. Iznad te rečenice se nalazi mala fotografija Zlatka Hasanbegovića, kandidata HDZ-a u II. izbornoj jedinici kojeg Mrak-Taritaš tijekom intervjua proziva da „zastupa neprihvatljive stavove koji dijele hrvatsko društvo i zemlju vraćaju u prošlost“. Taj

mali slikovni dio u kružiću crvene pozadine prikazuje crno-bijeli Hasanbegovićev portret, a upravo okrugli oblik i crvena pozadina privlače pažnju adresata na taj dio teksta, čime on automatski čita i istaknutu rečenicu koja se tu nalazi.

Glavni slikovni element nalazi se na samom početku teksta, i to odmah ispod glavnog naslova te zauzima tri stupca glavnog dijela teksta. Prikazuje portret nasmijane Anke Mrak-Taritaš, a u pozadini, iako je mutna, se djelomično vidi logo stranke HNS na narančastoj podlozi. Na samom kraju analiziranog teksta, u krajnje desnom donjem kutu, tipično za sve tekstove objavljene u Večernjem listu, nalazi se crna točka koja obilježava kraj tog teksta.

Kako je ranije navedeno i za analizirani intervju objavljen u Novom listu, i ovaj primjer tekstne vrste *intervju* iz Večernjeg lista ima više tema, upravo zbog specifičnosti samog oblika i izvedbe te tekstne vrste gdje novinar kroz više pitanja nastoji obuhvatiti što veći raspon tema. U ovom analiziranom primjeru tako se novinarka i Mrak-Taritaš dotiču sljedećih tema:

osvajanje mandata preferencijalnim glasovima – očekivani broj mandata Narodne koalicije – HDZ-ovi protukandidati u II. izbornoj jedinici – Ivana Maletić – neprihvatljiva politika Zlatka Hasanbegovića – osuda Bandićevog korištenja zagrebačkog novca za financiranje parlamentarne kampanje – zadaci ukoliko opet postane ministrica (legalizacija, privlačenje sredstava iz fondova EU, regulacija tržišta najma stanova, strategija prostornog razvoja i državni prostorni plan, energetska učinkovitost zgrada, objedinjavanje gruntovnice i katastra) – Matija Posavec kao mogući budući ministar – mogućnost formiranja velike koalicije – novi predsjednik HDZ-a Andrej Plenković i „novi“ HDZ.

Kako navode Brinker i dr. (2014: 54-60), teme mogu biti hijerarhijski rangirane, a iz ovog se primjera zaključuje da se radi o većem broju tema koje su raspoređene principom slijeda te da se svaka od njih spominje u određenom trenutku i nema ispreplitanja tema. Zbog podjele na komponente i opisa i objašnjenja raznih situacija koje Mrak-Taritaš upotrebljava, u ovom primjeru tekstne vrste *intervju* može se govoriti o deskriptivnom razvoju teme koji je, kao u ovom slučaju, usko povezan i s eksplikativnim razvojem teme (usp. Brinker i dr. 2014: 52-73).

Prelaskom na analizu jezično-stilističke razine valja prvo spomenuti ključne leksičke elemente koji analizirani tekst također svrstavaju u ovaj korpus, a to je politički leksik.



Pronalaze se u tekstu tako riječi i sintagme poput: *kandidatkinja Narodne koalicije, birači, HNS-ovka, dobiti mandat više, izborna jedinica, odnijeti pobjedu na razini Hrvatske, vjerovati u izborni uspjeh, glasovi u II. jedinici, 8. mjesto na listi, preferencijalni glasovi, ulazak HSS-a u lijevu koaliciju, dobiti glasove, uspjeh u kampanji, osvajanje mandata preferencijalnim glasovima, cijela izborna jedinica, glasati za listu, zaslužiti povjerenje građana, prošli izbori, lista će dobiti više glasova i mandata, pretkampanja, ponoviti uspjeh s prošlih izbora, očekivati mandate, imati realne šanse osvojiti mandat(e), kvalitetni kandidati, upravljanje zemljom na svim razinama, načelnici općina, gradonačelnici, župan, bivši ministri, saborski zastupnici, nekome je izmaknuo mandat, staviti na prvo mjesto na listi, zastupati politiku, zastupati (neprihvatljive) stavove, birači druge izborne jedinice, trošiti novac u svrhu kampanje, mandat, proračun, financiranje kampanje za parlamentarne izbore, ovlasti gradonačelnika, netransparentno korištenje gradskog proračuna, transparentnost u upravljanju gradom, najuspješnija ministrica, mandat, napraviti stabilnu politiku, ostati bez funkcije, razmišljati o foteljama, biti fokusiran(a) na kampanju, ostvariti pobjedu u 2. jedinici, velika koalicija, pobjeda Narodne koalicije, izbori (ne)će rezultirati (velikom) koalicijom, postizborni pregovori, tripartitna Vlada, ići u oporbu, ostvariti najveći uspjeh na izborima, dati premijera, voditi zemlju, predstavnik konzervativne opcije, sastav kandidata na listama, zastupnik (romske) nacionalne manjine ili lokalni stranački čelnik.*

Zanimljivo je istaknuti da u analiziranom tekstu postoji i resorni rječnik, a to je onaj graditeljski/ građevinarski, s obzirom da je Anka Mrak-Taritaš u Milanovićevoj Vladi bila Ministrica graditeljstva i prostornog uređenja te se novinarka nešto podrobnije dotiče i takvih pitanja. U intervjuu je Mrak-Taritaš odgovorila na pitanje što će raditi u novom mandatu ukoliko njezina koalicija pobijedi na izborima i ona postane ministrica, pa se stoga u tekstu mogu pronaći riječi i sintagme poput: *pokrenuti legalizaciju komunalne infrastrukture, ceste, željeznice, molovi, vodovod, kanalizacija, (ne) biti legaliziran, sredstva iz fondova EU za projekte obnove infrastrukture, napraviti stabilnu politiku, regulirati sivo tržište najma stanova, donijeti strategiju, strategija prostornog razvoja, izraditi strategiju, državni prostorni plan, nastaviti energetska učinkovitost u zgradarstvu, povući novac iz EU, zelena gradnja, objediniti katastar i gruntovnicu, usklađenje podataka i provoditi postupak.*

Kao i u analiziranom primjeru intervjua iz Novog lista s Milanom Bandićem, i u ovom se tekstu mogu pronaći primjeri u kojima Anka Mrak-Taritaš neke činjenice komentira pozitivno, a neke negativno te je zanimljivo istaknuti ih u ovom radu. Mrak-Taritaš pozitivno

komentira svoju poziciju i vjerojatnost pobjede na izborima te ističe svoje prednosti, ali na vrlo odmjeran način, stilski primjereno:

*Za uspjeh u kampanji osvajanja mandata preferencijalnim glasovima trebate prepoznatljivost na razini cijele izborne jedinice i ocjenu većine građana koji glasaju za vašu listu da baš vi zaslužujete njihovo povjerenje.*

*No, nakon ova tri tjedna pretkampanje vjerujem da mogu ponoviti uspjeh s prošlih izbora.*

*Uvjeren sam da Narodna koalicija ima realne šanse osvojiti sedam mandata jer imamo kvalitetne kandidate koji imaju iskustva u upravljanju zemljom na svim razinama.*

*Drugom izbornu jedinicu jako dobro poznajem, znam kako ljudi ovdje razmišljaju i koji ih problemi muče.*

*Ovdje su ljudi pristojni i tolerantni prema drugima i drukčijima.*

*U potpunosti sam fokusirana na kampanju i na cilj da lista Narodne koalicije ostvari pobjedu u 2. jedinici i Hrvatskoj. Povjerenje se teško dobiva, a lako gubi, zato se ne opterećujem takvim nagađanjima.*

*Mislim da idemo prema pobjedi Narodne koalicije.*

Isto tako, kada izražava negativno mišljenje i loše strane protukandidata i suprotnih političkih opcija, čini to ne koristeći pogrdne nazive, već je također vrlo odmjerena:

*Gospođu Maletić prepoznaje jako malo ljudi u II. jedinici i moram priznati da me iznenadilo to da je HDZ baš nju stavio na prvo mjesto.*

*Što se tiče Hasanbegovića, mislim da politika koju on zastupa ne prolazi dobro na ovom području. On zastupa neprihvatljive stavove koji dijele hrvatsko društvo i zemlju vraćaju u prošlost.*

*G. Bandić cijeli svoj mandat i proračun Grada Zagreba koristi za financiranje svoje kampanje za parlamentarne izbore. To nije posao niti su to ovlasti gradonačelnika Zagreba.*

*HDZ je izborom g. Plenkovića samo promijenio celofan ili čak možda samo onu mašnu na celofanu, ali sadržaj je ostao isti.*

*Ne možete reći ovo je novi HDZ, ali glasajte za Hasanbegovića ili Brkića. Ne možete reći ovo je novi HDZ, ali glasajte za Stevu Culeja koji rasistički vrijeđa zastupnika romske nacionalne manjine Veljka Kajtazija, Ne možete reći ovo je novi HDZ i imati lokalnog stranačkog čelnika koji fizički napada kandidata Mosta. Ako je to novi HDZ, loše nam se piše.*

U daljnjoj analizi vrijedi istaknuti i još nekoliko elemenata. Pritom je zanimljiva rečenica kojom Mrak-Taritaš odgovara na pitanje novinarke koje glasi:

*Govori se i da vaš kolega Matija Posavec želi biti ministar te da biste vi mogli ostati bez funkcije.*

a njezin je odgovor:

*Ne razmišljam previše o foteljama jer bi to bilo postavljanje ražnja dok je zec još u šumi.*

Prvo se valja osvrnuti na riječ *fotelja*, čije preneseno značenje visokog položaja, uglavnom u politici ili upravi, adresatu ovog intervjua postaje jasno iz konteksta, preciznije iz novinarskog pitanja gdje je jasno da se *fotelja* odnosi na ministarsku poziciju, tj. funkciju. Radi se o vrsti implicitnog nadovezivanja u kojem se preneseno značenje otkriva iako nema izravne reference, no adresat zahvaljujući svom općem znanju i kulturalnim elementima razumije bliskost tih pojmova u zajedničkoj referenci (usp. Brinker i dr. 2014: 36-38).

Nadalje, javlja se u istaknutoj rečenici Anke Mrak-Taritaš i frazem *postavljanje ražnja dok je zec još u šumi* kojim sugovornica želi na slikovit način istaknuti da ne treba još uvijek razgovarati o onome što nije sigurno i što je daleko od ostvarenja te ne želi prejudicirati da će Narodna koalicija odnijeti pobjedu na izborima te da će ona (ili kolega Posavec) postati ministrica (odnosno ministar) graditeljstva.

Upitana pak o mišljenju vezanom za Andreja Plenkovića, Mrak-Taritaš je odgovorila:

*HDZ je izborom g. Plenkovića samo promijenio celofan ili čak možda samo onu mašnu na celofanu, ali sadržaj je ostao isti.*

Netipičan je njezin odabir metafore o promjeni celofana, tj. mašne na celofanu kako bi ukazala na činjenicu da se izvana svatko može promijeniti i prezentirati u puno boljem svijetlu od onoga što zaista je iznutra.

Ističe se u ovom analiziranom primjeru i nekoliko metafora vezanih za sport, u kojima je POLITIKA SPORTSKO NATJECANJE, kao što su npr.:

*HNS-ovka vjeruje da će Narodna koalicija ovaj put **dobiti** koji **mandat više** u njezinoj jedinici, ali i **odnijeti pobjedu** na razini Hrvatske.*

*Za uspjeh u kampanji **osvajanja mandata** preferencijalnim glasovima trebate prepoznatljivost (...)*

*Uvjeren sam da Narodna koalicija ima realne šanse **osvojiti** sedam mandata (...)*

*Na prošlim izborima za jako malo **izmakao** nam je šesti mandat (...)*

*... i moram priznati da me baš iznenadilo to da je HDZ baš nju **stavio na prvo mjesto**.*

*U potpunosti sam fokusirana na kampanju i na cilj da lista Narodne koalicije **ostvari pobjedu** u 2. jedinici i Hrvatskoj.*

*Povjerenje se teško **dobiva**, a lako **gubi**, zato se ne opterećujem takvim nagađanjima.*

*Mislim da idemo prema **pobjedi** Narodne koalicije i ne mislim da će ovi izbori **rezultirati** velikom koalicijom.*

U nekim od ostalih primjera tekstne vrste *intervju* iz Večernjeg lista mogu se također izdvojiti sportske metafore, npr. iz intervjua s Milijanom Brkićem (27. kolovoza 2016., str. 8):

*U drugoj izbornoj ćete se za glasove **natjecati** s Milanom Bandićem, procjene su da pucate na slično biračko tijelo, ali i da vam je **konkurencija** Zlatko Hasanbegović.*

*Mi nismo **konkurencija**, nego **momčad**.*

Nešto veći broj tekstne vrste *intervju* prisutan je u Večernjem listu nego u Novom listu, i to zahvaljujući i jednom specifičnom formatu intervjua, u kojem Večernji list daje priliku većem broju kandidata da izraze svoj stav. Naime, jedna stranica tiskanog izdanja Večernjeg lista podijeljena je okomito po pola i u svakoj polovici tiskan je kratki intervju s određenom osobom kojoj je postavljeno od četiri do deset pitanja. Neki od tako izloženih intervjua mogu se pronaći u broju od 1. rujna 2016. ili 6. rujna 2016. godine. U ovom potonjem broju, na str. 6, na lijevoj polovici stranice je intervju u kojem „*nositelj liste Mosta u devetoj izbornoj jedinici i najaktivniji zastupnik s 235 javljanja u posljednjem sazivu Miro Bulj*“ iznosi teme o kojima je govorio u Saboru te o mogućnosti postizbornog koaliranja, dok se u desnoj

polovici stranice javlja tekst u kojem „SDP-ovac i kandidat Narodne koalicije na sedmom mjestu liste u šestoj izbornoj jedinici Bojan Glavašević“ govori o situaciji u 6. izbornoj jedinici te mogućnosti da postane ministar kulture.

Osvrtom na dva analizirana prototipična primjera, ali i ostale spomenute primjere tekstne vrste *intervju* preuzete iz Novog lista i Večernjeg lista vidljivo je gotovo jednako grafičko oblikovanje tekstova. S obzirom da je tekstna vrsta *intervju* specifična zbog svoje forme pitanja i odgovora, bilo je za očekivati da će obje novine imati istaknuta novinarska pitanja (otisnuta masnim slovima), dok su odgovori sugovornika otisnuti na standardan način. Ime osobe s kojom je novinar vodio intervju uglavnom je navedeno već u nadnaslovu, a u naslovu se ističe glavna misao intervjuja koju je novinar istaknuo. Svaki intervju sadrži i slikovni element koji prikazuje osobu koja je razgovarala s novinarom.

Analizom ilokucijske strukture teksta u oba prototipična teksta vidljivo je da je dominantna eksplikativna funkcija, međutim prisutne su uz nju i informativna, direktivna i ekspresivna tekstna funkcija u pojedinim tekstnim dijelovima.

U oba detaljnije analizirana primjera tekstne vrste *intervju* iz obaju dnevnih novina, ali i iz svih ostalih intervjuja koji su dio korpusa ovog rada vidljiv je cilj svakog od intervjuiranih kandidata (ili osoba više ili manje involviranih u ovu predizbornu kampanju), a to je uvjeriti adresata u svoje pozitivne karakteristike i moguće doprinose boljitku i napretku Hrvatske te istovremeno svoje protukandidate prikazati kao neprikladne, nesposobne i/li korumpirane političare koji već jesu ili će naštetiti državi. Prema Schönbachu (2019), tri su tehnike uvjeravanja koje mogu utjecati na osobu koju je potrebno uvjeriti:

1. argumentima uljepšati ili ocrniti mogućnosti koje se nude za odabir,
2. razabrati što na koga može utjecati i prema tome djelovati (npr. društvene vrijednosti, dosljednost, prilagođavanje ponašanju drugih)
3. vjerodostojnost obećanja (ili prijetnje) u nekom argumentu korištenjem (statističkih) dokaza ili informacija dobivenih od stručnjaka.

Kako je ranije već rečeno, s obzirom na korpus ovoga rada kojeg sačinjavaju samo pisani tekstovi objavljeni u tiskanim izdanjima dnevnih novina, kontakt i dvosmjerna komunikacija između političara i građana su onemogućeni. Stoga je tekstna vrsta *intervju* u konačnici jedini način da se političar izravno obrati adresatima (u ovom slučaju građanima, tj. potencijalnim biračima) u pisanom tiskanom mediju – u javnim glasilima, te da njegove

riječi ne budu prenesene od strane novinara koji pritom ima mogućnost iznošenja svog suda, mišljenja ili stava prema sadržaju političareva iskaza.

#### 5.4. Tekstna vrsta *analiza*

Sljedeća tekstna vrsta koja će se analizirati je tekstna vrsta *analiza* koja je također brojčano vrlo zastupljena u korpusu ovog rada. U tekstnoj vrsti *analiza*, kako i sam naziv kaže, analiziraju se uzroci i/ili moguće posljedice određenih događaja, činjenica ili informacija koje novinar u tekstu iznosi i zatim ih objašnjava ističući ključne elemente. Uvidom u korpus ovog rada može se ustanoviti da on broji 88 primjera tekstne vrste *analiza* koji se bave predizbornom kampanjom 2016. godine. Što se tiče njihove raspodjele po dnevnim novinama, Novi list broji 39 jedinica tekstne vrste *analiza*, dok ih u Večernjem listu ima 49. Njihova klasifikacija u funkcionalne tekstne tipove vidljiva je u Tablici 7.

	Novi list	Večernji list
asertiv – informativ	2 (5,13%)	2 (4,08%)
asertiv – eksplikativ	35 (89,73%)	44 (89,8%)
asertiv – animativ	0	1 (2,04%)
asertiv – orijentativ	1 (2,57%)	0
direktiv	0	1 (2,04%)
komisiv	1 (2,57%)	0
ekspresiv	0	1 (2,04%)
Ukupno:	39	49

**Tablica 7: Klasifikacija tekstne vrste *analiza* u funkcionalne tekstne tipove**

**Izvor: izrada autorice**

Klasificirajući tekstne vrste s obzirom na njihovu funkciju Ivanetić ne spominje tekstnu vrstu *analiza* niti u jednoj od skupina, no navodi (2003: 66) da „broj tekstnih vrsta u načelu nije konačan i to ne samo stoga što s promijenjenim komunikacijskim potrebama nastaju nove i nestaju stare tekstne vrste, nego i zbog varijantnosti i kombinacije obrazaca različitih vrsta“, te je stoga „sustav tekstnih vrsta podložan promjenama“. Analizirajući korpus ovog rada, a i s obzirom na postojeću podjelu tekstnih vrsta na funkcionalne tekstne tipove, može se ustvrditi da se tekstna vrsta *analiza* može klasificirati kao asertiv jer u njoj prevladavaju govorni činovi tvrdnji i objašnjenja te su najčešće realizirani izjavnim rečenicama. Tekstna vrsta *analiza* može se smatrati kombinacijom informativa i eksplikativa, iako je najčešće

upravo eksplikativna funkcija dominantna funkcija. Razlog tome je što je ilokucijska namjera eksplikativa iskazati stanje stvari, oni govore kakva je propozicija, a cilj im je da se adresatu predoči stanje stvari. Kao što je ranije vidljivo iz Tablice 7, gotovo 90 posto svih primjera tekstne vrste *analiza* u ovom korpusu svrstano je upravo u tekstni podtip eksplikativa, iako se mora još jednom napomenuti da se radi o dominantnoj funkciji određenog teksta, ali da je uz dominantnu funkciju gotovo uvijek prisutna još barem jedna funkcija (u primjerima tekstne vrste *analiza* to je najčešće informativna funkcija). Unatoč tome, mogu se u korpusu pronaći i četiri primjera dominantno informativa, te po jedan animativ, orijentativ, direktiv, komisiv i ekspresiv. S obzirom na njihov broj u ovom korpusu, kao prototipični primjeri uzet će se po jedna analiza iz Novog lista i iz Večernjeg lista čija je dominantna tekstna funkcija ona eksplikativna. Razlozi zbog kojih je tekstna vrsta *analiza* uglavnom klasificirana kao asertiv i to podskupine eksplikativ su sljedeći (usp. Hoffmann 1988; Jurin 2010; 2011; 2013):

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kako stvari stoje, odnosno kakva je propozicija te ju interpretira,
2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje stvari i potakne ga se da na temelju iznesenih informacija i činjenica zauzme stav,
3. osnovni komunikacijski proces je objasniti stanje stvari i objektivno iznijeti činjenice,
4. komunikacijska situacija podrazumijeva objektivno iznošenje činjenica na temelju kojeg adresat formira svoj stav,
5. predmet komunikacije je analiza teksta u kojem se iznose informacije i činjenice vezane za neki događaj u predizbornoj kampanji.

Kako je ranije navedeno, detaljnije će se analizirati prototipični primjeri tekstne vrste *analiza* koji se prema funkcionalnim karakteristikama, mikro i makro strukturom mogu klasificirati kao eksplikativi. Iz Novog lista analizirat će se tekst objavljen 24. kolovoza 2016. godine na str. 7 s naslovom:

*Opačić, Stier, Sinčić i Katalinić u borbi od Jaruna do Bakra*

Uz odabrani primjer može se navesti još nekoliko primjera tekstne vrste analiza koji će se dodatno koristiti kako bi se dali dodatni primjeri ili pojasnile neke značajke. Radi se o sljedećim tekstovima:

*Most vs. HDZ – Zaustavljen Plan gospodarenja otpadom, upitno 475 milijuna kuna* (19. kolovoza 2016., str. 8),

*Tvrđava ljevice i Radimira Čačića* (20. kolovoza 2016., str. 6–7),

*Bagić: Pregovori s Mostom bit će mučniji i dugotrajniji nego lani* (5. rujna 2016., str. 2–3).

Iz Večernjeg lista isto tako izdvojeni su sljedeći primjeri tekstne vrste *analiza*:

*Socijalna mirovina za 20.000 ljudi koji nisu dovoljno radili* (25. kolovoza 2016., str. 4–5),

*Najjači tim Milanovića i Plenkovića* (28. kolovoza 2016., str. 10–12),

*Mostovi zahtjevi – rezultat nervoze ili traženje jamstva* (1. rujna 2016., str. 6–7) ili

*Istra i Zagorje SDP-u, Slavonija HDZ-u, Zid raste* (6. rujna 2016., str. 4–5).

#### 5.4.1. Novi list

Kao što je ranije rečeno, prototipični primjer preuzet iz Novog lista za analizu je tekst Zlatka Crnčeca *Opačić, Stier, Sinčić i Katalinić u borbi od Jaruna do Bakra* koji je objavljen 24. kolovoza 2016. godine na str. 7. Navedeni tekst svrstan je zbog svoje ilokucijske namjere u funkcionalni tekstni tip asertiva i to potkategorije eksplikativa iz ovih razloga:

1. pošiljatelj adresatu iskazuje kako stvari stoje, odnosno kakvo je stanje na izbornim listama u sedmoj izbornoj jedinici i tko su najistaknutiji predstavnici pojedine političke opcije kako bi adresat dobio uvid za koga može glasati, no za neke od kandidata novinar iznosi dodatna objašnjenja,
2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje stvari, točnije da mu se predstave izborne liste i kandidati, ali i da se kroz dodatna objašnjenja za neke od kandidata potakne adresata da zauzme stav o kandidatima,
3. osnovni komunikacijski proces je objasniti stanje na izbornim listama u sedmoj izbornoj jedinici i objektivno iznijeti te informacije, ali i reći dodatne informacije samo o nekim kandidatima,
4. komunikacijska situacija podrazumijeva objektivno iznošenje činjenica vezanih za stanje na izbornim listama u sedmoj izbornoj jedinici na temelju kojeg adresat formira svoj stav (i eventualno glas na izborima).



5. predmet komunikacije je analiza teksta u kojem se iznose informacije i činjenice vezane za stanje na izbornim listama u sedmoj izbornoj jedinici.

Pragmatički kontekst ovog analiziranog teksta povezan je s izbornim listama i, očekivano, izbornim jedinicama, stoga valja ukratko opisati kako su organizirane izborne jedinice u Republici Hrvatskoj i kako se temeljem toga raspoređuju glasovi. Kako navode Žugaj i Šterc (2016: 9), od 1999. godine u Zakonu o izbornim jedinicama za izbor zastupnika u Zastupnički dom Hrvatskog državnog sabora „hrvatski izborni sustav dizajniran je kao razmjerni izborni sustav s deset jednakih izbornih jedinica po 14 mandata, u kojem birači glasaju za jednu od predloženih otvorenih lista, u kojima je omogućen jedan preferencijalni glas, a dobiveni glasovi za stranačke liste preračunavaju se u mandate.“ Osim toga, postoje još dvije izborne jedinice, jedna za Hrvate s prebivalištem izvan Republike Hrvatske i jedna za pripadnike nacionalnih manjina koji žive na području Republike Hrvatske. Nadalje, autori navode da se granice izbornih jedinica od donošenja zakona nisu mijenjale i samim time više nisu usklađene s promjenama u broju stanovnika na određenom području, što dovodi do neujednačenog broja birača s brojem biranih zastupnika, a razlike se povećavaju. Uza sve navedeno „pri određivanju izbornih jedinica, osim demografskih, nisu poštovana ni administrativno-teritorijalna obilježja prostora Republike Hrvatske“ (Žugaj i Šterc 2016: 10), te upravo iz potonjeg razloga postaje razumljiv naslov kojeg novinar Novog lista odabire za opis sedme izborne jedinice u kojem se neki od kandidata bore za ulazak u Sabor „od Jaruna do Bakra“, odnosno od jednog dijela Grada Zagreba do zaleđa Rijeke, a slična „prekrajanja“ županija javljaju se i u svim ostalim izbornim jedinicama.

S obzirom da su birači za parlamentarne izbore u Republici Hrvatskoj podijeljeni u 12 izbornih jedinica u kojima glasaju, Novi list se tome prilagodio te je u svakom broju, počevši s izdanjem od 18. kolovoza, objavio analizu jedne izborne jedinice dnevno, s time da su 11. i 12. izborna jedinica analizirane u istom članku, i to u tekstu od 29. kolovoza 2016. na str. 6 naslovljenom

*Oštra borba manjinaca: u dijaspori HDZ-u računicu može pomutiti Glasnović*

Autor ovog analiziranog teksta, kao i analize 11. i 12. izborne jedinice je novinar Zlatko Crnčec, čije se ime nalazi u samom tekstu, i to nakon podnaslova i prije početka glavnog dijela teksta. Osim ovog teksta, analizu kandidata napravio je i za 1., 3., 6. i 7. izbornu

jedinicu, a ostale tekstove napisali su Dražen Ciglenečki (2., 4., 5., 9. i 10. izborna jedinica) i Tihana Tomičić (8. izborna jedinica).

Komunikacijska namjera pošiljatelja je da ovim tekstom adresatu predstavi neke od istaknutijih kandidata na izbornim listama u sedmoj izornoj jedinici, a usto novinar dodatno objašnjava poziciju pojedinih kandidata, odnosno daje uvid u određene prošle događaje, kao što je npr. sukob HDZ-ovca Davora Ive Stiera s bivšim predsjednikom te stranke Tomislavom Karamarkom ili podrška Tomislava Klarića predstavnicima Gorskog kotara na prosvjedu pred Saborom. Takva dodatna pojašnjenja mogu biti motiv adresatu da zauzme stav prema istaknutim kandidatima i sukladno tome, utjecati na njegovo glasovanje za određenog kandidata.

Kao što je već ranije rečeno, analizom ilokucijske strukture političkih tekstova može se zaključiti da uglavnom imaju više izraženih tekstualnih funkcija u istom tekstu te je ponekad teško odrediti kojem bi funkcionalnom tekstom tipu određeni tekst pripadao. Kada je riječ o tekstnoj vrsti *analiza*, uglavnom se isprepliću dvije tekstualne funkcije, eksplikativna i informativna. Oba tipa svrstavaju se u tekstni tip asertiva, koji iskazuju kako stvari stoje, odnosno sadržaj se poklapa sa „stanjem stvari koje u svijetu postoji neovisno o iskazu“ (Searle i Vanderveken 1985: 92). Utvrđeno je tako da se i u ovom analiziranom tekstu iz Novog lista također javljaju eksplikativna i informativna funkcija, s time da je eksplikativna funkcija dominantnija. Može se to i dokazati kroz neke primjere, u kojima se prvo iznosi informacija, tj. činjenica (Č), a potom novinar daje dodatno pojašnjenje (O) u vidu toga što je dovelo do određene situacije, a to zatim ostavlja prostora adresatu da interpretira te činjenice i zauzme stav prema njima, a shodno tome, i odluči hoće li za navedenog kandidata glasati ili ne. Prvi primjer

Č: *Iza nje (Milanke Opačić, op.a.) na listi je predsjednik HSS-a Krešo Beljak*

O: *koji je navodno završio na SDP-ovoj listi u ovoj jedinici i na prošlim parlamentarnim izborima iako je tada HSS bio dio HDZ-ove Domoljubne koalicije. Tadašnji predsjednik stranke Branko Hrg optužio je Beljaka, inače gradonačelnika Samobora, da potajno pregovara sa SDP-om i da želi izaći iz HSS-a kako bi se kandidirao na listi SDP-ove koalicije Hrvatska raste. Prije nekoliko mjeseci Beljak je postao predsjednik HSS-a, a njihove su se uloge promijenile.*

ostavlja adresatu otvorenu mogućnost interpretacije: (1) Krešu Beljaka stranka je podržala u promjeni koalicijskog partnera jer je on aktualni predsjednik HSS-a, koja na izbore izlazi s SDP-om, a ne HDZ-om kao na prethodnim izborima 2015. godine te samim time zaslužuje i podršku, tj. glas građana, ili (2) Krešo Beljak izdao je stranku tajnim pregovorima s SDP-om i željom da izađe iz HSS-a te samim time nije pouzdan čovjek za koga bi trebalo glasati.

Drugi primjer odnosi se na kandidata HDZ-a Davora Ivu Stiera:

Č: *Listu HDZ-a u sedmoj jedinici predvodi europarlamentarac i politički tajnik HDZ-a Davor Ivo Stier.*

O: *On je u ovom trenutku jedan od nekoliko najjačih ljudi HDZ-a, osoba od punog povjerenja novog predsjednika stranke Andreja Plenkovića. Stier je prije četiri godine bio međunarodni tajnik HDZ-a*

O: *ali je vrlo brzo pao u nemilost tadašnjeg predsjednika stranke Tomislava Karamarka. Povod za sukob bilo je*

Č: *glasanje na predsjedništvu stranke kada je Stier jedini glasovao protiv izbacivanja iz stranke nekadašnje predsjednice HDZ-a Jadranke Kosor čiji je bio najbliži suradnik prilikom dovršetka pregovora o članstvu Hrvatske u EU.*

O: *To je glasanje bilo samo povod jer su razlike između Stiera i Karamarka bile puno dublje, ponajviše vezano za politiku koju je stranka tada vodila. Koliko su neslaganja bila duboka govori i činjenica da je vodstvo HDZ-a na izborima za Europski parlament 2014. godine pokušalo onemogućiti Stierov prolaz, i to na način\* da su organizirali skupljanje preferencijalnih glasova za kandidate koji su na listi bili iza njega ne bi li ga preskočili.*

te potom na Damira Jelića:

Č: *Na drugom je mjestu također povratnik u vrh HDZ-a, karlovački gradonačelnik Damir Jelić koji je početkom godine neočekivano ispao iz svih kombinacija za poziciju u vodstvu HDZ-a.*

O: *Koliko je Jelić bio udaljen od Karamarka govori i činjenica da u svibnju nije ni došao na izborni sabor stranke.*

U oba primjera novinar ukazuje na činjenicu da su i Stier i Jelić za vrijeme Karamarkova vođenja HDZ-a bili nepoželjni, a sada su uz novog predsjednika stranke obojica visoko

pozicionirana na listi u sedmoj izbornoj jedinici te se stječe dojam da novinar ovim negativnim napomenama želi birače usmjeriti dalje od ovih HDZ-ovih kandidata. S druge pak strane, prema Tomislavu Klariću perspektiva je pozitivna:

Č: *Na četvrtom je mjestu gradonačelnik Bakra Tomislav Klarić, prvi od dva kandidata iz PGŽ-a. On je od 1. srpnja 2013. pa do jeseni 2015. bio saborski zastupnik HDZ-a*

O: *u kojem je razdoblju posao gradonačelnika obavljao volonterski.*

Č: *U studenom 2014. podržao je prosvjed predstavnika Gorskog kotara pred Saborom koji su prosvjedovali zbog zakonskih izmjena kojima su Gorani ostali bez značajnih sredstava iz državnog proračuna.*

O: *Klarić je tada upozorio da Gorski kotar gubi stanovništvo, te da postoji velika opasnost depopulacije ovog područja.*

Nakon analize ilokucijske strukture tekstne vrste *analiza* slijedi uvid u grafičko oblikovanje teksta. Kako je ranije rečeno, ovaj analizirani primjer nije jedini ovakve vrste koji je objavljen za vrijeme predizborne kampanje 2016. godine jer su na isti način analizirano i preostalih devet izbornih jedinica te se grafičko oblikovanje podudara u svih deset tekstova. Ovi tekstovi zauzimaju jednu cijelu stranicu u tiskanom izdanju Novog lista, osim analize za 1., 2. i 3. izbornu jedinicu za koje je tekst smješten na dvije stranice (dio lijevog i dio desnog lista u novinama), no svojim obimom odgovara svim ostalim tekstovima koji tematiziraju raspodjelu kandidata po izbornim jedinicama.

Sastavni dio svih tekstova je, osim tekstualnog dijela, i onaj slikovni. Prvi, najupečatljiviji slikovni dio je karta Republike Hrvatske. Na njoj je označeno svih deset izbornih jedinica i sve su obojane narančastom bojom, a ona izborna jedinica koja se analizira istaknuta je od ostatka i označena crvenom bojom. U ovaj slikovni element uključen je i naslov slike koji je uokviren gornjom tankom crnom crtom iznad koje je crveni pravokutnik, a ispod naslova je podebljana crna crta. Naslov je napisan crvenim, podebljanim i velikim tiskanim slovima u kojem je naveden broj izborne jedinice, a ispod toga je kosim slovima napisan i broj birača u toj izbornoj jedinici. Tako u analiziranom primjeru stoji:

## **7. IZBORNA JEDINICA**

*392.016 birača*

dok se u ostalim primjerima mogu pronaći primjeri:

2. IZBORNA JEDINICA      380.485 birača,  
 3. IZBORNA JEDINICA      348.082 birača      ili  
 6. IZBORNA JEDINICA      321.179 birača.

Ovakav način prikaza izborne jedinice zasigurno odmah privlači pažnju adresata i zbog samog oblika slikovnog dijela, ali i zbog crvene boje istaknute izborne jedinice koja će se u tekstu i analizirati (usp. Burger 2005). Može se iz izdvojenih primjera i podataka o broju birača potvrditi informacija koja je ranije navedena o nerazmjernom broju birača po izbornim jedinicama, a koji biraju isti broj zastupnika u Sabor (usp. Žugaj i Šterc 2016).

Drugi dio slikovnog elementa odnosi se na prikaz samih kandidata, odnosno na njihove fotografije. Te su fotografije smještene između nadnaslova i glavnog naslova. Zanimljivo je primijetiti koji su kandidati fotografijom istaknuti u pojedinoj izbornoj jedinici i kojoj političkoj opciji pripadaju: u analiziranom primjeru sedme izborne jedinice istaknuti su redom pojavljivanja na fotografijama (uz napomenu da ispod fotografija piše samo ime i prezime kandidata, a da je njihova stranačka pripadnost dodana u zagradi od strane autorice ovog rada):

*Davor Ivo Stier* (HDZ) – *Milanka Opačić* (Narodna koalicija; SDP) – *Ivan Vilibor Sinčić* (Živi zid) – *Josip Katalinić* (Most).

U ostalim primjerima pojavljuju se:

šesta izborna jedinica: *Goran Marić* (HDZ) – *Drago Prgomet* (HDZ) – *Mirando Mrsić* (Narodna koalicija; SDP) – *Bojan Glavašević* (Narodna koalicija; SDP) – *Nikola Grmoja* (Most);

deveta izborna jedinica: *Ranko Ostojić* (Narodna koalicija; SDP) – *Miro Bulj* (Most) – *Branka Juričev-Martinčev* (HDZ) – *Stipe Petrina* (koalicija Nema prodaje)

dok je u drugoj izbornoj jedinici zanimljivo što se prije imena i prezimena kandidata još nalazi i kratak opis, i to kako slijedi:

*Popularan u stanci* – *Zlatko Hasanbegović* (HDZ); *Na repu liste* – *Milijan Brkić* (HDZ); *Drugi na listi Narodne koalicije* – *Stjepan Kožić*,

a u izdvojenom crnom kvadratiću nalazi se fotografija još jedne kandidatkinje, radi se o hrvatskoj sportašici i olimpijki Sandri Perković koja je četvrta na listi Bandić Milan 365. Podnaslov izdvojenog elementa glasi *Zlatnoj Sandri četvrto mjesto*, aludirajući na zlatnu

medalju koju je Perković osvojila 16. kolovoza 2016. godine na Olimpijskim igrama u Rio de Janeiru, što podrazumijeva prvo mjesto, a naslov implicira njezin sportski uspjeh u kontekstu četvrtog mjesta na izornoj listi u drugoj izornoj jedinici.

Zaključuje se da su velike stranke favoriziranije i da se u pojedinim primjerima i više od jednog njihovog kandidata ističe u slikovnom elementu.

Na makrorazini, analizom tekstualnog dijela mogu se izdvojiti uvodni i glavni dio. Uvodni dio analiziranog teksta, kao i većina članaka objavljenih u Novom listu sastoji se od nadnaslova, glavnog naslova i podnaslova. Nadnaslov je napisan bijelim, velikim tiskanim slovima i podijeljen je vizualno u dva dijela, u crvenom pravokutniku stoji naziv izborne jedinice, a u crnom je dano kratko objašnjenje. U ovom primjeru stoji:

*Sedma izborna jedinica      Brojni „teškaši“ na listama za Sabor*

Kako je već ranije opisano, između nadnaslova i glavnog naslova nalazi se slikovni element s najistaknutijim kandidatima sedme izborne jedinice. Glavni je naslov, kao i inače, napisan najvećim fontom i podebljanim slovima te zauzima dva retka. U podnaslovu su napisane dvije rečenice od kojih je prva napisana masno otisnutim slovima, a druga ne, te je podnaslov posvećen kandidatima iz stranke Bandić Milan 365. Podnaslov analiziranog teksta tako glasi:

***Na ulazak u Sabor u sedmoj jedinici računa i koalicija okupljena oko stranke Milana Bandića. Na prvom će mjestu biti nekadašnji ministar gospodarstva u Vladi Ivice Račana Ljubo Jurčić***

Prije početka glavnog dijela teksta u sivom pravokutniku s crvenom donjom crtom napisano je ime novinara koji je napisao članak, kao što je već navedeno, radi se o Zlatku Crnčecu.

Glavni dio teksta podijeljen je u šest stupaca između kojih je umetnut ranije opisan slikovni element karte Republike Hrvatske. Prva riječ koja je napisana je grad Zagreb te je napisana masnim, velikim tiskanim slovima nakon čega slijede dvije crvene strelice koje upućuju na glavni sadržaj teksta koji upravo slijedi. Glavni dio teksta ima tri istaknuta međunaslova koji su otisnuti masnim slovima i upućuju na dio sadržaja koji slijedi te glase:

*Šefovi i ministri*

*Problemi Gorana*

*Skoro premijer*

Osim navedenog, u dva od šest stupaca smješten je tekst koji je uokviren gornjom tankom crnom crtom iznad koje je crveni pravokutnik, a ispod teksta je podebljana crna crta. Naslov je napisan crvenim, podebljanim i velikim tiskanim slovima u kojem je napisano po dva prezimena, a ispod naslova je kosim slovima napisan popratni tekst. U analiziranom tekstu tako stoji sljedeće:

#### ĐUJIĆ I UDOVIĆ

*Saša Đujić iz Novog Vinodolskog je na šestom, a načelnica Viškova Sanja Udović je na 12. mjestu; i*

#### KLARIĆ I BURIC

*Na četvrtom je mjestu gradonačelnik Bakra Tomislav Klarić, a na listi je i Majda Burić iz Ravne Gore*

Postaje jasno da su izdvojeni kandidati upravo kandidati iz Primorsko-goranske županije, a znajući da je Novi list pretežito regionalnog karaktera, ovakva odluka novinara da upravo njih istakne ne treba čuditi.

Na tematskoj razini analiziran je sadržaj tekstne vrste *analiza* koji se u ovom konkretnom primjeru odnosi na kandidate na izbornim listama, i to one u sedmoj izbornoj jedinici. Novinar Novog lista ističe samo neke od kandidata i lista koji se nalaze na kandidacijskim listama ove izborne jedinice te, kako je ranije navedeno, naglašava i objašnjava pozadinske priče nekih od njih. Kandidati su predstavljeni principom slijeda, dakle jedan za drugim te nema njihovih ispreplitanja. Predstavljeni su sljedeći kandidati i političke opcije, i to ovim redom:

(1) Prvo se predstavljaju kandidati Narodne koalicije okupljeni oko SDP-a i HSS-a: prva na listi je potpredsjednica SDP-a Milanka Opačić, slijedi ju predsjednik HSS-a Krešo Beljak, o kojem ovdje novinar iznosi dodatna pojašnjenja kako je došao na tu poziciju i kako je bivši predsjednik HSS-a Branko Hrg zbog nezadovoljstva u stranci postao nezavisni kandidat na HDZ-ovoj listi u drugoj izbornoj jedinici. Imenuju se potom kandidati od trećeg do sedmog mjesta (Zmajlović, Saucha, Mateljan, Đujić, Račan), da bi se popis nastavio s 12. i 14. mjestom na kojem su Sanja Udović i Vesna Nađ. Ostali kandidati ove liste nisu istaknuti.

(2) Idući odlomak zauzimaju tri liste s kojih je u tekstu imenovan po jedan kandidat sa svake. To su: Josip Katalinić iz Mosta, Nina Antičić iz koalicije Pametno/Za grad te predstavnik koalicije Jedina opcija Ivan Vilibor Sinčić.

(3) Na listi HDZ-a prvi je Davor Ivo Stier, o kojem novinar iznosi cijelu priču kako je od jednog od predvodnika HDZ-a za vrijeme Jadranke Kosor postao nepoželjan kod Karamarka, a sada ga je Plenković ponovno vratio u vrh. Slijedi ga, također povratnik u HDZ, Damir Jelić te Tomislav Čorić. Na četvrtom je mjestu Bakranin Tomislav Klarić o kojem novinar navodi kako je pružao podršku Goranima u prosvjedu pred Saborom. Na listi su od 5. do 7. mjesta Medved, Milošević i Čelić, te jedina predstavница Gorskog kotara na listi Majda Burić iz Ravne Gore.

(4) Spominju se potom tri pravaške koalicije sa „široj javnosti nepoznatim“ kandidatima (Kinderski, Cvrtila i Golubić) te koalicija oko Milana Bandića gdje je na prvom mjestu Ljubo Jurčić, za kojeg novinar navodi kako je gotovo postao premijer na izborima 2007. godine. Na samom kraju navedeno je kako listu Hrvatskih laburista predvodi Ž. A. Petrović, a koaliciju PGS/IDS/Lista za Rijeku Tanja Jakovac.

Vidljivo je da i u ovoj, generalno objektivnoj tekstnoj vrsti *analiza*, novinar iznoseći već samo imena kandidata ne zastupa podjednako sve stranke i političke opcije. Naime, od 18 pravovaljanih kandidacijskih lista u sedmoj izbornoj jedinici za devet izbornih lista navodi jedino nositelja/ nositeljicu liste, sedam lista uopće se ne spominje, dok samo za HDZ i Narodnu koaliciju iznosi prvih sedam kandidata na svakoj listi, uz dodatak imena lokalnih predstavnika iz Primorsko-goranske županije koji se ne nalaze na prvih sedam mjesta.

Osim toga, kako je ranije rečeno, u naslovu i u slikovnom dijelu koji prikazuje neke od kandidata, istaknuti su po jedan predstavnik HDZ-a i Narodne koalicije (Stier i Opačić), a na preostale dvije fotografije nalaze se predstavnici Živog zida i Mosta (Sinčić i Katalinić). Sam način na koji novinar Novog lista izvještava o kandidatima također daje uvid u njegovu možebitnu političku orijentaciju: o kandidatu Narodne koalicije Kreši Beljaku piše kako je već i na prethodnim izborima gotovo završio na SDP-ovoj listi, nekoliko mjeseci ranije postao je predsjednik HSS-a, a dotadašnji predsjednik te stranke Branko Hrg napustio je stranku i postao nezavisni kandidat na listi HDZ-a. Dakle, da se zaključiti da je Beljak učinio dobar potez, dok je time iz igre ispao Hrg.



S druge pak stranke, kandidati HDZ-a predstavljeni su u ne baš pozitivnom svjetlu: prvo se za Davora Ivu Stiera navodi kako se radi o europarlamentarcu koji je sada osoba od povjerenja za Andreja Plenkovića, a zatim je riječ o njegovu sukobu s prijašnjim predsjednikom HDZ-a Karamarkom, govori se o „sukobu“, o „puno dubljim razlikama između Stiera i Karamarka“, a najbolje je takva negativna slika opisana u rečenici:

*Koliko su neslaganja bila duboka govori i činjenica da je vodstvo HDZ-a na izborima za Europski parlament 2014. godine pokušalo onemogućiti Stierov prolaz, i to na način\* da su organizirali skupljanje preferencijalnih glasova za kandidate koji su na listi bili iza njega ne bi li ga preskočili.*

Isto se tako piše i o kandidatu Damiru Jeliću, gradonačelniku Karlovca, koji je

*početkom godine ne očekivano ispaao iz svih kombinacija za poziciju u vodstvu HDZ-a. Koliko je Jelić bio udaljen od Karamarka govori i činjenica da u svibnju nije ni došao na izborni sabor stranke.*

kao ni Tomislav Ćorić koji je

*također prošao jako loše prilikom sastavljanja lista za prošle parlamentarne izbore. Iako je gotovo cijele 2015. godine govorio u ime HDZ-a o financijama na kraju je bio završio na neprolaznom mjestu u prvoj izbornoj jedinici (središte Zagreba).*

Upravo se iz podcrtanih dijelova navedenih tekstova u kojima se koriste negativno konotirane riječi i sintagme može iščitati negativan stav novinara prema ovim kandidatima.

Jedini HDZ-ovac koji je dobio pozitivnu ocjenu, tj. komentar, je gradonačelnik Bakra Tomislav Klarić, kandidat koji se nalazi na četvrtom mjestu izborne liste i jedan je od dvoje kandidata iz Primorsko-goranske županije. On je naime

*bio saborski zastupnik HDZ-a u kojem je razdoblju posao gradonačelnika obavljao volonterski. U studenom 2014. podržao je prosvjed predstavnika Gorskog kotara pred Saborom koji su prosvjedovali zbog zakonskih izmjena kojima su Gorani ostali bez značajnih sredstava iz državnog proračuna (...). Klarić je tada upozorio da Gorski kotar gubi stanovništvo, te da postoji velika opasnost depopulacije ovog područja.*

Iz analiziranog primjera može se zaključiti da tekstnu vrstu analiza karakterizira deskriptivni razvoj teme jer se radi o jasnoj podjeli na komponente koje slijede jedna drugu te su prikazane pregledno, kratko i jasno (usp. Brinker i dr. 2014: 60-64).

Na tematsku strukturu teksta upućuju i gramatički uvjeti koherencije teksta, koji su zapravo i nositelji za tematske odnose u tekstu (usp. Brinker i dr. 2014: 44-47). Pojavljuje se tako i eksplicitno i implicitno nadovezivanje, u ovom analiziranom primjeru može se istaknuti nekoliko primjera koji se pojavljuju kroz tekst:

*Sedma izborna jedinica – brojni „teškaši“ na listama za Sabor*

*Sedma izborna jedinica prostire se od zapadnog dijela Zagreba, preko Karlovačke županije i dijela Gorskog kotara sve do Bakra i riječkog zaleđa.*

*Listu SDP-a i Narodne koalicije u sedmoj jedinici predvodi potpredsjednica SDP-a Milanka Opačić.*

*Treći na listi je nekadašnji ministar zaštite okoliša Mihael Zmajlović, a iza njega Tomislav Saucha (...).*

*Načelnica Viškova Sanja Udović je na 12. mjestu, a na 14. mjestu je nekadašnja zamjenica ministra branitelja u Vladi Zorana Milanovića Vesna Nađ (...).*

*Listu Mosta nezavisnih lista predvodi aktualni saborski zastupnik ove stranke Josip Katalinić (...).*

*Listu HDZ-a u sedmoj jedinici predvodi europarlamentarac i politički tajnik HDZ-a Davor Ivo Stier.*

*Na drugom je mjestu također povratnik u vrh HDZ-a, karlovački gradonačelnik Damir Jelić (...).*

*Na četvrtom je mjestu gradonačelnik Bakra Tomislav Klarić (...).*

*Na petom je mjestu ministar branitelja Tomo Medved (...), a iza njega slijedi donedavi\* glavni tajnik HDZ-a Domagoj Ivan Milošević koji će se sa šestog mjesta morati boriti za ulazak u Sabor.*

*Iz Gorskog je kotara na listi HDZ-a u ovoj jedinici samo potpredsjednica HDZ-a Ravne Gore (...) Majda Burić.*

*Tri pravaške koalicije na izbore u ovoj jedinici izlaze čini se bez nekih prevelikih očekivanja.*

*Na ulazak u Sabor u sedmoj jedinici računa i koalicija okupljena oko stranke Milana Bandića.*

*Listu Hrvatskih laburista, koji na ove izbore izlaze samostalno, (...)*

Jasno je da se može pratiti kontinuitet teme, tj. raspodjela kandidata na izbornim listama u sedmoj izbornoj jedinici. U nekim je primjerima navedena „*sedma izborna jedinica*“ dok je u nekima to „*ova jedinica*“ ili „*sedma jedinica*“, a svi se kandidati nalaze na *listama*, i to na nekom određenom *mjestu*. Može se stoga zaključiti da je koherencija teksta ostvarena kroz semantičke pokazatelje, neki od kojih su prisutni izravno u tekstu, a neki se podrazumijevaju zbog poveznica između dvaju izraza (npr. *izborna jedinica – lista*), a baziraju se na općem znanju i iskustvu sudionika komunikacijskog procesa. Sintaktički je koherencija u navedenim primjerima pak ostvarena korištenjem zamjenica (*izborna jedinica – ova jedinica; netko je na petom mjestu – iza njega slijedi*). Brinker i dr. (2014: 29-43) stoga navode da je princip nadovezivanja važan element koherencije teksta, koja time nije ostvarena isključivo gramatičkim uvjetima, već je uspostavljena i na kognitivnoj razini.

Uvidom u politolingvističku perspektivu, vidljivo je da je velik broj primjera specifičnog političkog leksika korištenog u ovom primjeru tekstne vrste *analiza*. Dolazi se do zaključka da u tekstu postoji velik broj riječi i sintagmi koje se ponavljaju, kao što je vidljivo i iz netom navedenih primjera vezanih za koherenciju teksta. Pojavljuju se tako npr.: *sedma izborna jedinica, biti na listi za Sabor, ulazak u Sabor, koalicija, na (prvom) mjestu, ministar gospodarstva, lista SDP-a i Narodne koalicije, predvoditi listu, potpredsjednica SDP-a, biti na listi iza nekoga, prošli parlamentarni izbori, biti dio koalicije, tadašnji predsjednik stranke, gradonačelnik, pregovarati s kime, kandidirati se na listi, postati predsjednik stranke, koalirati s kime, napustiti stranku, izaći na izbore, nezavisni kandidat, nekadašnji ministar zaštite okoliša, predstojnik kabineta, predsjednik Vlade, načelnik općine, predsjednik SDP-a, nekadašnja zamjenica ministra branitelja, tražiti ostavku, predsjednik kriznog ekostožera Marišćina, činiti koaliciju, kandidat za predsjednika Republike, prošlogodišnji parlamentarni izbori, osvojiti jedini saborski mandat svoje stranke, europarlamentarac, politički tajnik HDZ-a, međunarodni tajnik HDZ-a, glasanje na predsjedništvu stranke, glasovati protiv izbacivanja, najbliži suradnik, dovršetak pregovora*

*o članstvu Hrvatske u EU, voditi politiku, izbori za Europski parlament, onemogućiti nečiji prolaz, organizirati skupljanje preferencijalnih glasova, kandidati na listi, povratnik u vrh HDZ-a, pozicija u vodstvu HDZ-a, izborni sabor stranke, sastavljanje lista za prošle parlamentarne izbore, završiti na neprolaznom mjestu u prvoj izbornoj jedinici, saborski zastupnik, podržati prosvjed pred Saborom, zakonske izmjene, državni proračun, ministar branitelja, glavni tajnik HDZ-a, boriti se za ulazak u Sabor, glavni tajnik zagrebačkog HDZ-a, član Nadzornog odbora Zagrebačkog holdinga, potpredsjednica HDZ-a Ravne Gore, vijećnica u Županijskoj skupštini Primorsko\*goranske županije, protivljenje odluci SDP-ove Vlade, zakonske promjene, smanjiti sredstva iz proračuna, pravaška koalicija, nekadašnji ministar gospodarstva, premijer, agencije za istraživanje javnog mnijenja, izlazne ankete, pobijediti na izborima ili izaći samostalno na izbore.*

Od navedenih riječi i sintagmi već je ranije izdvojena (*sedma*) *izborna jedinica* koja se vrlo često ponavlja kroz cijeli tekst. U toj se sintagmi kao dominantna riječ pojavljuje riječ *izbor(i)* te su uz nju vezane i imenske i glagolske i pridjevske sintagme. Ističu se tako sintagme s dominantnom imenicom *izbori*: *prošli parlamentarni izbori, prošlogodišnji parlamentarni izbori, izbori za Europski parlament, liste za prošle parlamentarne izbore* te glagolske sintagme *izaći na izbore, pobijediti na izborima ili samostalno izaći na izbore*, a kako je već na to i ukazano, pridjev *izborni* javlja se u mnogo primjera u sintagmi *izborna jedinica*, npr. *sedma izborna jedinica, u drugoj izbornoj jedinici ili u ovoj izbornoj jedinici*.

Valja također istaknuti i riječ *lista* koja se često javlja u ovom analiziranom primjeru tekstne vrste *analiza* i to u različitim imenskim i glagolskim sintagmama kao što su: *lista SDP-a i Narodne koalicije, lista SDP-ove koalicije Hrvatska raste, nezavisni kandidat na listi HDZ-a, lista HDZ-a, biti (treći) na listi, predvoditi listu, biti na listi iza koga ili kandidirati se na listi*.

Zanimljivo je spomenuti i sintagme s pridjevom *nekadašnji*, koje novinar koristi prilikom navođenja prethodnih funkcija koje su kandidati obavljali:

*Treći na listi je nekadašnji ministar zaštite okoliša Mihael Zmajlović (...)*

*... a na 14. mjestu je nekadašnja zamjenica ministra branitelja u Vladi Zorana Milanovića Vesna Nađ (...)*

*Na prvom će mjestu biti predsjednik stranke Novi val i nekadašnji ministar gospodarstva u Vladi Ivice Račana Ljubo Jurčić.*

Pojavljuje se u ovom tekstu i konceptualna metafora ORGANIZACIJA JE GRAĐEVINA, koja, kako navodi Babić (2018: 112), institucije, organizacije i stranke prikazuje kao zgrade, tj. građevine ili dom:

*Na **ulazak u Sabor** u sedmoj jedinici računa i koalicija okupljena oko stranke Milana Bandića.*

*Tadašnji predsjednik stranke Branko Hrg optužio je Beljaka, inače gradonačelnika Samobora, da potajno pregovara sa SDP-om i da želi **izaći iz HSS-a**...*

*Hrg je nezadovoljan činjenicom da HSS koalira sa SDP-om **napustio stranku** i na izbore izlazi kao nezavisni kandidat na listi HDZ-a.*

*... a iza njega slijedi donedavi\* glavni tajnik HDZ-a Domagoj Ivan Milošević koji će se sa šestog mjesta morati boriti za **ulazak u Sabor**.*

Mogu se izdvojiti još neki primjeri iste konceptualne metafore iz ostalih tekstova klasificiranih kao *analiza*:

***Tvrđava** ljevice i Radimira Čačića (naslov o trećoj izbornoj jedinici, op.a.; 20. kolovoza 2016., str. 6-7),*

*Ali, Ohio, Florida ili Colorado su države koje nisu **stranačke tvrđave** ni jednih ni drugih i u njima su na svakim izborima za predsjednika moguća oba rezultata. (19. kolovoza 2016., str. 6-7) ili*

*Iza nje će se na listi nalaziti predsjednik BUZ-a Milivoj Špika koji je na prošlim izborima **u Sabor ušao** s liste Domoljubne koalicije, (...) (18. kolovoza 2016., str. 6-7).*

Još jedna konceptualna metafora koja je vrlo zastupljena je POLITIKA JE BORBA / RAT, kao što je vidljivo iz primjera:

*Opačić, Stier, Sinčić i Katalinić **u borbi** od Jaruna do Bakra*

*... a iza njega slijedi donedavi\* glavni tajnik HDZ-a Domagoj Ivan Milošević koji će se sa šestog mjesta **morati boriti za ulazak u Sabor**.*

U ostalim tekstovima pronalaze se također brojni primjeri:

*Vlada je odavno pala, ali **rat** oko smeća **se nastavlja** (19. kolovoza 2016., str. 8)*

*U trećoj jedinici za glasove birača **borit će se i Blokirani – Deblokirajmo Hrvatsku, Braniteljsko domoljubna stranka Hrvatske, Hrvatska stranka reda, Zagorska stranka te koalicija Nezavisne liste Stipe Petrine, Slobodne Hrvatske, Pokreta zajedno i Oraha.** (20. kolovoza 2016., str. 6-7)*

*Prva izborna jedinica (šire središte Zagreba) bit će **poprište borbe** šefova dviju najjačih stranaka i blokova – predsjednika HDZ-a Andreja Plenkovića i prvog čovjeka Narodne koalicije, šefa SDP-a Zorana Milanovića. (18. kolovoza 2016., str. 6-7)*

*...predsjednik zagrebačkog SDP-a Davor Bernardić koji je zasad preživio **unutarstranački obračun** tijekom kojeg je podržavao Zlatka Komadinu... (18. kolovoza 2016., str. 6-7)*

***Oštra borba** manjinaca; u dijaspori HDZ-u računicu može pomutiti Glasnović (29. kolovoza 2016., str. 6)*

*Iako izbori za zastupnike nacionalnih manjina uvijek prolaze u svojevrsnoj sjeni **sraza velikih političkih blokova**, na njima je uvijek bilo zanimljivih **političkih borbi**. (29. kolovoza 2016., str. 6)*

Treba istaknuti nedosljednost u pisanju sintagme preferencijalni glasovi ili preferencijski glasovi. Naime, u tekstovima preuzetim iz Novog lista mogu se naći obje mogućnosti, npr.:

*... da je vodstvo HDZ-a na izborima za Europski parlament 2014. godine pokušalo onemogućiti Stierov prolaz, i to na način\* da su organizirali skupljanje preferencijalnih glasova... (24. kolovoza 2016., str. 6)*

*Sam Hasanbegović naglasio je da su za njega ključni preferencijski glasovi, pomoću kojih će nastojati dokazati koliko je on omiljen i stoga bitan u HDZ-u. (19. kolovoza 2016., str 6-7)*

*Njemu (Milijanu Brkiću, op.a.) su preferencijski glasovi još važniji, jer može u Sabor samo ako ih dobije barem deset posto. (19. kolovoza 2016., str 6-7)*

U Zakonu o izborima zastupnika u Hrvatski sabor (Narodne novine, br. 116/99, 109/00, 53/03, 69/03, 167/03, 44/06, 19/07, 20/09, 145/10, 24/11, 93/11, 120/11, 19/15, 104/15,

98/19) koristi se isključivo sintagma *preferencijsko glasovanje*, dok Hrvatski jezični portal<sup>62</sup> kao jedinu natuknicu ima pridjev *preferencijalan*.

#### 5.4.2. Večernji list

Među ranije navedenim primjerima tekstne vrste *analiza* iz Večernjeg lista kao prototipičan primjer za analizu je odabran tekst objavljen 25. kolovoza 2016. godine na str. 4 i 5 s naslovom:

*Socijalna mirovina za 20.000 ljudi koji nisu dovoljno radili*

Kako je navedeno u Tablici 7, u Večernjem listu objavljeno je ukupno 49 primjera tekstne vrste *analiza*, od kojih se klasifikacijom u tekstne tipove dobiva 44 asertiva, podtip eksplikativa, dva informativa te po jedan animativ, direktiv i ekspresiv. Detaljnijom analizom utvrđeno je da se ovaj analizirani tekst zbog svoje ilokucijske namjere može svrstati u eksplikativ, što se može dokazati sljedećim:

1. pošiljatelj adresatu iznosi dio predizbornog programa nekih stranaka koji se odnosi na mirovinski sustav, na uvođenje nacionalne/ socijalne mirovine i na izmjenu dobi za odlazak u mirovinu te navodi razloge i daje usporedbu prema strankama,
2. komunikacijski cilj teksta je da se adresatu predoči stanje stvari, točnije da mu se predstave različita viđenja stranaka o promjenama u mirovinskom sustavu u Hrvatskoj i da se analiziraju sličnosti i razlike, koje su osim u tekstualnom obliku prikazane i grafički,
3. osnovni komunikacijski proces je adresatu objasniti dijelove predizbornih programa stranaka koji se odnose na promjene mirovinskog sustava,
4. komunikacijska situacija podrazumijeva iznošenje činjenica vezanih za dio predizbornih programa koji se odnose na mirovinski sustav, a koje adresat prihvaća i na temelju kojih može donijeti svoj sud i odluku,
5. predmet komunikacije je analiza dijela predizbornih programa nekih stranaka koji se odnose na mirovinski sustav.

Pragmatički kontekst ovog analiziranog teksta odnosi se na analizu predizbornih programa nekih stranaka (HDZ, SDP, Most i Pametno) vezanih uz mirovinski sustav. U fokusu analize su uvođenje nacionalne mirovine i njezin iznos, drugi mirovinski stup te dobna granica za

---

<sup>62</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> – natuknica: preferencijalan (datum pristupa: 02.08.2022.)

odlazak u mirovinu, a spominje se i povećanje mirovina. No, kako bi se shvatila obećanja i prijedlozi stranaka iz predizbornih programa, treba prvo dati uvid u postojeće stanje. Veći dio objasnila je u tekstu i sama novinarka Ljubica Gatarić, a i slikovni dio teksta uvelike doprinosi boljem razumijevanju činjenica. Trenutni mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj na snazi je od 2002. godine i sastoji se od dva obvezna i jednog dobrovoljnog stupa mirovinskog osiguranja. Svi zaposleni građani za prvi i drugi stup mirovinskog osiguranja izdvajaju 20% od bruto plaće, dok je treći mirovinski stup na dobrovoljnoj bazi i zaposlenik u njega uplaćuje kada i koliko želi (usp. Hrvatsko mirovinsko osiguravajuće društvo<sup>63</sup>), a osim starosne mirovine, osoba može, među ostalima, primati prijevremenu starosnu mirovinu, (prijevremenu) invalidsku mirovinu, obiteljsku mirovinu ili, od 2021. godine, nacionalnu naknadu za starije osobe. Upravo je ovom posljednje navedenom vrstom primitka osiguran novac za osobe koje su napunile 65 godina te ne primaju mirovinu ni zajamčenu minimalnu naknadu prema propisima o socijalnoj skrbi te nisu osigurani u obveznom mirovinskom osiguranju (usp. Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje<sup>64</sup>), što je zapravo jedan vid predložene nacionalne/ socijalne mirovine o kojoj je riječ u analiziranom članku, a koja u (pred)izbornoj 2016. godini nije postojala. Druga stavka analize je drugi mirovinski stup, koji je obavezan i u njega se uplaćuje 5% iz bruto plaće. U prvi mirovinski stup uplaćuje se 15% i on funkcionira na principu međugeneracijske solidarnosti (iz njega se isplaćuju mirovine sadašnjim umirovljenicima), dok je drugi stup predstavlja individualnu kapitaliziranu štednju, a doprinosi se uplaćuju na osobni račun svakog pojedinca. Oni će moći birati samo mirovinu iz prvog stupa ili kombiniranu mirovinu (iz 1. i iz 2. stupa), ovisno koja će im mirovina biti povoljnija (usp. Hrvatsko mirovinsko osiguravajuće društvo<sup>65</sup>). Osim toga, javlja se i pitanje zaštitnog mirovinskog dodatka od 27% na mirovine iz drugog stupa. Naime, kako se objašnjava i u samom tekstu:

*HDZ nigdje ne spominje proširenje zaštitnog dodatka (27 posto) na osiguranike drugog stupa, a ako se to ne učini, mirovine ljudi koji su dobrovoljno ušli u drugi stup bit će niže nego da su samo u prvom stupu. Koliko manje, to će se vidjeti za pet-šest godina kad prve generacije ljudi koji su 2002. godine bili mlađi od 40 godina krenu u mirovinu.*

<sup>63</sup> <https://hrmod.hr/hrvatski-mirovinski-sustav/> (datum pristupa: 04.08.2022.)

<sup>64</sup> <https://www.mirovinsko.hr/hr/pregled-prava/28> (datum pristupa: 04.08.2022.)

<sup>65</sup> <https://hrmod.hr/hrvatski-mirovinski-sustav/> (datum pristupa: 04.08.2022.)



Kada je u pitanju treći dio analize predizbornih programa vezanih za mirovinski sustav, a koji se odnosi na pomicanje dobi za odlazak u mirovinu, valja istaknuti da prema još uvijek važećem zakonu i podacima dostupnim na stranicama Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje<sup>66</sup> „pravo na starosnu mirovinu stječe osiguranik kada navršši 65 godina života i 15 godina mirovinskog staža“, a sve se stranke zalažu za povećanje dobne granice za odlazak u mirovinu na 67 godina. Osim toga, vjeruju i u rast mirovina za pet posto.

Prilikom analize komunikacijsko-pragmatične razine postavlja se pitanje koji je glavni cilj, tj. komunikacijska namjera ovog prototipičnog teksta. Kako je ranije navedeno, osnovni je cilj ovog teksta da se adresatu predoči stanje stvari, točnije da mu se predstave dijelovi predizbornih programa nekih stranaka, a koji su vezani za promjene u mirovinskom sustavu u Hrvatskoj, te da se analiziraju sličnosti i razlike u njihovim viđenjima. Novinarka Gatarić ističe stajališta velikih stranaka – HDZ-a i SDP-a, u sva tri analizirana pitanja, dok mišljenja Mosta i stranke Pametno nema vezano za socijalnu/ nacionalnu mirovinu. Ono što je pritom adresatu zanimljivo, a i olakšava praćenje različitih viđenja je i grafički prikaz činjenica vezanih za promjene u mirovinskom sustavu. Za steći osnovni uvid u analizu sadržaja teksta dovoljno je iščitati tri osnovna slikovna elementa koja se bave nacionalnom mirovinom, drugim mirovinskim stupom te radnim vijekom.

Kao što je prethodno rečeno, analizom ilokucijske strukture teksta utvrđeno je da je dominantna funkcija ovog primjera tekstne vrste *analiza* eksplikativna funkcija, iako se uz nju javlja i informativna funkcija i može se zaključiti da su te dvije funkcije u ovom primjeru usko povezane, kao i u većini primjera tekstne vrste *analiza*. Oba funkcionalna tekstna tipa zapravo su podtipovi asertiva, a oni iskazuju kako stvari stoje. Uglavnom se prvo iznosi određena informacija, odnosno činjenica (Č), a zatim slijedi dodatno objašnjenje (O) navedene činjenice. Kao primjer se iz teksta mogu izdvojiti sljedeće informacije:

a) Č: ideja o uvođenju nacionalne mirovine

O: *Dva vodeća politička bloka jednoglasna su da bi nakon jesenskih izbora Hrvatska trebala uvesti nacionalnu mirovinu neovisno o tome koja će politička opcija osvojiti Banske dvore. Takvu bi mirovinu dobivali stariji od 65 godina koji nisu bili zaposleni ili su radili manje od minimalnih 15 godina koliko je potrebno da se ode u starosnu mirovinu.*

---

<sup>66</sup> <https://www.mirovinsko.hr/hr/starosna-mirovina/166> (datum pristupa: 04.08.2022.)

O: *HDZ bi takvu mirovinu dao osobama koje nemaju druge izvore prihoda uz osnovni preduvjet da su najmanje 15 godina živjeli u Hrvatskoj. Njezin iznos iznosio bi 40 posto minimalne plaće.*

O: *SDP je izbjegao spominjanje konkretnog iznosa i moguće prigovore da ljudima koji nisu radili daje više nego radnicima s 15 godina staža, pa ističe da će nacionalna mirovina biti između najniže za minimalnih 15 godina staža i socijalne naknade.*

b) Č: *drugi mirovinski skup*

O: *... pa čak ni Most više ne spominje njegovo ukidanje kao što je to činio tijekom prethodne kampanje, ali i u vrijeme pregovora o formiranju vlasti.*

O: *Rast stope doprinosa za drugi stup s postojećih 5 na 6, 7, 7,5 ili 8 posto stranke uglavnom vežu uz snažniji gospodarski oporavak i bolje dane za javne financije.*

O: *HDZ nigdje ne spominje proširenje zaštitnog dodatka (27 posto) na osiguranike drugog stupa, a ako se to ne učini, mirovine ljudi koji su dobrovoljno ušli u drugi stup bit će niže nego da su samo u prvom stupu. Koliko manje, to će se vidjeti za pet-šest godina kad prve generacije ljudi koji su 2002. godine bili mlađi od 40 godina krenu u mirovinu.*

c) Č: *dobna granica za odlazak u mirovinu*

O: *HDZ podupire prijedlog ove Vlade da se od 2028. godine radi do 67 godina, no ističe da bi najpravednije bilo da se dob za odlazak u mirovinu izravno veže za povećanje očekivanog trajanja života tako da se dobna granica za odlazak u mirovinu automatski poveća za jedan mjesec svaki put kad se životni vijek poveća za 1,4 mjeseca.*

O: *SDP zagovara svoje staro rješenje o radu do 67 godina od 2038. godine.*

Primjera radi, u tekstualnom dijelu analiziranog primjera ne spominju se mišljenja ostalih stranaka vezanih uz povećanje dobi za odlazak u mirovinu, no javljaju se u sažetom slikovnom dijelu teksta gdje se može pronaći da se Most zalaže za odlazak u mirovinu sa 65 godina, a Pametno je „za produljenje radnog vijeka bez isticanja roka“.

Kada je riječ o analizi grafičkog oblikovanja ovog prototipičnog teksta, ističe se samo pozicioniranje članka u tiskanom izdanju Večernjeg lista. Članak se nalazi na stanicama 4 i 5, a smješten je u gornje dvije trećine novina, s time da se radi o cijeloj 4. stranici, dok je na stranici 5 krajnje desni stupac ostavljen za neke kraće članke. Na četvrtoj stranici smješteni su nadnaslov, glavni naslov, podnaslov, fotografija i jedan dio vizualno prikazane analize koji je vezan za uvođenje nacionalne mirovine i radni vijek. Peta stranica sadrži cijeli tekstualni dio, vizualni dio analize povezan s drugim mirovinskim stupom, informacije o autorici teksta te još jednu fotografiju.

U nadnaslovu stoje tri kružića, redom crveni, bijeli (sivkasto prikazan kako bi bio istaknut od bijele pozadine) i plavi te tekst koji je otisnut masnim slovima i glasi:

*Parlamentarni izbori 2016.*

Velika većina primjera tekstne vrste *analiza* iz Večernjeg lista ima isti smještaj kao ovaj netom opisani iz prototipičnog primjera (nalazi se na dvije stranice), uz vrlo slično grafičko oblikovanje s „vizualnim sažetkom“, a tekstovi imaju čak i jednak nadnaslov, dok u nekim od ostalih primjera tekstne vrste *analiza* nadnaslova nema ili se pojavljuju primjeri kako slijedi:

*Iza prijedloga HDZ-a da se neoporezivi dio dohotka poveća na 3750 kuna krije se namjera da se porezne olakšice s plaća prebace u područje obiteljske politike (26. kolovoza 2016., str. 3)*

*Politika (28. kolovoza 2016., str. 10-12) ili*

*Veliko terensko istraživanje Nove TV u četiri izborne jedinice (6. rujna 2016., str. 4-5)*

Naslov je kao i u svim novinskim člancima otisnut masnim slovima i najvećim fontom u cijelom tekstu te zauzima dva retka. Slijedi podnaslov koji ima nešto veći font od ostatka teksta te u analiziranom primjeru glasi:

*HDZ i SDP suglasni da treba uvesti nacionalnu mirovinu i jačati drugi stup, različito misle o duljini radnog vijeka, proširenje zaštitnog dodatka na 2. stup je neizvjesno*

U podnaslovu je zapravo dan sažetak cijelog teksta, iako se navodi viđenje samo dvaju najvećih stranaka, dok se u tekstu spominju i ostale stranke.

Na četvrtoj stranici još se nalazi slikovni dio teksta koji može biti podijeljen na dva elementa. Prvi je velika fotografija koja prikazuje tri umirovljenice koje sjede na klupi uz more, ukazujući time na samu temu članka, tj. mirovinski sustav. Ispod fotografije nalazi se drugi element, odnosno radi se o dvije slikovno-tekstualne analize koje predočavaju dio sadržaja tekstualnog dijela. Prva takva analiza ima naslov koji je napisan velikim tiskanim slovima i masno je otisnut, a glasi: *Uvođenje nacionalne/socijalne mirovine*. Slijede potom tri štedne kasice (plava, crvena i narančasta), a ispod njih tri siluete starijih ljudi koji nose štap. Prema desno su dvije strelice, kod prve se nalazi tekst:

*HDZ: 40 posto minimalne plaće*

a kod druge strelice tekst:

*SDP: između iznosa socijalne pomoći i najniže mirovine*

Slijedi potom napomena da se ostale stranke ne izjašnjavaju o iznosu, a da postoji konsenzus najvećih stranaka oko uvođenja nacionalne mirovine. Na desnoj strani grafičke analize u crvenom krugu stoji tekst koji objašnjava trenutno stanje s navedenom činjenicom, pa tako za ovaj primjer piše:

*Sada ne postoji nacionalna mirovina*

Druga slikovno-tekstualna analiza nalazi se u desnoj polovici stranice te je naslovljena: *Radni vijek*. I taj je naslov, kao i prethodni, otisnut masnim slovima i napisan velikim tiskanim slovima. Slikovni element sadrži dva crvena sata i siluetu čovjeka s aktovkom koji trči / žuri na posao. Uz njega se nalaze četiri strelice, a pored svake je viđenje stranaka o radnom vijeku pa se tako može pročitati:

*HDZ: 67 godina od 2028. godine*

*SDP: 67 godina od 2038. godine*

*Most: 65 godina*

*Pametno: za produljenje radnog vijeka bez isticanja roka*

I u ovoj analizi imena stranaka napisane su masno otisnutim slovima, a u crvenom krugu također je istaknuto trenutno stanje, a to je da je radni vijek do 67 godina predviđen 2038. godine.

Na petoj stranici Večernjeg lista nalazi se i treća slikovno-tekstualna analiza koja je nešto opsežnija. Ona ima glavni naslov s podnaslovom koji su napisani bijelim slovima u crvenom pravokutniku, a između njih je isprekidana linija koja na desnoj strani završava strelicom prema dolje, kao da ukazuje na sadržaj koji slijedi. Naslov i podnaslov glase:

*Predizborni programi*

*Kako su stanke različitih orijentacija zamislile mirovinski sustav*

Ova je analiza također podijeljena u dva dijela, s tom razlikom da se nalaze jedna ispod druge. Prvi naslov je:

*Izdvajanje u drugi stup*

i u toj analizi navedena su rješenja koja nude HDZ, SDP, Most i Pametno, a na desnoj je strani opet crveni krug u kojem bijelim slovima piše da je „sada stopa izdvajanja za 2. stup 5%“, a pored kruga nalazi se silueta starijeg čovjeka sa štapom u ruci.

Drugi dio analize odijeljen je točkastom vodoravnom linijom te ima naslov:

*Proširenje mirovinskog dodatka od 27% na mirovine iz 2. stupa*

Na lijevoj strani analize nalazi se narančasti krug koji govori o trenutnom stanju s dodatkom, ali daje i objašnjenje što bi to moglo značiti u budućnosti:

*Sad se dodatak na mirovine od 27% priznaje samo za osiguranike 1. stupa, što bi ljudima koji nisu imali izbora smanjilo mirovine*

Potom slijedi viđenje četiriju analiziranih stranaka, a na desnoj se strani nalaze jedna narančasta i jedna crvena štedna kasica u kojima stoji tekst „II. stup“ i „I. stup“. Uz ovu analizu nalazi se i kratak opis uz navod kako ukidanje drugog stupa nije aktualno, međutim, ovo je i jedini dio teksta koji spominje viđenje još neke političke stranke osim onih četiri ranije navedenih. Radi se o sljedećoj rečenici:

*Ukidanje drugog stupa nije aktualno, no za tu opciju \* i dalje IDS ili grupa oko Živog zida.*

Nejasno je znači li to da druge stranke u svoje programe nisu uključile pitanja vezana za mirovinski sustav ili ih je novinarka odlučila ne uključiti u analizu ovog pitanja.

Prije početka glavnog dijela teksta nalazi se fotografija novinarka te uz fotografiju stoji njezino ime i prezime: *Ljubica Gatarić* i grad *Zagreb*. Glavni dio teksta podijeljen je u četiri stupca te se unutar njega nalaze dva međunaslova koja tematski uvode u tekst koji slijedi:

*Kuća nije prepreka i*

*Pravedna dobná granica.*

Osim toga, u trećem su stupcu smješteni još neki istaknuti dijelovi, radi se o rečenici koja se odnosi na HDZ-ovo obećanje da će se jedna desetina iznosa iz drugog stupa moći podići dvije godine prije odlaska u mirovinu, kao svojevrsna priprema za istu te velikim fontom istaknuti broj 960 koji se odnosi na iznos kuna koji bi HDZ utvrdio kao iznos nacionalne mirovine, a u nastavku je objašnjeno i stajalište SDP-a vezano za isto pitanje. Nadalje, u tom istom stupcu nalazi se još jedan slikovni element, a radi se o fotografiji umirovljenika s nogometnom loptom pored koje stoji sljedeći opis:

*Stranke vjeruju da će tijekom mandata povećati mirovine 5 posto, kao rezultat rasta BDP-a*

Kada je riječ o grafičkom oblikovanju teksta, valja svakako istaknuti još nekoliko primjera tekstne vrste *analiza* iz Večernjeg lista, osobito prikaz terenskog istraživanja kojeg je napravila Nova TV, a vezan je za moguću raspodjelu glasova prema izbornim jedinicama. U tiskanom izdanju od 6. rujna 2016. godine u tekstu *Istra i Zagorje SDP-u, Slavonija HDZ-u, Zid raste*, na stranicama 4 i 5 prikazana je analiza za 3., 4., 5. i 8. izbornu jedinicu i to na način da slikovni dio teksta apsolutno dominira nad tekstualnim dijelom i gdje je svakom adresatu na prvi pogled jasno kako bi glasovi mogli biti raspoređeni po jedinicama. Stranke koje prema rezultatima istraživanja prelaze prag istaknute su u stupčastim dijagramima i za njih se navode brojke o sigurnim i graničnim mandatima te je u njima prikazana i fotografija nositelja liste. Ispod grafikona, u obliku liste navedene su sve stranke koje su kandidirane u određenoj izbornoj jedinici te se uz svaku navodi predviđeni postotak osvojenih glasova (i njihova maksimalna i minimalna vrijednost), te eventualni broj graničnih mandata. Zanimljivo je uočiti prikaz rezultata u bojama, gdje se već tradicionalno SDP prikazuje u crvenoj boji, a HDZ u plavoj, što je povezano i s tipičnim bojama stranke i njihovim programom (usp. Jurin i Kružić 2020a: 98-99). Ostalim strankama nasumično je dodijeljena boja pa je tako Most prikazan narančasto, koalicija sa Živim zidom žuto, Bandićeva stranka ljubičasto, a HDSSB zeleno.

Prelaskom na analizu tematske razine teksta za ovaj prototipični primjer tekstne vrste *analiza* može se utvrditi da je srž sadržaja teksta, odnosno nadređena tema, zapravo uvid u predizborne programe određenih stranaka po pitanju mirovinskog sustava. U određenom tekstu teme je moguće hijerarhijski razvrstati, pa se iz analiziranog teksta mogu iščitati tri paralelne teme koje mogu biti svrstane pod glavnu temu teksta, tj. mirovinski sustav.

Prva se podtema odnosi na pitanje uvođenja nacionalne mirovine i pod kojim uvjetima će istu biti moguće ostvariti. Iznosi se viđenje samo dviju stranaka, HDZ bi tu mirovinu dao onima bez drugih izvora prihoda, s time da su barem 15 godina živjeli u Hrvatskoj, a iznosila bi 40% minimalne plaće. S druge strane, SDP smatra da ona mora iznositi između najniže za minimalnih 15 godina staža i socijalne naknade, a to bi pravo mogli ostvarivati i oni koji u vlasništvu imaju nekretninu. Druga podtema vezana je uz pitanje drugog mirovinskog stupa, a sve analizirane stranke smatraju da se izdvajanje za drugi stup treba povećati, naravno ovisno o gospodarskom oporavku i stanju javnih financija. Detalji koje iznose stranke nisu navedeni u glavnom dijelu teksta, već samo u slikovno-tekstualnoj analizi koja je ranije opisana. U glavnom dijelu teksta navedeno je kako HDZ planira omogućiti budućim umirovljenicima da deset posto iznosa iz drugog stupa dobiju dvije godine prije odlaska u mirovinu „za potrebe pripreme za život u mirovini“. Kada je riječ o trećoj podtemi, a radi se o dobnoj granici za odlazak u mirovinu, u glavnom se dijelu teksta opet spominju samo mišljenja HDZ-a i SDP-a (67 godina za obje stranke, no od 2028. prema HDZ-u, a od 2038. prema SDP-u), a u slikovno-tekstualnoj analizi iznosi se i viđenje Mosta i stranke Pametno. Može se zaključiti da se u ovom tekstu teme pojavljuju prema principu slijeda i ne isprepliću se međusobno.

Kada je pak riječ o razvoju teme, i iz ovog primjera tekstne vrste *analiza* može se zaključiti, jednako kao i iz prototipičnog primjera preuzetog iz Novog lista, da je razvoj teme deskriptivan zbog toga što su elementi jasno podijeljeni, slijede jedan drugoga, a sve je prikazano sažeto i pregledno (usp. Brinker i dr. 2014: 60-64).

Sam naslov analiziranog teksta ima negativnu konotaciju („*Socijalna mirovina za 20.000 ljudi koji nisu dovoljno radili*“) da će svi oni koji nisu radili primati mirovinu, a pridjev *socijalna* također aludira da je to prijedlog SDP-a (Socijaldemokratska partija). Čitanjem teksta brojka od 20.000 pojavljuje se u sljedećem kontekstu:

*SDP je izbjegao spominjanje konkretnog iznosa i moguće prigovore da ljudima koji nisu radili daje više nego radnicima s 15 godina staža, pa ističe da će nacionalna mirovina biti između najniže za minimalnih 15 godina staža i socijalne naknade. SDP procjenjuje da Hrvatska ima oko 20 tisuća starijih bez mirovine, a kako su mnogi među njima već obuhvaćeni raznim oblicima socijalne skrbi, vjeruju da bi nacionalne mirovine državu dodatno stajale 50 milijuna kuna.*

Dakle, jasno je da SDP-ova potencijalna mjera o uvođenju nacionalne mirovine ne odgovara naslovu članka jer od tih 20.000 ljudi velika većina već prima neku vrstu socijalne naknade ili skrbi od države. Iz netom navedenog primjera može se istaknuti i prva rečenica u kojoj se navodi da je SDP *izbjegao* isticanje konkretnog iznosa za te mirovine, što kognitivno asocira na skrivanje informacija, no u nastavku je zapravo objašnjeno na temelju čega će se taj iznos izračunati. Osim toga, još je jedan sličan primjer rečenice:

*Prema prijedlogu Narodne koalicije, pravo na nacionalnu/socijalnu mirovinu ostvarili bi i oni građani koji su vlasnici kuće i okućnice.*

koji također može biti negativno orijentiran jer će, ukoliko SDP dođe na vlast, socijalnu mirovinu primati i oni koji posjeduju nekretninu.

Analizom jezično-stilističke razine prototipičnog primjera tekstne vrste *analiza* iz Večernjeg lista prvo se uočava velika učestalost uporabe riječi ili sintagmi s riječju *mirovina*, što je i razumljivo s obzirom da je to jedna od tema teksta:

*Prosječna hrvatska mirovina pala je ispod 40% prosječne plaće, pa idealistički zvuči obećanje o dizanju **mirovna** na 60% prosječne plaće*

*Dva vodeća politička bloka jednoglasna su da bi nakon jesenskih izbora Hrvatska trebala uvesti **nacionalnu mirovinu** (...)*

*Takvu bi **mirovinu** dobivali stariji od 65 godina koji nisu bili zaposleni ili su radili manje od minimalnih 15 godina koliko je potrebno da se ode u **starosnu mirovinu**.*

*Preračunato, bilo bi to oko 960 kuna, što bi bilo 60-ak kuna više od iznosa **mirovine** koju trenutno država jamči radniku koji je radio 15 godina.*

*SDP procjenjuje da Hrvatska ima oko 20 tisuća starijih bez **mirovine** (...)*

*Prema prijedlogu Narodne koalicije, pravo na **nacionalnu/socijalnu mirovinu** ostvarili bi i oni građani koji su vlasnici kuće i okućnice.*



*U HDZ-ovu programu prvi put kod nas spominje se jednokratno povlačenje do 10 posto iznosa kapitalizirane štednje „za potrebe pripreme za život u mirovini“.*

*...a ako se to ne učini, **mirovine** ljudi koji su dobrovoljno ušli u drugi stup bit će niže nego da su samo u prvom stupu. Koliko manje, to će se vidjeti za pet-šest godina kad prve generacije ljudi koji su 2002. godine bili mlađi od 40 godina krenu u **mirovinu**.*

*Razlike među strankama postoje kod dobne granice za **odlazak \* mirovinu**.*

*Sve stranke vjeruju da će tijekom mandata zbog rasta plaća i BDP-a **mirovine** podebljati 5 posto, ali i zaposliti one koji žele raditi, bez ustezanja **mirovine**.*

Upravo ova učestalost ponavljanja istog pojma ili riječi, tj. eksplicitnog nadovezivanja, kroz cijeli tekst dokaz je kako tematske tako i leksičke koherencije teksta (usp. Brinker i dr. 2014, Beaugrande i Dressler 2010).

Vokabular se, osim onog vezanog za političku komunikaciju, odnosi i na resorni vokabular vezan uz mirovinski sustav i javne financije. Iz te se druge skupine tako iz teksta mogu izdvojiti sljedeći primjeri: *prosječna hrvatska mirovina, prosječna plaća, dizanje mirovine, mirovina je pala, dobivati mirovinu, biti zaposlen, raditi manje od minimalnih 15 godina, otići u starosnu mirovinu, dati kome mirovinu, drugi izvori prihoda, 40 posto minimalne plaće, radnik s 15 godina staža, nacionalna mirovina, socijalna naknada, 20 tisuća starijih bez mirovine, socijalna skrb, dodatno stajati državu 50 milijuna kuna, drugi mirovinski stup, ukidanje drugog stupa, povećati izdvajanje u drugi stup, rast stope doprinosa s 5 na 6 posto, snažniji gospodarski oporavak, javne financije, jednokratno povlačenje do 10 posto iznosa kapitalizirane štednje, dio uštedevine, osiguranici drugog stupa, odlazak u mirovinu, povlačenje sredstava, obračunati iznos buduće mirovine, proširenje zaštitnog dodatka, dobrovoljno ući u drugi stup, prvi stup, krenuti u mirovinu, dobna granica za odlazak \* mirovinu, rad do 67 godina do 2028. godine, povećanje očekivanog trajanja života, rad do 67. godine do 2038. godine, financijski napor za državni budžet, rast plaća i BDP-a, podebljati mirovine za 5 posto, zaposliti ljude, ustezanje mirovine, izdvajanje u drugi stup, dizanje stope 1% godišnje, stopa izdvajanja za drugi stup, dodatak na mirovine, osiguranik 1. stupa, smanjiti mirovine ili duljina radnog vijeka.*

Vrlo sličan vokabular vezan za političku komunikaciju (i politolingvistiku) pronađen je i u ostalim tekstovima, a u ovom analiziranom primjeru ističu se: *dva vodeća politička bloka, biti jednoglasan, jesenski izbori, politička opcija, osvojiti Banske dvore, prijedlog Narodne*

*koalicije, velike stranke, tijekom prethodne kampanje, pregovori o formiranju vlasti, u HDZ-ovu programu se spominje, razlike među strankama, HDZ podupire prijedlog ove Vlade, SDP zagovara svoje rješenje, obećanje o dizanju mirovina, vjerovanje stranaka, tijekom mandata, predizborni program, stranke različitih orijentacija, stvoriti zakonski okvir za što ili HDZ i SDP suglasni da treba uvesti što.*

Iz navedenih sintagmi valja izdvojiti nekoliko primjera koji se ističu svojim stilskim figurama ili drugim značajkama. U primjerima koji slijede javlja se konceptualna metafora MIROVINA JE TIJELO / PREDMET:

*Ima li se na umu da je prosječna hrvatska **mirovina pala** ispod 40 posto prosječne plaće, idealistički zvuči obećanje o **dizanju mirovina** na 60 posto prosječne plaće, pogotovo što su i sadašnje **mirovine** ogroman financijski **napor** za državni budžet.*

*Sve stranke vjeruju da će tijekom mandata zbog rasta plaća i BDP-a **mirovine podebljati** 5 posto (...)*

Primjer metonimije

*Dva vodeća politička bloka jednoglasna su da bi nakon jesenskih izbora Hrvatska trebala uvesti nacionalnu mirovinu neovisno o tome koja će politička opcija osvojiti **Banske dvore**.*

u prenesenom značenju označava izvršnu vlast, tj. Vladu Republike Hrvatske, a ime potječe od naziva zgrade na Trgu sv. Marka u Zagrebu na broju 1 i 2 koja je u 19. i 20. stoljeću bila dom hrvatskih banova, a gdje je danas sjedište Vlade<sup>67</sup>. Kako je u radu ranije i navedeno, ovakve metonimije MJESTO UMJESTO INSTITUCIJE vrlo su česte u političkoj komunikaciji (usp. Buljan i Kučanda 2004).

U Večernjem listu nešto je veći broj primjera tekstne vrste *analiza* u korpusu ovog rada nego u Novom listu, ali je iz Tablice 7 vidljivo da u objema dnevnim novinama gotovo 90 posto jedinica pripada tekstnom tipu asertiva, i to eksplikativnom funkcionalnom tekstnom podtipu. Na ilokucijskoj razini može se potvrditi da upravo eksplikativna funkcija dominira, međutim da je u primjeru tekstne vrste *analiza* uz nju usko vezana i informativna funkcija te da se one gotovo isprepliću u svim primjerima ovog korpusa.

---

<sup>67</sup> <https://vlada.gov.hr/kontakti/16> (datum pristupa: 06.08.2022.)

Komunikacijski cilj obaju prototipičnih tekstova je taj da se adresatu predoči stanje stvari (u Novom listu izborne liste i kandidati, u Večernjem listu promjene mirovinskog sustava), a ono što se posebno ističe u tekstnoj vrsti analiza je vizualna, tj. slikovna i/ili grafička „podrška“ objašnjenjima navedenima u tekstu. Upravo je taj vizualni element, kako navodi Schmitz (2005), u tekstno-lingvističkoj analizi često bio zanemarivan, a zapravo je odnos tekst – slika, tj. povezivanje različitih semiotičkih kanala istaknuti čimbenik moderne komunikacije.

## 6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I ZAKLJUČAK

Temeljna namjera ovog rada bila je dati uvid u tekstne vrste koje se koriste u medijskom prikazu predizborne kampanje u hrvatskim javnim glasilima. Usto, namjera je bila opisati te tekstne vrste sa svim prototipičnim karakteristikama i klasificirati ih u tekstne tipove. Za njihov usustavljen opis razvijen je model kojim se mogu opisati tekstne vrste u javnim glasilima, a koje su vezane za političku, tj. predizbornu kampanju. Model je razvijen na temeljnim spoznajama tekstne lingvistike i politolingvistike. Tekstno-lingvistički pristup bio je osnova za razvoj modela jer se polazi od definiranja teksta kao jezične i komunikacijske jedinice – tekst je dakle koherentan niz jezičnih znakova s komunikacijskom funkcijom (usp. Brinker i dr. 2014). Usto, prototipični tekstovi koji su analizirani u ovom radu imaju i neka shematizirana i standardizirana obilježja, a to su da je tekst jezično, morfološki i grafemički fiksiran, ima temu i komunikacijsku funkciju (usp. Jurin 2010: 30). Nadalje, druga je važna perspektiva za razvoj ovog modela bila ona politolingvistička. S obzirom da pojam politolingvistike nije potpuno etabliran u hrvatskom znanstvenom diskursu, cilj ovog rada je bio i dati prikaz osnovnih spoznaja politolingvistike te će se u budućim istraživanjima i radovima nastojati učvrstiti ovaj pojam u hrvatskom znanstvenom diskursu.

Prema spoznajama navedenim u ovom radu izrađen je model prema kojem se tekstovi analiziraju iz tekstno-lingvističke perspektive. Ovaj novi model temelji se na klasifikaciji tekstnih vrsta i njihovih funkcija prema Brinkeru i dr. (2014), a uključene su i spoznaje Ivanetić (2003) i Jurin (2010) što predstavlja znanstveni doprinos u području tekstne lingvistike. Sama analiza podrazumijeva nekoliko različitih aspekata, a to su, najprije, opis pragmatičkog konteksta i pojašnjavanje političke situacije te informacije o pošiljatelju poruke. Potom se u modelu tekstovi analiziraju na tri razine, a to su komunikacijsko-pragmatična, tematska i jezično-stilistička razina analiza. Na komunikacijsko-pragmatičnoj razini analizira se namjera pošiljatelja te tekstne funkcije te se, osim funkcija pojedinih tekstnih dijelova, određuje i glavna funkcija teksta. Slijedi potom opis grafičkog dizajna, tj. oblikovanja teksta te makrorazine teksta, koja obuhvaća slikovni i tekstualni dio teksta. U tekstualnom dijelu analizira se uvodni dio teksta koji uključuje nadnaslov, glavni naslov i podnaslov, te glavni dio teksta koji može sadržavati međunaslove, istaknute dijelove i sl. Tematska razina dokazuje tematsku koherenciju teksta i uključuje analizu tema pojedinih

tekstnih dijelova te opis razvoja teme i tematske sheme, koja može biti deskriptivna, narativna, argumentativna ili eksplikativna. Nadalje, na jezično-stilističkoj razini u fokusu analize su sintaktička, semantička i tekstna razina, što, među ostalim, uključuje analizu leksika, kognitivnih *frameova* i stilskih figura.

Temeljem ovog modela opisani su prototipični primjeri korpusa ovog rada koji pripadaju predizbornoj kampanji za 9. saziv Sabora Republike Hrvatske (od 15. kolovoza 2016. godine do 9. rujna 2016. godine). Korpus je ograničen na pisane oblike masovnih medija, i to članke objavljene isključivo u tiskanim izdanjima hrvatskih javnih glasila, a radi se o dnevnim novinama *Novi list* i *Večernji list*. U tom je razdoblju izdano 25 brojeva *Novog lista* i 25 brojeva *Večernjeg lista* te je pronađeno 830 primjera tekstova koji su vezani za navedenu predizbornu kampanju. U analizu je uključeno 765 članaka, a preostalih 65 jedinica, uglavnom promotivnih plakata, fotografija i stripova predstavlja mogućnost za daljnja istraživanja.

Analizom su tekstne vrste svrstane u određene tekstne tipove, a kako je naglasila Ivanetić (2003: 66-67), neka tekstna vrsta može se svrstati u različiti tekstni tip, ovisno o autorovoj ideji o svrsi teksta. Nadalje, izdvojila je i kako ne postoji konačan broj tekstnih vrsta jer zbog različitih komunikacijskih potreba stare tekstne vrste mogu nestati, a nove nastati. Tome u prilog govori i činjenica da se u korpusu ovog rada javlja tekstna vrsta *analiza*, koju Ivanetić (2003) uopće nije prikazala u svojoj klasifikaciji.

Osim popisa tekstnih vrsta, Ivanetić (2003) je, na temelju Brinkerove klasifikacije tekstnih funkcija i Searleove klasifikacije govornih činova, dala i klasifikaciju tekstnih vrsta u tekstne tipove, a to je nazivlje preuzeto i u analizi korpusa ovoga rada. Tekstovi su dakle klasificirani kao asertivi, direktivi, komisivi, ekspresivi ili deklarativi. U korpusu ovog rada pronađeni su primjeri svih pet tekstnih tipova kojima je realizirana komunikacija u hrvatskim javnim glasilima. Valja odmah napomenuti kako su u cijelom korpusu pronađena samo dva primjera deklarativa (0,3 %), i to oba u *Večernjem listu*, ali ne radi se o neobičnoj pojavi, jer kako navodi Burger (2005: 207-208), deklarativna se funkcija u tisku vrlo rijetko pojavljuje u eksplicitnom obliku i ne igra gotovo nikakvu ulogu. Među ostalim funkcionalnim tekstnim tipovima, u cjelokupnom korpusu čak je 64,1 % asertiva, 14,4 % je direktiva, dok su komisivi zastupljeni s 10,8 %, a ekspresivi s 10,4 %. U skupini asertiva razlikuju se sljedeći podtipovi: informativi (94 teksta), eksplikativi (334), animativi (60) i orijentativi (2). Ovakva distribucija u fokus stavlja podskupinu eksplikativa, što je i očekivano u javnim glasilima

jer je funkcija eksplikativa objasniti kakva je propozicija, a cilj je predočavanje stanja stvari adresatu. S obzirom na eksplikativnu funkciju, najzastupljenije tekstne vrste u analiziranom korpusu su tekstne vrste *vijest*, *uvodnik*, *intervju* i *analiza*, koje su i analizirane u ovom radu.

S obzirom da je tekstna vrsta *vijest* najbrojnija u korpusu ovog rada i broji ukupno 353 primjera, i njena kategorizacija u funkcionalne tekstne tipove vrlo je široka, pa tako čak 40,6% svih asertiva u korpusu predstavlja tekstna vrsta *vijest*. Među njima je 86,2% svih informativa, 30,5% svih eksplikativa i 26,6% animativa. Klasifikacija prema funkcionalnom tekstnom tipu pokazala je da 53,6 % svih direktiva, čak 88 % svih komisiva iz korpusa te 26,3 % svih ekspresiva pripada tekstnoj vrsti *vijest*. Upravo iz ovog razloga detaljnije su analizirani su prototipični primjeri tekstne vrste *vijest* koji pripadaju informativima, direktivima, komisivima, ekspresivima, i kako je ranije rečeno, eksplikativima.

Bez obzira na tekstnu funkciju i tekstnu vrstu, svi prototipični tekstovi ovog korpusa, kako iz Novog lista tako i iz Večernjeg lista, pokazuju sličnosti prvenstveno na makrorazini teksta i u grafičkom oblikovanju teksta. Boje korištene i u Novom listu i u Večernjem listu gotovo su jednake, standardizirane prema pravilima novinskih kuća, te su to tradicionalne boje u svim člancima, a ne samo u onima koji pripadaju predizbornoj kampanji. Iznimka je plava boja u nekim člancima u Novom listu koji pripadaju regionalnim novostima, te su one, bez obzira pripadaju li predizbornoj kampanji ili ne, grafički drugačije oblikovane. Tekstualni je dio članaka napisan crnom bojom na bijeloj podlozi, a neki elementi uvodnog dijela teksta naglašeni su crvenom bojom. Radi se uglavnom o cijelom nadnaslovu ili nekim riječima u njemu te, u Novom listu, crvenim pravokutnicima iznad samog nadnaslova. Postojanje slikovnog dijela teksta ovisi o dužini samog članka, ali i o temi ili temama koji se u njemu javljaju. U većini članaka sa slikovnim dijelom prikazana je osoba (ili više njih) koja se u spominje u tekstualnom dijelu članka te se time može dokazati koherencija teksta i prihvatiti slikovni element kao sastavni dio teksta.

Uvodni dio teksta obuhvaća nadnaslov, glavni naslov i podnaslov, a zaključuje se da svi analizirani primjeri imaju nadnaslov i glavni naslov, dok se podnaslov ne pojavljuje u svim primjerima, osobito u onim kraćim tekstovima koji uglavnom nemaju niti slikovni element. Svi tekstovi ovog korpusa imaju istaknut naslov tiskan masnim slovima i najvećim fontom u cijelom tekstu, dok je veličina slova nadnaslova i podnaslova (ako je prisutan) manja od onih u glavnom naslovu, a veća od onih u glavnom dijelu teksta.

Glavni dio teksta podrazumijeva veći dio svakog članka i u dužim tekstovima podijeljen je u stupce – u analiziranim primjerima javlja se od jednog do sedam stupaca, ovisno ne samo o dužini teksta, nego i o tome nalazi li se tekst na jednoj stranici ili pak na dvije. Nadalje, duži tekstovi (npr. tekstne vrste *intervju* ili *analiza*, te tekstna vrsta *vijest* kao eksplikativ) imaju istaknute i međunaslove u glavnom dijelu teksta, a u nekim se primjerima ističu i izdvojene rečenice ili dijelovi rečenice s različitim grafičkim oblikovanjem od ostatka glavnog dijela teksta. U Novom listu ti su elementi napisani kurzivom i uvedeni velikim crvenim navodnim znakom ili crvenim tiskanim slovima, dok je u Večernjem listu takav izdvojeni tekst otisnut masnim slovima i njegov je font nešto veći od ostatka glavnog dijela teksta. Osim toga, neki tekstovi u Novom listu imaju i grafički potpuno izdvojen element koji je napisan u sivom ili crnom pravokutniku te ima zaseban međunaslov čiji je font nešto veći od ostatka glavnog dijela teksta. Takvi, vizualno izdvojeni elementi, imaju funkciju privlačenja pažnje adresata upravo na taj dio cijelog tekstualnog dijela teksta. Novi list ima još jedno obilježje koje se pojavljuje u svim analiziranim primjerima ovog korpusa, a to je da je na samom početku glavnog dijela teksta velikim tiskanim i masno otisnutim slovima navedeno ime grada gdje je vijest nastala, a potom slijede dvije crvene strelice koje ukazuju na početak glavnog dijela teksta. U Večernjem listu ovakav početak glavnog dijela teksta se ne pojavljuje, no, u nekim se primjerima javljaju izdvojeni podaci o novinaru koji je članak i napisao, pa se tako uz njegovo ime i prezime pojavljuju i njegova adresa e-pošte te grad u kojem je vijest nastala. Ime novinara autora teksta u Novom listu se uglavnom pojavljuje na samom kraju teksta, kao svojevrsni potpis, no u nekim se primjerima ime javlja nakon uvodnog dijela teksta te se u slučaju navođenja autora teksta ne može govoriti o prototipičnom elementu članaka ovog korpusa jer u nekim se tekstovima autor uopće ne spominje.

Za razliku od modela kojeg je za potrebe analize tekstnih vrsta u korporativnoj komunikaciji izradila Jurin (2010) i u kojem postoji i analizira se i zaključni dio teksta, takav dio nije sastavni element ovog modela kojim se analiziraju tekstne vrste u političkoj kampanji. Nepostojanje završnog dijela teksta karakteristika je ne samo političkih tekstova u medijima, već i karakteristika pisane masovne komunikacije općenito.

Analizom prototipičnih primjera tekstnih vrsta *vijest*, *uvodnik*, *intervju* i *analiza* utvrđeno je da svi tekstovi imaju zajedničke tematske, ilokutivne i stilističke elemente. Također, svi su tekstovi koherentni, kako na tematskoj, tako i na gramatičkoj razini. Koherencija teksta

ostvaruje se i na kognitivnoj razini, a jedan od osnovnih elemenata kojima se koherencija ostvaruje je i princip nadovezivanja (usp. Brinker i dr. 2014: 29-43). Primjeri eksplicitnog i implicitnog nadovezivanja pronađeni su u svakom od analiziranih tekstova, a s obzirom da se kroz određeni tekst provlači ista (logička) referenca (npr. *kurikularna reforma* je i *proces*, i *to pitanje*, ali i *program*), a time je i tematska progresija koherentna.

Analizirani prototipični primjeri iz obaju analiziranih dnevnih novina nude primjere metafora i metonimija vezanih isključivo za politički kontekst, a njihovo je razumijevanje na kognitivnoj razini ovisi o općem znanju i spoznajama svakog adresata. Javljaju se tako metafore POLITIKA JE SPORT/ SPORTSKO NATJECANJE, POLITIKA JE TIJELO/ KRETANJE, POLITIKA JE GRAĐEVINA ili POLITIKA JE BORBA/ RAT, dok su ODNOSI U POLITICI MEĐULJDSKI ODNOSI. Nadalje, javljaju se također i metafore DRŽAVA JE LJUDSKO BIĆE, VLADA JE LJUDSKO BIĆE, VLADA JE GRAĐEVINA ili ORGANIZACIJA JE GRAĐEVINA. Vrlo je čest i primjer metonimije MJESTO JE INSTITUCIJA, pa se tako pronalaze primjeri *Banski dvori* (Vlada Republike Hrvatske), *Pantovčak* (Predsjednica Republike Hrvatske) ili recimo *Ibler* (SDP - Socijaldemokratska partija Hrvatske).

Politolingvistička pak perspektiva nudi također zanimljive primjere, osobito jezične manipulacije u viđenju sebe i drugih. Svi analizirani prototipični primjeri obiluju primjerima opozicije *ja* ili *mi* naspram *njih* (tj. *drugih*). Tako je *ja* ili *mi* uvijek predstavljen u pozitivnom svijetlu i često se oblik *mi* koristi kako bi jedan pošiljatelj naglasio pripadnost i povezanost određenoj političkoj stranci, a javljaju se i primjeri *nas* kao cijelog naroda. Koriste se nadalje i pozitivno obilježene riječi u radnjama povezanim s *nama* te se na taj način persuazivno djeluje na adresata, u nadi da će se on poistovjetiti s pozitivnim elementima pošiljatelja poruke. Pošiljateljev perlokucijski utjecaj je dakle nastojati zavesti adresata i nagovoriti ga na politički odabir upravo opcije koju on predstavlja. Takav način persuazivne komunikacije još više dolazi do izražaja u negativnoj perspektivi, odnosno kada se druga strana, tj. *oni*, predstavljaju na negativan način. Druga je strana uvijek negativna, loša, i baš sve što čini predstavlja se kao neprihvatljivo djelovanje. Korišteni leksik negativno je obilježen, a to se najbolje ističe u tekstnim vrstama s dominantnom ekspresivnom funkcijom. Iz analize je vidljivo da su ovakvi primjeri manipulacije česti i u tekstnoj vrsti *intervju*, koja je zapravo jedina tekstna vrsta u javnim glasilima u kojoj se pošiljatelj poruke (uglavnom političar) izravno (doduše, u pisanom obliku i s vremenskim odmakom) obraća adresatima. Radi se



naime o tekstnoj vrsti koja u svojoj formi podrazumijeva novinarska pitanja te odgovore sugovornika, koji su onda preneseni u izvornom obliku kako su i izrečeni.

Nadalje, nakon provedene detaljne analize prototipičnih primjera, u svim tekstnim tipovima osim u podtipu informativa uočava se tendencija i Novog lista i Večernjeg lista prema zauzimanju pozicije bliže jednoj političkoj opciji. Ne radi se pritom o količini članaka u kojima dominira jedna od opcija, već o stavu novinara, koji, osobito u eksplikativnim tekstnim tipovima, kroz funkciju objašnjavanja ili dodatnog pojašnjavanja iznesenih činjenica, iznose svoja mišljenja (ili možda stav novinske kuće) u pojedinim pitanjima i oko određenih političkih aktera. Kako je već navedeno i u analizama, mogu se izdvojiti sljedeći primjeri:

Autorica teksta objavljenog u Večernjem listu 31. kolovoza 2016. godine, koji je analiziran u poglavlju 5.1.2.2., Borisa Jokića, koji je zbog političkog pritiska dotadašnje HDZ-ove vlade odstupio s dužnosti, karakterizira kao *najpoželjniju udavaču*, čime Jokiću i cijeloj Kurikularnoj reformi daje negativnu konotaciju i napose izravno utječe na perlokucijski efekt, odnosno, ovakvim prikazivanjem Borisa Jokića (koji je suprotstavljen HDZ-u), on je negativan, dok je HDZ ima pozitivnu ulogu. Ovakvim i sličnim politolingvističkim strategijama nastoji se manipulirati adresatima i na neki ih način nagovoriti na određeni politički odabir.

U tekstnoj vrsti *vijest* kao ekspresiv (v. poglavlje 5.1.5.1.) analiziran je tekst iz Novog lista u kojem se prenose Milanovićeve riječi s predizbornog skupa održanog u Splitu dan ranije. Osim što je, očekivano, Milanovićev stav izrazito negativan prema političkim protivnicima (prvenstveno HDZ-u), ali i političkim opcijama u susjedstvu, i njegove su riječi iznesene doslovno, u jednom od dva vizualno izdvojena elementa, autor teksta se osvrće na napise britanskog tjednika *The Economist* koji kritizira hrvatsku politiku i Zorana Milanovića. S obzirom da je Milanović negativno prikazan od strane *Economista*, novinarevi komentari su vrlo ironični prema tom britanskom tjedniku te se navodi da se teme *s visoka i iz pera sveznajućeg autora očešao i britanski tjednik The Economist* ili da je *Economist* *vjerojatno minucioznim analiziranjem domaće scene* ustvrdio neke negativne činjenice o Milanoviću.

Tekstna vrsta *analiza* s jedne strane pruža uvid u činjenično stanje stvari te bi se kao takva mogla svrstati u podtip informativa, međutim s obzirom na dodatna pojašnjenja i komentare novinara, ova se tekstna vrsta svrstava u eksplikative. U prilog tome idu i analize

prototipičnih primjera i iz Novog lista i iz Večernjeg lista. U Novom listu (v. poglavlje 5.4.1.) tako se predstavljaju kandidati na izbornim listama u sedmoj izbornoj jedinici, a već je iz slikovnih elemenata jasno da su izdvojene fotografije predstavnika samo nekih stranaka/koalicija te se i manipulacijom kroz sliku nastoji utjecati na birače. Nadalje, u izdvojenim tekstualnim dijelovima pojavljuju se kandidati iz Primorsko-goranske županije, što se može opravdati činjenicom da je Novi list pretežito regionalnog karaktera. Iako se radi o analizi izbornih jedinica, od 18 lista za njih devet navedeni su samo nositelji liste, a popis prvih sedam kandidata naveden je isključivo za HDZ i Narodnu koaliciju. Osim toga, u glavnom dijelu teksta novinar se fokusira i iznosi objašnjenja vezana uz pojedine članove HDZ-a, i to većinom uz negativne konotacije: Stier je bio u sukobu s Karamarkom te se radilo o *dubokim neslaganjima* i *pokušalo se onemogućiti Stierov prolaz na izborima za Europski parlament*, Jelić je bio *udaljen od Karamarka*, a Ćorić je pak *prošao jako loše* i *završio na neprolaznom mjestu u prvoj izbornoj jedinici*. Takvim napomenama novinar manipulativnim leksikom i politolingvističkim strategijama nastoji usmjeriti birače na odabir neke druge političke opcije.

Isto tako, u primjeru iz Večernjeg lista (v. poglavlje 5.4.2.) vezanom uz mirovinski sustav također se, kao i u primjeru iz Novog lista, ističu viđenja samo nekih političkih opcija, što je vidljivo kako u slikovnom tako i u tekstualnom dijelu članka, pa se tako podnaslov i jedan od slikovnih elemenata odnose isključivo na HDZ i SDP. Nadalje, negativnu konotaciju prema SDP-u novinarka je izrazila već u samom naslovu članka: *Socijalna mirovina za 20.000 ljudi koji nisu dovoljno radili*, a tek čitanjem cijelog teksta se utvrđuje da navedeno ne odgovara sadržaju. Također, navodom da je *SDP izbjegao spominjanje konkretnog iznosa mirovine*, kognitivno se implicira skrivanje informacija od strane SDP-a, što opet potvrđuje jezičnu manipulaciju novinara i navođenje birača da odaberu neku drugu političku opciju.

Može se utvrditi da je korpus ovog rada bio dovoljan za provjeru i potvrdu pretpostavki i to temeljem prikazane analize prototipičnih tekstova u predizbornoj kampanji u hrvatskim javnim glasilima. Tekstne vrste imaju specifični komunikacijski kod isključivo u razdoblju predizborne kampanje te postoji specifični kod koji će ukazati na opredijeljenost novina za jednu od strana u predizbornoj kampanji, i to na način da je Novi list bliži lijevoj političkoj opciji (SDP i Narodna koalicija), dok Večernji list favorizira desnu političku opciju (HDZ, Most). Osim toga, potvrđeno je da hrvatske političke stranke svoju ideologiju realiziraju putem zasebnog političkog sociolekta.

Tekstno-lingvistička analiza pruža mogućnost detaljnijeg uvida kako u tematsku tako i u jezično-stilističku razinu prototipičnih tekstova. Ovakvim se pristupom jasnije mogu izdvojiti osobito jezične i stilističke posebnosti takvih tekstova u jednoj vrsti medija te se jasno može razlučiti opredijeljenost pojedinih dnevnih javnih glasila za jednu od političkih opcija u predizbornoj kampanji, ali i općenito.

Različitim dionicima u medijskoj zajednici tekstno-lingvistička analiza korištena u ovom radu može biti od pomoći. S jedne strane, javnost može uvidjeti kako prepoznati i razotkriti skrivene persuazijske i manipulacijske taktike te uvidjeti i one prikrivene strategije koje političari koriste kako bi utjecali na njihove emocije, kako bi u konačnici osvojili njihov glas. S druge pak strane, u ovakvoj vrsti analize velik utjecaj ima sam medij kao posrednik u prijenosu informacija jer utječe na način na koji svaka informacija, pa tako i ona politička, doseže javnost i utječe na oblikovanje percepcije javnosti vezano za određena politička pitanja. Cijela medijska zajednica, od političara kao pošiljatelja poruke, preko novinara i medijskih kuća do adresata, treba biti svjesna da upravo zbog različitih tumačenja istog konteksta, tj. istih poruka od strane pošiljatelja dolazi do još veće polarizacije u medijima, te je cilj tekstno-lingvističke analize, ali i ovog rada, doprinijeti u razvijanju kritičkog mišljenja javnosti koja postaje u stanju prepoznati takve skrivene elemente.

Kao najveći doprinosi ovog rada smatraju se uvid u području analize tekstnih vrsta i tekstnih tipova korištenih u predizbornoj kampanji u hrvatskim javnim glasilima te uvođenje pojma politolingvistike u hrvatski akademski prostor. Ovaj rad iznosi jedan od prvih pokušaja sustavne lingvističke analize tekstnih vrsta u političkoj komunikaciji iz tekstno-lingvističke i politolingvističke perspektive u hrvatskom znanstvenom prostoru, a razlog tome leži u inače slabom bavljenju ovim područjima.

Suradnjom znanstvenika, medijske zajednice i cjelokupne javnosti može se ukazati kako na pozitivne tako i na negativne elemente i saznanja uočene u analizi korpusa ovog rada te se u budućnosti može očekivati odgovornije i objektivnije izvještavanje koje će doprinijeti većoj informiranosti i jačanju medijske pismenosti u društvu, ali pritom i potaknuti uravnoteženost i veću analitičnost u izvještavanju.

Nakon provedene tekstno-lingvističke analize tekstnih vrsta iz Novog lista i Večernjeg lista u predizbornoj kampanji iz 2016. godine, zaključak je da se u budućnosti svakako valja posvetiti daljnjoj analizi, osobito u vidu proširenja korpusa i na druga hrvatska javna glasila

te podrobniju analizu i manje zastupljenih te neprototipičnih tekstnih vrsta u političkoj komunikaciji. Time će se moći usporediti različita razdoblja, tj. različite predizborne kampanje te će se uočiti postoji li promjena u načinu na koji mediji prikazuju određene političke aktere i opcije te stavljaju li fokus na drukčije političke teme nego u ranijim razdobljima.

## 7. LITERATURA

Adamzik, K. (1995). Einleitung: Aspekte und Perspektiven der Textsortenlinguistik. U: Adamzik, K.: Textsorten – Texttypologie. Eine kommentierte Bibliographie. Münster: Nodus-Publ., 11-40.

Adamzik, K. (2004). Textlinguistik. Eine einführende Darstellung. Niemeyer, Tübingen.

Adamzik, K. (2008). Textsorten und ihre Beschreibung. U: Janich, N. (ur.): Textlinguistik. 15 Einführungen. Narr Studienbücher, Tübingen, 145-175.

Adamzik, K. (2016). Textlinguistik. Grundlagen, Kontroversen, Perspektiven. De Gruyter, Berlin.

Alaburić, V. (2003). Sloboda misli, mišljenja, izražavanja i informiranja : pravnoteorijska analiza temeljnih pojmova. Hrvatska pravna revija, 1-14.

Akopova, A. (2013). Linguistic manipulation: Definition and types. International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education, 1(2), 78-82. Preuzeto s: <https://ijcrsee.com/index.php/ijcrsee/article/view/13>

Averintseva-Klisch, M. (2013). Textkohärenz. Heidelberg: Winter.

Babić, S. (2018). Uloga konceptualne metafore, metonimije i konceptualne integracije u hrvatskom političkom diskursu. Doktorski rad. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Osijek. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:841931>

Badurina, L. (2008). Između redaka. Hrvatska sveučilišna naklada, Izdavački centar Rijeka, Zagreb/Rijeka.

Badurina, L. (2010). Lingvistika i tekst. Uz prvo hrvatsko izdanje Uvoda u lingvistiku teksta Roberta de Beaugrandea i Wolfganga Dresslera. Disput, Zagreb.

Badurina, L. (2011). Od sintakse prema suprasintaksi i dalje. Zagreb, Sintaksa hrvatskoga jezika.

Bagić, K. (2012). Rječnik stilskih figura. Školska knjiga, Zagreb.

Beaugrande, R.A de, Dressler, W.U. (2010). Uvod u lingvistiku teksta. Disput, Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci.

Blagus Bartolec, G. (1999). Pragmatika medijskog diskursa (Utjecaj televizijske poruke na primatelja). U: Badurina, L. i dr. (ur.): Teorija i mogućnosti primjene pragmalingvistike. Zagreb – Rijeka: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 85-90. Preuzeto s: <http://www.hdpl.hr/upload/ee8a3107de955d0b3ae98a81flaba5ec1c782998.pdf>.

Borčić, N. (2010). Konceptualne metafore u političkim intervjuima. *Medijske studije*, 1 (1-2), 136-155. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/76707>. (Datum pristupa: 17.01.2021.).

Borčić, N. (2017). Međudnos argumentacije, konceptualnih metafora i neverbalne komunikacije u javnim nastupima njemačkih i hrvatskih političara. Doktorski rad. Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:929146>. (Datum pristupa: 17.01.2021.).

Brinker, K. (1992). *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Schmidt Verlag, Berlin.

Brinker, K. (1997). *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 4. Aufl. Schmidt Verlag, Berlin.

Brinker, K. (2000). *Textstrukturanalyse*. U: Burkhardt, A., Steger, H., Wiegand, H.E. (ed.). *Text- und Gesprächslinguistik, Band 16.1*. De Gruyter. Berlin, New York, pp. 164 – 174.

Brinker, K., Cölfen, H., Pappert, S. (2014). *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 8., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Schmidt Verlag, Berlin.

Brozović Rončević, D., Žic Fuchs, M. (2003). Metafora i metonimija kao poticaj u procesu imenovanja. *Folia onomastica Croatica*, (12/13), str. 91-104. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/22313> (Datum pristupa: 17.11.2022.).

Buljan, G., Kučanda, D. (2004). Semantičke funkcije subjekta, teorija prototipova i metonimija. *Jezikoslovlje*, 5(1-2), pp. 87-101. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/30920> (Datum pristupa: 28.01.2023.).

Burger, H. (2005). *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. De Gruyter. Berlin, New York.

Burkhardt, A. (1996). *Politolinguistik. Versuch einer Ortbestimmung*. U: Diekmannshenke, H. i Klein, J. (ur.). *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und*

politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation. De Gruyter. Berlin, New York. S. 75-100.

Burkhardt, A. (2003). Das Parlament und seine Sprache: Studien zu Theorie und Geschichte parlamentarischer Kommunikation. Berlin, New York: Max Niemeyer Verlag. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110914092>

Cârstocea, A. Ethno-business—the Manipulation of Minority Rights in Romania and Hungary. PERPETUAL MOTION?, 16, str. 16-28. Preuzeto s: [https://discovery.ucl.ac.uk/1322708/1/Carstocea\\_Chapter%20Two.pdf](https://discovery.ucl.ac.uk/1322708/1/Carstocea_Chapter%20Two.pdf)

Chomsky, N. (2004). Language and Politics. AK Press.

Coseriu, E. (1955). Determinación y Entorno: Dos problemas de una lingüística del hablar. Romanistisches Jahrbuch, 7(1), 29-54. DOI: <https://doi.org/10.1515/roja-1955-0103>

Dieckmann, W. (2005). Deutsch: politisch – politische Sprache im Gefüge des Deutschen. U: Duden Redaktion und Gesellschaft für deutsche Sprache (Hrsg.): Duden. Sprache und Politik. S.11-30.

Dominick, J. R. (2004). The Dynamics of Mass Communication, McGraw-Hill, London.

Dontcheva-Navratilova, O., Adam, M., Povolná, R., Vogel, R. (2020). Persuasion in Specialised Discourses. Springer International Publishing.

Fillmore, C.J. (1982). Frame semantics. U: The Linguistic Society of Korea (Hrsg.): Linguistics in the morning calm. S. 111-137.

Fix, U. (2008). Text und Textlinguistik. U: Janich, Nina (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen. Narr Studienbücher, Tübingen. S.15-34.

Fix, U. (2008a). Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene. Frank&Timme, Berlin.

Fowler, R. (1991). Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. Routledge, London and New York.

Franke, W. (1987). Texttypen-Textsorten-Textexemplare. Ein Ansatz zu ihrer Klassifikation und Beschreibung. U: Zeitschrift für germanistische Linguistik 15, H.3, 263-281. DOI: <https://doi.org/10.1515/zfgl.1987.15.3.263>

Gansel, Ch. (2011). Textsortenlinguistik. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.

- Girnth, H. (2002). Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation. Niemeyer, Tübingen.
- Glovacki-Bernardi, Z. (2004). O tekstu. Školska knjiga, Zagreb.
- Graber, D. A. (1993). Processing the News: How People Tame the Information Tide, 2nd ed., Addison-Wesley Longman, Boston.
- Granić, J. (1999). Jezik i politike. U: Badurina, L. i dr. (ur.): Teorija i mogućnosti primjene pragmalingvistike. Zagreb – Rijeka: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 279-284. Preuzeto s: <http://www.hdpl.hr/upload/ee8a3107de955d0b3ae98a81flaba5ec1c782998.pdf>.
- Green, D.P., Gerber, A.S. (2019). Get out the vote: How to increase voter turnout. Brookings Institution Press.
- Grice, H. P. (1975). Logic and Conversation. U: Cole, P. i Morgan, J. L. (ur.): Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts. New York: Academic Press, S. 41-58.
- Große, E.U. (1974). Texttypen. Linguistik gegenwärtiger Kommunikationsakte. Theorie und Deskription. Kohlhammer, Stuttgart/ Berlin/ Köln/ Mainz.
- Große, E.U. (1976). Text und Kommunikation. Verlag W. Kohlammer, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz.
- Grünert, H. (1974). Sprache und Politik: Untersuchungen zum Sprachgebrauch der "Paulskirche". Berlin, Boston: De Gruyter.
- Harris, Z. (1952). Discourse Analysis. Language, Vol. 28, No. 1, pp. 1-30. Linguistic Society of America. Preuzeto s: <http://www.jstor.org/stable/409987>. (datum pristupa: 14.05.2020.)
- Heinemann, M., Heinemann, W. (2002). Grundlagen der Textlinguistik. Niemeyer, Tübingen.
- Heinemann W. (2000). Textsorte – Textmuster – Texttyp. U: Brinker, K., Antos, G., Heinemann, W. & Sager, S. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. HSK-Band 16.1. Berlin/New York, S. 507-522.
- Heinemann, W. (2000a). Aspekte der Textsortendifferenzierung. U: Brinker, K., Antos, G., Heinemann, W. & Sager, S. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. HSK-Band 16.1. Berlin/New York, S. 523-546.



Heinemann, W., Viehweger, D. (1991). *Textlinguistik. Eine Einführung*. Niemeyer, Tübingen.

Hoffmann, L. (1988). *Vom Fachwort zum Fachtext. Beiträge zur angewandten Linguistik*. Narr Verlag, Tübingen.

Hudeček, L., Lewis, K. (2020). *Dan neovisnosti i Dan nezavisnosti*. U: *Hrvatski jezik* 7 (3), str. 30-34. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/245306> (datum pristupa: 18.02.2022.)

Ivanetić, N. (1995). *Govorni činovi*. Zavod za lingvistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.

Ivanetić, N. (2003). *Uporabni tekstovi*. Zavod za lingvistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.

Josipović, I. (2017). 'Pravni i politički aspekti spora Hrvatske i Srbije o nadležnosti za ratne zločine'. *Hrvatski ljetopis za kaznene znanosti i praksu*, 24(1), str. 15-58. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/187017> (Datum pristupa: 27.04.2022.)

Jozić, Ž. (gl. ur.) (2013). *Hrvatski pravopis*. Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje. Zagreb.

Jurin, S. (2010). *Tekstne vrste u korporativnom menadžmentu*. Doktorski rad. Sveučilište u Zadru.

Jurin, S. (2011). The role of text genres offer and authorisation/approval in management communication. *Tourism and hospitality management*, 17 (2), 251-265. DOI: <https://doi.org/10.20867/thm.17.2.6>

Jurin, S. (2012). An Analysis of Text Genres Belonging to Bilateral Commissive Text Types Used in the Management of Multinational Corporations for Communication Purposes. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 10 (2), 193-203. DOI: <https://doi.org/10.7906/indecs.10.2.11>

Jurin, S. (2013). Funkcionalne karakteristike tekstne vrste izvješće. *Filologija*, (61), 165-178. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/117056>

Jurin, S. (2014). New Trends in Nonverbal Communication used in Croatian Public Discourses // *Middle East journal of scientific research*, 20; 83-88. <https://doi:10.5829/idosi.mejsr.2014.20.lcl.212>

Jurin, S., Krišković, A. (2017). Texts and their usage through text linguistic and cognitive linguistic analysis. Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.

Jurin, S., Kružić, D. (2020a): Über Sprache und Text. Verlag Dr. Kovač, Hamburg.

Jurin, S., Kružić, D. (2020b). Cognitive framing through political catchwords: A short assessment of Croatian media neutrality. *Ars & Humanitas*, 14(1), 89-103. DOI: <https://doi.org/10.4312/ars.14.1.89-103>

Kenzhekanova, K., Zhanabekova, M., Konyrbekova, T. (2015). Manipulation in Political Discourse of Mass Media. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 325. Preuzeto s: <https://www.richtmann.org/journal/index.php/mjss/article/view/7013>

Klein, J. (1989). Wortschatz, Wortkampf, Wortfelder in der Politik. U: Klein, J. (Hrsg.): Politische Semantik. Bedeutungsanalytische und sprachkritische Beiträge zur politischen Sprachverwendung. Opladen, 3-50.

Klein, J. (1998). Politische Kommunikation als Sprachstrategie. U: Jarren, O., Sarcinelli, U., Saxer, U. (Hrsg): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Springer Verlag. S. 376-395.

Klein, J. (2000). Textsorten im Bereich politischer Institutionen. U: Brinker, K., Antos, G., Heinemann, W., Sager, S.F. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. 1. Halbband: Textlinguistik. Berlin / New York: de Gruyter, 731-755. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110194067-066>

Lakoff, G. (2014). The all new don't think of an elephant!: Know your values and frame the debate. Chelsea Green Publishing.

Manolov, G. L. (2018). Language manipulation strategies of the political advertising in Bulgaria. *Media Linguistics*, 5 (4), 545–556. DOI: <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.412>

Maurer, M. (2010). Der Einfluss verbaler und visueller Informationen auf die Urteilsbildung über Politiker. U: Schemer, Ch., Wirth, W., Wunsch, C. (Hrsg). Politische Kommunikation: Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung. Nomos. Baden-Baden.

Miletić, N., Perić, M. (2022). Jezik manipulacije u medijskom diskursu u doba koronakrize. *Fluminensia*, 34 (1), 143-161. <https://doi.org/10.31820/f.34.1.7>

- Mio, J. S. (1997). Metaphor and Politics. U: Metaphor and Symbol, Taylor & Francis, god. XII, br. 2, str. 113-133. DOI: [https://doi.org/10.1207/s15327868ms1202\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327868ms1202_2)
- Mokriš, S. (2011). Novine i njihova uloga u društvenoj zajednici. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, 54(4), str. 115-130. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/80044>
- Morris, Charles W. (1981). Zeichen, Sprache und Verhalten. Frankfurt a. M.
- Muhvić-Dimanovski, V., Skelin Horvat, A., Hriberski, D. (2016). Rječnik neologizama u hrvatskome jeziku, [www.rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr](http://www.rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr)
- Niehr, T. (2014). Einführung in die Politolinguistik. Gegenstände und Methoden. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- Podboj, M. (2011). Manipulacija u političkom diskursu-kritički pristup. Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis, 5(5.), 123-133.
- Požar, P. (2001). Leksikon povijesti novinarstva i publicistike. PP, Split.
- Rolf, E. (2015). Die Funktion der Gebrauchstextsorten. De Gruyter, Berlin.
- Schmitz, U. (2005). Blind für Bilder. Warum sogar Sprachwissenschaftler auch Bilder betrachten müssen. OBST. Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie, 69, 187-227.
- Schönbach, K. (2019). Verkaufen, Flirten, Führen. Persuasive Kommunikation - ein Überblick. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schulz, W. (2011). Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Searle, J.R. (2018). Govorni činovi. Matica hrvatska, Zagreb.
- Searle, J.R., Vanderveken, D. (1985). Foundations of illocutionary logic. Cambridge [Cambridgeshire: Cambridge University Press.
- Sedak, K. (2022). Povjerenje u komunikacijske kanale i izborna preferencija birača u Republici Hrvatskoj. Doktorski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:232905>
- Shigapova, F.F., Titova, E.A., Morozova, T.V., Sabirova, A.N. (2021). Manipulative Speech Techniques in Political Discourse. Propósitos y Representaciones, 9(SPE2), e1020. DOI: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE2.1020>.

- Silić, J. (1984). *Od rečenice do teksta*. Sveučilišna naklada Liber, Zagreb.
- Silić, J. (2006). *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika* (Vol. 6). Disput.
- Sušac, V. (2006). *Politička korektnost i medijska jezična korektivnost*. U: Granić, J. (ur.). *Jezik i mediji - jedan jezik: više svjetova*.
- Sušac, V. (2022). *Kognitivna semiotika oglašavanja*. Zadar, Morepress.
- Šegvić, B. (2022). *Usporedna analiza muške i ženske retorike u političkom intervjuu*. Doktorski rad. Filozofski fakultet u Zagrebu. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:523997>
- Škiljan, D. (2002). *Govor nacije (jezik, nacija, Hrvati)*. Zagreb, Golden marketing.
- Štrkalj Despot, K. (2016). *Metafore u (hrvatskoj) politici*. *Hrvatski jezik: znanstveno-popularni časopis za kulturu hrvatskoga jezika*, 3(4), pp. 1-5. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/172133>
- Tomić, Z. (2012). *Osnove političkog komuniciranja*. Synopsis, Mostar.
- Tomić, Z., Spahić, B., Granić, I. (2008). *Strategija izbornih kampanja*. Synopsis, Zagreb, Sarajevo.
- van Dijk, T. A. (1977). *The pragmatics of discourse*. U: van Dijk, T.A. *Text and Context. Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*. London.
- van Dijk, T. A. (1985). *The expression of ethnic situation models in prejudiced stories*. U: Forgas, J. P. (Ur.) *Language and social situations*, 61-79. Springer. New York.
- van Dijk, T. A. (2006). *Discourse and Manipulation*. U: *Discourse and Society*. 17(2), 359-383.
- Velčić, M. (1987). *Uvod u lingvistiku teksta*. Školska knjiga, Zagreb.
- Virtanen, T., Halmari, H. (2005). *Persuasion across genres: Emerging perspectives*. U: Halmari, H., Virtanen, T. (Ur.) (2005). *Persuasion across genres: A linguistic approach*. John Benjamins Publishing. DOI: <https://doi.org/10.1075/pbns.130.03vir>
- Ziem, A. (2008). *Frames und sprachliches Wissen. Kognitive Aspekte der semantischen Kompetenz (Sprache und Wissen 2)*. De Gruyter. Berlin, New York.

Žugaj, M., Šterc, S. (2016). Hrvatske izborne jedinice — postojeći nesklad i buduće promjene. *Pilar*, XI (22 (2)), 9-33. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/187784>.

Županović Filipin, N. (2017). *Pogled u tekst. Analiza referencijskih odnosa na tekstnoj razini*. ITG, Zagreb.

#### Online izvori:

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (2019): Na tržištu tiska prisutna stagnacija i nastavak pada prodanih naklada. <http://atzn.hr/na-trzistu-tiska-prisutna-stagnacija-i-nastavak-pada-prodanih-naklada/> (datum pristupa: 13.4.2021.)

Božičević, V. (2014). Tko je Sandra Švaljek, žena koja vlada Zagrebom? Portal net.hr. Terglav B. (gl. ur.). Objavljeno online: 22.10.2014. <https://net.hr/danas/hrvatska/tko-je-sandra-svaljek-zena-koja-vlada-zagrebom-0b68b2f4-b1c3-11eb-b867-0242ac13005e> (datum pristupa: 12.08.2022.)

Bundeszentrale für politische Bildung (2022): Das Europalexikon. <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-europalexikon/> (datum pristupa: 7.9.2022.)

Cjelovita kurikulumna reforma. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta. <http://www.kurikulum.hr/>. Podstranica: [http://www.kurikulum.hr/sto\\_ukljucuje\\_kur\\_reforma/](http://www.kurikulum.hr/sto_ukljucuje_kur_reforma/) (datum pristupa: 29.03.2022.)

Državno izborno povjerenstvo Republike Hrvatske. <https://www.izbori.hr/site/>. Podstranica: <https://www.izbori.hr/site/izbori-referendumi/izbori-za-zastupnike-u-hrvatski-sabor/67> (datum pristupa: 12.07.2021.)

Duden Online (2023). Cornelsen Verlag GmbH. Natuknica: *Politik* <https://www.duden.de/rechtschreibung/Politik> (datum pristupa: 22.09.2021.)

Govor Franje Tuđmana u Zračnoj luci Zagreb 23. studenog 1996.. (10.07.2021.). Wikizvor. [https://hr.wikisource.org/wiki/Govor\\_Franje\\_Tu%C4%91mana\\_u\\_Zra%C4%8Dnoj\\_luci\\_Zagreb\\_23.\\_studenog\\_1996.](https://hr.wikisource.org/wiki/Govor_Franje_Tu%C4%91mana_u_Zra%C4%8Dnoj_luci_Zagreb_23._studenog_1996.) (datum pristupa: 29.07.2022.)

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Kragić, Bruno (ur.). (2022). Leksikografski zavod Miroslav Krleža. [www.enciklopedija.hr](http://www.enciklopedija.hr). Natuknice:

*stilistika* <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58103> (datum pristupa: 14.05.2020.); *intervju* <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27678> (datum pristupa: 28.07.2022.)

Hrvatski jezični portal. <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main>. Natuknice:

*čaršija* (datum pristupa: 11.08.2022.)

*ćato* (datum pristupa: 11.08.2022.)

*derbi* (datum pristupa: 07.03.2022.)

*diletant* (datum pristupa: 11.08.2022.)

*kampanja* (datum pristupa: 06.10.2022.)

*lustracija* (datum pristupa: 20.04.2022.)

*manipulacija* (datum pristupa: 13.11.2022.)

*marifetluk* (datum pristupa: 29.07.2022.)

*neovisan* (datum pristupa: 07.03.2022.)

*nezavisan* (datum pristupa: 07.03.2022.)

*politika* (datum pristupa: 22.09.2021.)

*preferencijalan* (datum pristupa: 02.08.2022.)

*ruka* (datum pristupa: 11.08.2022.)

*svrbjeti* (datum pristupa: 11.08.2022.)

*špic* (datum pristupa: 21.04.2022.)

*šporak* (datum pristupa: 11.08.2022.)

*udavača* (datum pristupa: 31.03.2022.)

*ugrožen* (datum pristupa: 21.04.2022.)

*uhljeb* (datum pristupa: 29.07.2022.)

*uvodnik* (datum pristupa: 14.08.2022.)

*vrag* (datum pristupa: 29.07.2022.)

Hrvatski Sabor. <https://sabor.hr/>; podstranica: <https://www.sabor.hr/hr/zastupnici/mrak-taritas-anka-8-saziv> (datum pristupa: 30.07.2022.)

Hrvatsko mirovinsko osiguravajuće društvo. <https://hrmod.hr/>; podstranica: <https://hrmod.hr/hrvatski-mirovinski-sustav/> (datum pristupa: 04.08.2022.)

Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje; <https://www.mirovinsko.hr>; podstranice: <https://www.mirovinsko.hr/hr/pregled-prava/28> (datum pristupa: 04.08.2022.); <https://www.mirovinsko.hr/hr/starosna-mirovina/166> (datum pristupa: 04.08.2022.)

Kolokacijska baza hrvatskog jezika. Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje. Natuknice: *ostavka* [http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=ostavka&search\\_type=basic](http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=ostavka&search_type=basic) (datum pristupa: 31.03.2022.)  
*vlada* [http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=vlada&search\\_type=basic](http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=vlada&search_type=basic) (datum pristupa: 29.03.2022.)

Kristović, I., Hina (2016). Boris Jokić: Dajemo ministru rok do srijede. Spremni smo odstupiti s našeg mjesta. Večernji list, Zagreb. Objavljeno online: 23.05.2016. <https://www.vecernji.hr/vijesti/konferencija-za-medije-radne-skupine-za-kurikularnu-reformu-nemam-informaciju-da-bi-jokic-mogao-podnijeti-ostavku-1086500> (datum pristupa: 29.03.2022.)

Lilek, M. (2018). BORIS JOKIĆ Kako mu je Vrdoljak nudio ulazak u Vladu i zašto smatra da reformu treba odgoditi: 'Ovo što se kod nas radi rade države Trećeg svijeta...'. Jutarnji list, Zagreb. Objavljeno online: 14.04.2018. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/boris-jokic-kako-mu-je-vrdoljak-nudio-ulazak-u-vladu-i-zasto-smatra-da-reformu-treba-odgoditi-ovo-sto-se-kod-nas-radi-rade-drzave-treceg-svijeta-7240926> (datum pristupa: 29.03.2022.)

Ministarstvo pravosuđa (2017). Statistički pregled za 2016. godinu. Dostupno online na: <https://mpu.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Pravo%20na%20pristup%20informacijama/Izvje%C5%A1%C4%87a/Statisticki%20pregled%20za%202016%20godinu.pdf>

Penić, G. i Mamić, T. (2016). Radi se zakon o lustraciji! Hasanbegović istražuje češki model, Tepeš: Izrael i danas lovi naciste, zašto ne bismo i mi lovili komunističke zločince? Večernji list, Zagreb. Objavljeno online: 19. 02. 2016. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/radi-se-zakon-o-lustraciji-hasanbegovic-istrazuje-ceski-model-tepes-izrael-i-danas-lovi-naciste-zasto-ne-bismo-i-mi-lovili-komunisticke-zlocince-101506> (datum pristupa: 20.04.2022.)

Toma, I. (2021). Kakva mu je zapravo ostavština: 'Idiotizam je reći da Bandić nije ništa napravio za Zagreb'. Jutarnji list, Zagreb. Objavljeno online: 21.02.2021. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/kakva-mu-je-zapravo-ostavstina-idiotizam-je-reci-da-bandic-nije-nista-napravio-za-zagreb-15054145> (datum pristupa: 28.07.2022.)

UDBA. (7.11.2022.). Wikipedija, Slobodna enciklopedija.  
<https://hr.wikipedia.org/wiki/UDBA> (datum pristupa: 20.04.2022.)

Udruga Franak (2013). „SLUČAJ FRANAK“. Objavljeno online: 12.08.2013.  
<https://udrugafanak.hr/slucaj-franak-sazetak/> (datum pristupa: 20.08.2022.)

Ured za publikacije (2021). Međuinstitucijski stilski priručnik. Ured za publikacije.  
<https://data.europa.eu/doi/10.2830/277> (datum pristupa: 11.05.2022.)

Venecijanska komisija Vijeća Europe (2012): The former Yugoslav Republic of Macedonia - "lustration" law.  
[https://www.venice.coe.int/Newsletter/NEWSLETTER\\_2013\\_01/3\\_MAC\\_EN.html](https://www.venice.coe.int/Newsletter/NEWSLETTER_2013_01/3_MAC_EN.html)

Vlada Republike Hrvatske; <https://vlada.gov.hr>; podstranice:  
<https://vlada.gov.hr/kontakti/16> (datum pristupa: 06.08.2022.), <https://vlada.gov.hr/o-vladi/clanovi-vlade/sazivi-vlada-93/12-vlada-rh/19501> (datum pristupa: 30.07.2022.),  
<https://vlada.gov.hr/vijesti/vlada-rijesila-problem-gradjana-korisnika-kredita-u-svicarskim-francima/17633> (datum pristupa: 20.08.2022.)

Zakon o izborima zastupnika u Hrvatski sabor (Narodne novine, br. 116/99, 109/00, 53/03, 69/03, 167/03, 44/06, 19/07, 20/09, 145/10, 24/11, 93/11, 120/11, 19/15, 104/15, 98/19)

Tko je bio Milan Bandić? (2021). Index Vijesti. Objavljeno online: 28.02.2021.  
<https://www.index.hr/vijesti/clanak/tko-je-bio-milan-bandic/2257525.aspx> (datum pristupa: 28.07.2022.)



## Sažetak

Svako je ljudsko djelovanje, pa tako i ono političko, nezamislivo bez komunikacije. Danas su u fokusu istraživačkog interesa uglavnom usmena komunikacija i javni nastupi, dok se, barem u Hrvatskoj, vrlo mali broj autora bavi analizom pisanih tekstova i to načelima tekstne lingvistike. Nadalje, kako je i politika oduvijek sastavni dio ljudskoga života, a u današnje je vrijeme zahvaljujući medijima političko djelovanje postalo sveprisutno, sve se više analiza i istraživanja bavi upravo analizom govora hrvatskih političara i političkog diskursa te odnosima s javnošću, dok se pisani tekst i uporabne tekstne vrste nalaze u drugom planu. Upravo stoga se istraživanje ovog doktorskog rada temelji na političkim tekstovima i tekstno-lingvističkoj analizi različitih tekstnih vrsta objavljenih u hrvatskim javnim glasilima *Novi list* i *Večernji list* za vrijeme predizborne kampanje za 9. saziv Hrvatskog sabora. U razdoblju od 15. kolovoza do 10. rujna 2016. godine u tiskanim izdanjima navedenih dnevnih novina prikupljeno je 830 jedinica različitih tekstnih vrsta, a za korpus i analizu ovog rada odabrano je 765 članaka, njih 50,4 % iz *Novog lista* te 49,6 % iz *Večernjeg lista*. Ti su članci klasificirani u tekstne tipove i vrste političkog teksta, a kriteriji za takvu klasifikaciju polaze od funkcionalnih modela za diferenciranje tekstnih tipova (Brinker i dr. 2014, Ivanetić 2003, Jurin 2010; 2017) koji se baziraju na pragmatičkim aspektima i utjecaju izvanjezičnih faktora za određivanje i klasifikaciju tekstnih vrsta. Tim se modelima tekstni tipovi dijele u pet funkcionalnih kategorija: asertive (s podtipovima informativi, eksplikativi, orijentativi i animativi), direktive (s podtipovima izdavanje naloga i naredbi, izdavanje uputa za proizvoljne odabire i instruktivi), komisive (s podtipovima unilateralne i bilateralne tekstne vrste), ekspresive (s podtipovima kontaktivi, tekstovi koji izražavaju negativan stav i oni koji daju oduška osjećajima) i deklarative, a ovo je nazivlje u hrvatskoj tekstno-lingvističkoj terminologiji prva koristila upravo Ivanetić (2003). Za opis prototipičnih tekstnih vrsta izrađen je model kojim su tekstne vrste u predizbornoj kampanji opisane na tri razine: komunikacijsko-pragmatičkoj, tematskoj i jezično-stilističkoj (usp. Brinker i dr. 2014). Analiza je omogućila prikaz najzastupljenijih tekstnih vrsta i tekstnih tipova koji se koriste u predizbornoj kampanji s obzirom na komunikacijsku funkciju i realizaciju ideologije neke političke stranke. Dokazano je pritom i da se u predizbornoj kampanji koristi specifičan hrvatski politički sociolekt, tj. poseban jezični i komunikacijski kod pojedinih političkih stranaka u Hrvatskoj. Nadalje, analizom je potvrđeno i da postoji specifični jezični

i komunikacijski kod koji ukazuje na opredijeljenost novina za jednu od strana u predizbornoj kampanji, i to na način da je Novi list bliži lijevoj političkoj opciji (SDP i Narodna koalicija), dok Večernji list favorizira desnu političku opciju (HDZ, Most), što se osobito ističe u tekstnim vrstama koje se mogu klasificirati kao tekstni tip eksplikativ. Naime, upravo eksplikativnom funkcijom, tj. pojašnjavanjem činjenica novinari iznose svoje stavove (ili one novinske kuće za koju pišu) i na taj način ostavljaju mogućnost persuazije ili manipulacije prema adresatu.

Ključne riječi: tekstna lingvistika; tekstni tip; tekstna vrsta; politolingvistika; predizborna kampanja; politički sociolekt; manipulacija.

## Summary

Any human action, including the political one, is unimaginable without communication. Today, the focus of research interest is mainly on oral communication and public appearances, while very few authors, at least in Croatia, deal with the analysis of written texts according to the principles of text linguistics. Since politics has always been an integral part of human life, and nowadays thanks to the media, political activities are omnipresent, dominant research deal precisely with analysis of speeches of Croatian politicians, political discourse and public relations, while the written text and text genres have been left aside. Precisely for this reason, the research for this dissertation is based on political texts and text-linguistic analysis of different text genres published in Croatian public newspapers *Novi list* and *Večernji list* during the pre-election campaign for the 9th Assembly of the Croatian Parliament. In the period from August 15 to September 10, 2016, 830 units of different text genres were collected from the printed editions of the above-mentioned daily newspapers and 765 articles were selected for the corpus and further analysis of this dissertation, of which 50.4% were from *Novi list* and 49.6% from *Večernji list*. These articles are classified into text types and text genres. The criteria for such classification are based on functional models for distinguishing text types (Brinker et al. 2014, Ivanetić 2003, Jurin 2010; 2017), which are based on pragmatic aspects and the influence of extra-linguistic factors for determining and classifying text genres. According to these models, text types are classified into five functional categories: assertives (with the subtypes: informatives, explicatives, orientatives, and animatives), directives (with the subtypes: giving orders and commands, giving instructions for arbitrary selection, and instructives), commissives (with the subtypes: unilateral and bilateral text genres), expressives (with the subtypes: contactives, texts which express negative attitude, and those which express emotions), and declaratives. These terms were first used in the Croatian text-linguistic terminology by Ivanetić (2003). In order to analyse the prototypical text genre, a model was created that analyses text genres in the pre-election campaign on three levels: communication-pragmatic, thematic, and linguistic-stylistic (cf. Brinker et al. 2014). The analysis enabled the presentation of the most frequently represented text types and text genres used in the pre-election campaign in terms of the communication function and implementation of ideology of a particular political party. It was also proved that a specific Croatian political sociolect is used in the pre-election

campaign, i.e. a specific language and communication code of certain political parties in Croatia. In addition, the analysis also confirmed that there is a specific linguistic and communication code indicating the newspaper's inclination towards one of the parties (or options) in the pre-election campaign: Novi list prefers more the left political option (SDP and Narodna koalicija), while Večernji list the right political option (HDZ, Most), which is especially noticeable in text genres that can be classified as explicatives. Namely, journalists express their views (or those of the newspaper company they write for) using texts with dominant explicative function, and through it they try to persuade or manipulate the addressee.

Keywords: text linguistics; text type; text genre; politolinguistics; political sociolect; pre-election campaign; manipulation.

## Prilozi

Popis slika, grafičkih prikaza i tablica

Slike:

Slika 1: Područja politolingvistike prema Burkhardt

Slika 2: Faktorski model političke komunikacije

Grafički prikazi:

Grafički prikaz 1: Model analize tekstnih vrsta u korporativnom menadžmentu

Grafički prikaz 2: Model analize tekstnih vrsta u predizbornoj kampanji

Tablice:

Tablica 1: Klase tekstnih vrsta i tekstne vrste u području političkih institucija prema Kleinu

Tablica 2: Tekstne vrste u predizbornoj kampanji 2016. godine

Tablica 3: Tekstne vrste prema funkcionalnim tekstnim tipovima

Tablica 4: Kategorizacija tekstne vrste *vijest* u funkcionalne tekstne tipove

Tablica 5: Kategorizacija tekstne vrste *uvodnik* u funkcionalne tekstne tipove

Tablica 6: Kategorizacija tekstne vrste *intervju* u funkcionalne tekstne tipove

Tablica 7: Klasifikacija tekstne vrste *analiza* u funkcionalne tekstne tipove

## Životopis

Daniela Ježić rođena je u Rijeci 1984. godine gdje je završila osnovnu školu i gimnaziju. Godine 2009. diplomirala je talijanski jezik i književnost i njemački jezik i književnost na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. 2012. godine upisala je poslijediplomski specijalistički studij prevoditeljstva na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Rijeci te 2014. godine obranila specijalistički rad „Die Auseinandersetzung mit der Problematik de Übersetzens von einigen Kapiteln des Lehrerhandbuches "Ocjenjivanje"“ (mentorica doc. dr. sc. Manuela Svoboda). 2017. godine upisuje poslijediplomski sveučilišni studij Humanističke znanosti na Sveučilištu u Zadru.

Radno iskustvo stjecala je u prevođenju kao sudski tumač za talijanski, njemački i engleski jezik te kao nastavnica talijanskog i njemačkog jezika u osnovnim i srednjim školama (SŠ dr. Antuna Barca Crikvenica, Prirodoslovna i grafička škola Rijeka, OŠ Zvonka Cara Crikvenica, OŠ Ivana Mažuranića Novi Vinodolski, OŠ Vladimir Gortan Rijeka, OŠ Kantrida, OŠ Kraljevica) te školama stranih jezika (Interlang, Aranea). Od listopada 2015. godine zaposlena je na mjestu predavača, a od veljače 2022. na mjestu višeg predavača na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Rijeci. Trenutno je pročelnica Multidisciplinarne katedre te je nositeljica kolegija iz talijanskog i poslovnog njemačkog jezika.

Istraživački i znanstveni interes Daniele Ježić usmjeren je prvenstveno na tekstnu lingvistiku i politolingvistiku, a zatim i na jezik za posebne namjene. Autorica je i koautorica više znanstvenih i stručnih radova te znanstvene monografije „Über Sprache und Text. Eine Einführung in die Linguistik und Textlinguistik“. Osim toga, prevela je djelo „Mali princ“ („El picio principe“) na fijumanski dijalekt, čija je izvorna govornica.