

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ

ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

Марија М. Лончар

**ПЕРСУАЗИВНОСТ У ПОЛИТИЧКОМ
ДИСКУРСУ КРОЗ УПОТРЕБУ ПОЈМОВНИХ
МЕТАФОРА И МОДАЛНИХ СРЕДСТАВА У
ЕНГЛЕСКОМ И СРПСКОМ ЈЕЗИКУ**

докторска дисертација

Београд, 2020.

UNIVERSITY OF BELGRADE

FACULTY OF PHILOLOGY

Marija M. Lončar

**PERSUASIVENESS IN POLITICAL
DISCOURSE THROUGH THE USE OF
CONCEPTUAL METAPHORS AND MODAL
MEANS IN ENGLISH AND SERBIAN**

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2020.

УНИВЕРСИТЕТ В БЕЛГРАДЕ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Мария М. Лончар

**УБЕДИТЕЛЬНОСТЬ В ПОЛИТИЧЕСКОМ
ДИСКУРСЕ ЧЕРЕЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ МЕТАФОР И
МОДАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В АНГЛИЙСКОМ И
СЕРБСКОМ ЯЗЫКАХ**

Докторская диссертация

Белград, 2020.

Ментор:

др Ивана Трбојевић Милошевић, ванредни професор, Универзитет у Београду, Филолошки факултет

Чланови комисије:

1. _____

2. _____

Датум одбране:

ПЕРСУАЗИВНОСТ У ПОЛИТИЧКОМ ДИСКУРСУ КРОЗ УПОТРЕБУ ПОЈМОВНИХ МЕТАФОРА И МОДАЛНИХ СРЕДСТАВА У ЕНГЛЕСКОМ И СРПСКОМ ЈЕЗИКУ

Апстракт

Предмет истраживања у овом раду је персуазивност у политичком дискурсу која се остварује употребом појмовних метафора и модалних средстава у енглеском и српском језику. Персуазивна снага метафора објашњава се кроз теорију о појмовним (концептуалним) метафорама Лејкофа и Џонсона према којој се тврди да метафоре обликују начин мишљења, односно, утичу на начин концептуализације наше реалности. Персуазивност модалних средстава посматрамо у политичким слоганима и она се реализује у оквирима динамичке и деонтичке модалности, тј. кроз директивне, комисионе и волитивне исказе, као и исказе способности. Овом истраживању приступамо интердисциплинарно ослањајући се на теоријске постулате из различитих лингвистичких области – когнитивне лингвистике, прагматике, интеркултурне прагматике, контрастивне анализе, затим реторике и критичке анализе дискурса. У анализи примењујемо интегративни модел имајући у виду комплексност персуазивних намера и сва језичка и нејезичка средства која се са истим циљем користе.

Метода која је коришћена је комбинација квантитативне и квалитативне. Корпусна грађа обухватила је текстове на енглеском и српском језику објављене у периоду од 2008. до 2017. године у дневним и недељним листовима на српском и енглеском језику, као и обраћања политичких кандидата у току изборне кампање и непосредно након објављивања изборних резултата. У емпиријском делу истраживања нашле су се најфреквентније метафоричке структуре, односно, доминантни примери метафоричког језика у политичком дискурсу на два језика – српском и енглеском као и централни слогани политичких партија који имају модални карактер. Сви издвојени примери посматрани су као језичка средства са великим персуазивним и манипулативним потенцијалом.

Резултати истраживања су показали да се персуазивни ефекат и персуазивне стратегије кроз језичка средства, у нашем случају кроз појмовне метафоре и модализоване исказе, постижу на исти или готово исти начин како у српском, тако и у енглеском језику. Такозваним намерним метафоричким уоквиривањем, односно, игнорисањем и занемаривањем непожељног садржаја и наглашавањем пожељног садржаја, потврђује се да појмовне метафоре утичу на концептуализацију нашег апстрактног искуства и усмеравају наше деловање као рецепијената политичких порука. Кратке модализоване дискурсне форме попут слогана чине синтезу свеукупне политичке поруке и имају резонантну функцију у политичком дискурсу, што додатно појачава персуазивни ефекат метафоричког језика у једном политичком говору са којим се заједно могу јавити. Резултатима истраживања потврђујемо да персуазивност постигнута језичким средствима представља први ниво у стварању стратешког вишеслојног персуазивног ефекта на биачко тело и да се сви остали ванјезички убеђивачки инструменти на језички само надограђују.

Кључне речи: персуазивност, појмовна метафора, модална средства, деонтичка модалност, динамичка модалност, политички дискурс, српски језик, енглески језик
Научна област: лингвистика

Ужа научна област: когнитивна лингвистика, прагматика, реторика, критичка анализа дискурса, српски језик, енглески језик

УДК:

PERSUASIVENESS IN POLITICAL DISCOURSE THROUGH THE USE OF CONCEPTUAL METAPHORS AND MODAL MEANS IN ENGLISH AND SERBIAN

Abstract

The subject of the thesis is persuasiveness in political discourse that is realized through the use of conceptual metaphors and modal means in English and Serbian. The persuasive power of metaphors is explained through the theory of the conceptual metaphors established by Lakoff and Johnson according to which metaphors shape the way we think or influence the way we conceptualize our reality. Persuasiveness of modal means is considered through political slogans and it is realized within the framework of dynamic and deontic modality, more precisely through directives, commissives, volitives and abilitives. In this research we take the interdisciplinary approach relying on theoretical postulates from different linguistic fields - cognitive linguistics, pragmatics, intercultural pragmatics, contrastive analysis, as well as rhetoric and critical discourse analysis. In the analysis, we apply an integrative model, considering the complexity of persuasive intentions and all the linguistic and non-linguistic means that are being used simultaneously for the same cause.

The method we used was a combination of quantitative and qualitative analysis. The corpus included texts in English and Serbian published between 2008 and 2017 in daily and weekly newspapers in Serbian and English, as well as official address by political candidates during the election campaign and immediately after the election results were announced. The empirical part of the research included the most frequent metaphorical structures, that is, dominant examples of metaphorical language in political discourse in Serbian and English, as well as central political slogans of modal character. All the examples listed were observed as linguistic instruments with great persuasive and manipulative potential.

The results of the research have shown that the persuasive effect and the persuasive strategies through linguistic means, i.e. through conceptual metaphors and modalized statements, are achieved in the same or almost the same way in both Serbian and English. The so-called intentional metaphorical framing, which refers to ignoring and neglecting unwanted content and emphasizing desirable content, confirms that conceptual metaphors influence the way we conceptualize our abstract experience and direct our actions as we receive political messages. Short modalized discourse forms such as slogans constitute a synthesis of the overall political message and have a resonant function in political discourse, further enhancing the persuasive effect of metaphorical language in one political speech with which they can co-occur. The results of the research confirm that the persuasiveness achieved by linguistic means is the first and the basic level in creating a strategic multilayered persuasive effect on the electorate and that all other nonlinguistic persuasive instruments are simply an upgrade to that basic linguistic level.

Key words: persuasiveness, conceptual metaphor, modal means, deontic modality, dynamic modality, political discourse, Serbian, English

Scientific field: linguistics

Scientific subfield: cognitive linguistics, pragmatics, rhetoric, critical discourse analysis, Serbian, English

UDC Number:

Садржај

1. Увод.....	1
1.1. Предмет истраживања.....	1
1.2. О значају проучавања персуазивности у когнитивној лингвистици.....	2
1.3. Циљеви истраживања.....	2
1.4. Хипотезе истраживања.....	3
1.5. Избор методолошког приступа и грађа за језичку анализу.....	3
1.6. Организација излагања.....	4
2. Теоријско-методолошки оквир.....	6
2.1. Појам персуазивности у реторици.....	6
2.2. Појам дискурса и критичке анализе дискурса.....	11
2.2.1. Дискурс.....	11
2.2.2. Критичка анализа дискурса.....	14
2.2.3. Политички дискурс.....	17
2.2.3.1. Досадашња лингвистичка проучавања политичког дискурса.....	21
2.3. Предмет проучавања прагматике.....	23
2.3.1. Основни концепти у прагматичком проучавању језика – говорни чинови и Грајсове максиме.....	25
2.3.1.1. Говорни чинови.....	25
2.3.1.2. Кооперативни принцип и Грајсове максиме.....	29
2.3.1.3. Теорија учтивости.....	32
2.3.2. Интеркултурна прагматика.....	34
2.3.2.1. Социо-когнитивни приступ у интеркултурној прагматици.....	35
2.3.2.2. Заједничка основа.....	38

2.3.2.3.	Истакнутост	40
2.3.2.4.	Контекст.....	43
2.3.2.5.	Прилагођавање исказа слушаоцима. Типови слушалаца и теорија акомодације.....	45
2.4.	Предмет проучавања когнитивне лингвистике	50
2.4.1.	Појам појмовне (концептуалне) метафоре.....	52
2.4.2.	Класификација појмовних метафора.....	57
2.4.3.	Утемељеност метафора у телесном искуству и значај културног контекста...60	
2.4.4.	Појам сликовне схеме	63
2.4.5.	Персуазивност појмовних метафора	66
2.4.6.	Метафорички модел уоквиривања	69
2.4.7.	Методологија истраживања појмовних метафора	74
2.5.	Предмет проучавања модалности	77
2.5.1.	Типови модалности – епистемичка модалност	80
2.5.2.	Типови модалности – динамичка модалност.....	82
2.5.3.	Типови модалности – деонтичка модалност	84
2.5.4.	Модалност и футур у граматици енглеског и српског језика	87
3.	Резултати истраживања	91
3.1.	Персуазивна сила појмовних метафора.....	92
3.1.1.	Подела према изворним доменима.....	93
3.1.1.1.	Путовање.....	93
3.1.1.1.1.	Путовање бродом	95
3.1.1.2.	Грађевина.....	97
3.1.1.2.1.	Темељ	99
3.1.1.2.2.	Кућа	102

3.1.1.2.3. Рупе, блато или рђа	103
3.1.1.2.4. Рушење или деструкција	104
3.1.1.3. Конфликт или рат.....	105
3.1.1.4. Спорт.....	108
3.1.2. Подела према циљним доменима	111
3.1.2.1. Економија.....	111
3.1.2.1.1. Економија је људско биће	111
3.1.2.1.2. Економски проблеми су природне катастрофе	112
3.1.2.1.3. Економија је биљка	113
3.1.2.2. Имиграција	115
3.1.2.2.1. Вода као доминантан изворни домен у медијима на енглеском и српском језику током мигрантске кризе 2015. године.....	116
3.1.2.2.1.1. Поткатогеорије метафоре – запремина, кретање, контрола	118
3.1.2.2.1.2. Емотивни аспект метафоре ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ВОДА	121
3.1.2.2.2. Држава је садржатељ	122
3.1.2.2.2.1. Деикса	124
3.1.2.2.3. Могућност коришћења других изворних домена	125
3.1.2.3. Европска унија	128
3.1.2.3.1. Европска унија као садржатељ	129
3.1.2.3.2. Европска унија као кућа	130
3.1.2.3.3. Европска унија као дестинација	132
3.2. Персуазивна сила модалних средстава.....	133
3.2.1. Динамичка модалност.....	134
3.2.2. Деонтичка модалност.....	137
4. Закључак	140

1. Увод

Ово истраживање настаје као резултат проучавања језика и књижевности на основним и мастер студијама, а нарочито након проучавања различитих идеологија и феномена у језику током трајања докторских студија на Филолошком факултету у Београду. Након бављења различитим социолингвистичким темама, језичком политиком и планирањем, примењеном лингвистиком, когнитивном лингвистиком и прагматиком, јавила се потреба да се пронађе једна тема која би у највећој мери објединила знања стечена из ових дисциплина и на својствен начин их повезала. Имајући у виду наше занимање за језик у свакодневной комуникацији, нарочито за језик медија, који се у одређеним временским интервалима преко различитих политичких струја надмећу у придобијању публике, пажњу нам је привукао управо политички дискурс као неисцрпни извор за лингвистичку обраду и анализу. Анализа политичког дискурса није нова дисциплина. Класична реторика је у разним облицима била средство којим су се јавни говорници служили како би користили језик у убеђивачке и друге сврхе (Чилтон 2004: ix). Оно што представља наш предмет интересовања је управо убеђивачка снага која произлази из политичког дискурса, а који је најагресивнији у периодима трајања политичких кампања. Моћ језика тада достиже свој врхунац јер сваки кандидат тежи да развије и покаже оне језичке вештине које ће код публике, односно гласачког тела имати најјачи одјек.

1.1. Предмет истраживања

У овој дисертацији предмет истраживања је ефекат убеђивања кроз употребу појмовних метафора и модалних средстава у америчком и српском политичком дискурсу у временском периоду од 2008. до 2017. године. У дисертацији ће бити представљене теоријске основе, најпре сам појам персуазивности, односно убеђивања, у оквирима које покрива реторика као практична вештина у аристотеловском смислу. Након тога, уследиће преглед досадашњих лингвистичких проучавања америчког и српског политичког дискурса и актуелно стање, а потом и теоријска одређења појмовних метафора и различитих типова модалности, које чине неизоставни део сваке политичке кампање. Такође, имајући у виду предмет и начин истраживања, нећемо заборавити ни прагматички аспект. У овом смислу, ослонићемо се на социо-когнитивни приступ SCA (енг. socio-cognitive approach) у интеркултурној прагматици. Како Кечкеш (2014:45) објашњава, овај приступ представља синтезу позитивистичких и конструктивистичких ставова у коме су подједнако важни и друштвени и индивидуални фактори у креирању значења и разумевања, као и трансфер знања. Заједнички културни модели уобличени кроз лично искуство појединца и претходне праксе међусобно се прожимају са актуелним ситуационим контекстом у друштвеној интеракцији и пракси. Социо-когнитивни приступ ће нам бити важан за анализу односа говорника, тј. политичких кандидата и аудиторijума, односно гласачког тела и њихових карактеристика релевантних за постизање персуазивних циљева. У истраживачком делу биће испитани сви изворни домени појмовних метафора присутни у корпусу који обухвата победничке и опозиционе слогане и политичке говоре америчких и српских кандидата за председника.

Ослањајући се на претходне домаће дисертације о употреби метафора у политичком дискурсу (Мухић 2016. Стратегије конструисања значења у савременом америчком политичком дискурсу; Весић Павловић 2015. Метафоричка пресликавања сликовне схеме путање у енглеском и српском језику; Богетић 2018. Метафоре у енглеском и српском језику у британском односно српском новинском дискурсу) и модалности (Радовановић 2016. Модална значења средстава за изражавање футуралности у енглеском и српском), наше истраживање ће као полазну теоријску основу узети радове западних аутора. Овде се, пре свега, мисли на Лејкофа и Џонсона, утемељиваче теорије о концептуалној (појмовној) метафори, чије надасве познато дело *Metaphors We Live By* (1980) представља полазну тачку

и основну литературу за све оне који се на било који начин данас баве метафором. У раду се држимо метафоричког модела уоквиривања (енг. The Metaphorical Framing Model) по коме метафорички језик делује на когнитивни стил обраде поруке код слушаоца на такав начин да може да утиче на формирање политичког мишљења или става (Отати 2014: 180).

Појам персуазивности, односно убеђивања, објашњавамо враћајући се античкој реторици и Аристотелу који је тврдио да је реторика учитељица наговарања, изналажење уверљивог у сваком датом случају (Јелачић Србуљ 2005:11, Аристотел 1987:11). За постизање персуазивног ефекта, Аристотел наводи три врсте техничких метода уверавања: једна врста се постиже карактером беседника, друга расположењем у које се уводи слушалац, а трећа самом беседом. Убеђивачку снагу метафоре, што је од значаја за ову дисертацију, Мио (1997: 9) је поделио у три категорије. Прва се односи на то да метафоре могу да поједноставе и учине политичке догађаје разумљивијим, што је веома корисно за слушаоце и самим тим постаје убедљиво. Друга, да метафоре могу да покрену већ постојеће симболичке представе код слушалаца, а трећа да метафоре могу да побуде емоције или да премосте јаз између логичког и емоционалног нивоа уверавања.

Разумљиво је и да исте метафоре неће имати једнак утицај на различите људе. Ова чињеница чини једну систематску студију о утицају метафора нарочито тешком (Шимко 1994:5). Када говоримо о слушаоцима, тј. о гласачком телу, морамо имати у виду да је свако од њих различитог образовног статуса, интересовања и искуства уопште и самим тим ће на метафорични језик реаговати на својствен начин. Неко ће бити осетљивији на метафору, неко пак у мањој мери. Оно што је важно напоменути је да ова дисертација постулира персуазивност метафоре као такву. Убеђивачки ефекат метафоре о коме ће се говорити у овој дисертацији независан је од нивоа образовања појединаца или њиховог друштвеног статуса. Пажња ће бити усмерена ка оним метафорама које допиру до највећег броја гласача јер је то и у интересу сваког политичког кандидата.

Персуазивност ћемо посматрати и кроз употребу модалних средстава. Модалност у политичком дискурсу је стално присутна кроз директиве (деонтичка модалност), нарочито у политичким слоганима који, због своје резонантне карактеристике, у највећој мери усмеравају деловање и активност гласачког тела.

1.2. О значају проучавања персуазивности у когнитивној лингвистици

Проучавање персуазивности у политичком дискурсу је замишљено као допринос истраживањима из области когнитивне лингвистике, прагматике, контрастивне анализе, социјалне психологије и политичких наука са циљем да се пронађе најефикаснији персуазивни модел који функционише у два поменута национална контекста, америчком и српском. Фокус на амерички и српски корпус који обухвата исти временски период на два различита кода омогућава поређење налаза и утврђивања сличности и разлика у концептуализацији метафоричког језика. Осим тога, сматрамо да је изузетно важно истаћи и подићи свест о моћи језичких средстава у концептуализацији друштвене стварности и утицају на доношење одлука које могу имати далекосежне последице по читаво друштво јер то представља и друштвену одговорност појединца.

1.3. Циљеви истраживања

Предложено дисертационо истраживање има следеће циљеве:

1. Опис теоријских одређености појма персуазивности, односно убеђивања, у реторичким оквирима по Аристотеловом моделу и значај овог појма за политички дискурс САД и Србије;

2. Преглед и критичко разматрање доступне научне литературе из области когнитивне лингвистике, критичке анализе дискурса, прагматике и модалности релевантне за сам предмет истраживања;
3. Утврђивање ефекта убеђивања у политичком дискурсу кроз употребу појмовних метафора и модалних средстава (пре свега, деонтичка и динамичка модалност) у енглеском и српском језику;
4. Утврђивање начина концептуализације и структурирање апстрактног искуства помоћу изворних домена појмовних метафора у енглеском и српском;
5. Структурирање говора и садржаја говора према типу или врсти слушалаца, односно акомодација према типу слушалаца (енг. audience design, recipient design);
6. Утврђивање сличности и разлика у језичкој реализацији појмовних метафора и модалних средстава у политичком дискурсу у енглеском и српском језику;
7. Извођење закључака кроз поређење енглеског и српског језика у погледу степена заступљености појмовних метафора, тј. одређених изворних домена, као и типа модалности који има убеђивачку, односно персуазивну функцију.

1.4. Хипотезе истраживања

Емпиријском делу истраживања приступамо са следећим хипотезама и очекивањима:

- Употребом метафоре у политичком дискурсу постиже се боље разумевање сложенијих ситуација и апстрактног искуства и консолидује сазнање бирачког тела о одређеном проблему или теми. Метафора омогућава убеђивање јер се сматра кулминацијом аргумената који су разрађени у главном делу говора (Бозман 1987:98);
- Употребом метафоре и модалних средстава гласачко тело се може усмерити ка одређеном начину размишљања, па чак и манипулисати;
- Помоћу метафоре и модалних средстава неповољне чињенице или проблеми у друштву могу се замагљивати, док се позитивне промене стављају у први план;
- Будући да је употреба метафора и модализација исказа својствена како у српском, тако и у енглеском политичком дискурсу, ефекат убеђивања кроз употребу појмовних метафора и модалних средстава ће у ова два дискурса у најмању руку бити сличан.

1.5. Избор методолошког приступа и грађа за језичку анализу

У овом истраживању, примењујемо тзв. интегративни модел који комбинује реторичке, прагматичке и когнитивнолингвистичке приступе у проучавању. Ово истраживање је комбинација и квантитативног и квалитативног приступа. Корпусна грађа, која указује да се ради о квантитативном истраживању, добијена је ручном претрагом објављених садржаја на српском језику који обухвата примере са интернет страница дневних и недељних новина и портала Политика, Вечерње новости, Правда, Б92, Наслови, Блиц, О радио, Телеграф, Пешчаник, РТВ, РТС и 24 сата, док је корпус са примерима на енглеском језику преузет са страница New York Times, Telegraph, Daily Mail, ABC, Economist, Sky News, Guardian, Washington Post, CBN, BBC, Wall Street Journal, Reuters, Manchester Evening News и Mirror, као и са страница са објављеним политичким говорима председничких кандидата у периоду од 2008. до 2017. године. Након квантитативног проучавања наведених језичких феномена, приступамо и квалитативном, где корпусна грађа представља полазну тачку за квалитативни метод. Квалитативни приступ се односи на детаљнију анализу функције концептуалних метафора и модалних средстава у датом контексту, тј. на који начин оно што се у политичком дискурсу каже утиче на бирачко тело. Употребу модалних средстава у функцији стварања персуазивног ефекта посматрамо у домену политичких слогана и рекламног политичког дискурса будући да полазимо од претпоставке да је персуазивни ефекат код

модалних средстава већи уколико су она употребљена у краћим дискурским формама. Осим тога, у прагматичким оквирима анализирамо и реализацију директивних и комисионих исказа кроз модале којима се такође остварује снажан персуазивни перлокуциони ефекат.

1.6. Организација излагања

У теоријском делу рада користе се превасходно дескриптивна и компаративна метода. У емпиријском делу истраживања, који се тиче појмовних метафора и модализованих исказа са персуазивном функцијом у америчком и српском политичком дискурсу, користе се комбиноване методе које обједињују коришћење квантитативне и квалитативне методе. Добијени резултати се описују и упоређују (дескриптивна и компаративна метода), а затим интерпретирају.

Дисертација се састоји од теоријског и практичног дела и има следећу структуру.

У уводном делу се објашњавају основна полазишта рада, предмет и циљеви, постављају се истраживачке хипотезе, описују се узорак, методологија и очекивани научни допринос рада, представља се структура дисертације.

У теоријском делу **Појам персуазивности**, на основу прегледа релевантне литературе дефинише се и објашњава појам персуазивности пре свега у оквирима реторичке вештине. Вештину убеђивања дефинишемо од Коракса, преко софиста, Сократа, Платона и на крају Аристотела.

Поглавље **Појам дискурса и критичке анализе дискурса** дефинише област у којој проучавамо персуазивност ослањајући се у највећој мери на теоријске постулате Теуна ван Дајка, Рут Водак и Нормана Ферклафа. У овом делу коментаришемо однос моћи у дискурсу и објашњавамо појам политичке когниције.

Поглавље **Предмет проучавања прагматике** састоји се из две целине: потпоглавља о основним концептима у прагматичком проучавању језика и потпоглавља које се тиче интеркултурне прагматике и социо-когнитивног приступа у интеркултурној прагматици. Три најзначајнија прагматичка концепта попут заједничке основе (енг. *common ground*), истакнутости (енг. *salience*) и контекста (енг. *context*) овде се детаљно описују будући да се сматрају предусловом за тумачење исказа. У овом поглављу објашњавају се и теорија акомодације или прилагођавање исказа слушаоцима (енг. *audience design*) и теорија учтивости (енг. *politeness theory*) које дају јаснији увид у слику могућих односа између говорника и реципијента.

У поглављу **Предмет проучавања когнитивне лингвистике** налази се седам потпоглавља. На почетку се дефинише и објашњава појмовна метафора у оквирима теорије о појмовној метафори Лејкофа и Џонсона. Након тога се појмовне метафоре класификују и објашњава се њихова утемељеност у телесном искуству и у култури. Четврто потпоглавље дефинише појам сликовне схеме (енг. *image schema*). У петом потпоглављу је дат преглед свих релевантних радова на тему персуазивности појмовних метафора као и њиховом потенцијалном убеђивачком ефекту у односу на дословни, неметафорички садржај. Метафорички модел уоквиривања (енг. *metaphoric framing model*) објашњава како се метафорички садржај стратешки користи у убеђивачке сврхе и на њега се ослањамо у овом дисертационом истраживању. Седмо потпоглавље говори о методологији досадашњих истраживања појмовних метафора, предностима и манама одређених методолошких поступака.

У поглављу **Предмет проучавања модалности** описујемо позицију модалности у логици и лингвистичкој семантици, као и значај модалности за саму дисертацију. У првом, другом и трећем потпоглављу описујемо три типа модалности – епистемичку, динамичку и деонтичку и одређујемо два доминантна типа у политичком дискурсу са персуазивном функцијом. Четврто потпоглавље дефинише однос између модалности и футуралности.

Резултати истраживања подељени су према томе како се интерпретира персуазивна сила појмовних метафора, односно како се остварује путем модализованих исказа. Корпусна грађа у којој идентификујемо појмовне метафоре подељена је прво према изворним, па затим према циљним доменима. Персуазивна сила модалних средстава подељена је на динамичку и деонтичку модалност јер у овим доменима региструјемо постојање убеђивачког ефекта и потенцијалног утицаја на одлуке бирача кроз кратке дискурсне форме попут слогана. **Закључак** садржи кратак преглед резултата целокупног истраживања и предлог за даљи истраживачки рад у овој области.

2. Теоријско-методолошки оквир

2.1. Појам персуазивности у реторици

Да бисмо објаснили појам персуазивности, морамо се вратити у период Античке Грчке. Персуазивност се односи на могућност убеђивања, а овај термин се сматра кључним у оквирима реторике, вештине која је настала средином 5. века пре Христа на грчком тлу. Појмови убеђивања или наговарања заправо су и старији од реторике и везују се првенствено за беседништво. Петровић (2007:125) тврди да је тешко замислити друштвену заједницу у којој су људи створили језик и служе се говором, а да нису ове симболичке инструменте користили и у циљу наговарања и убеђивања. У значај могућности убеђивања уверићемо се ако погледамо различите дефиниције реторике. Коракс, први учитељ беседништва и састављач уџбеника *Tehne*, тврдио је да је реторика „средство уверавања речима“, а Аристотел да је реторика „учитељица наговарања, изналажење уверљивог у сваком датом случају“. За Платона реторика значи „истину говорити“, за Квинтилијана „научити добро говорити“, а за Стерију је она „наука која излаже правила красноречија“. Ако пажљивије посматрамо одређења реторике, приметимо да се овде јавља неколико сличних термина који захтевају додатно појашњење. Реч је о уверавању и наговарању, односно убеђивању, па се као крајњи исход може очекивати и манипулација. Перелман (1971: 31-35) је ова два термина - уверавање и убеђивање (енг. *convince and persuade*) разврстао по томе како их одређене структуре користе. Док се политичари обраћају неукој публици, филозофи и научници се обраћају универзалној публици која је разумна. Политичари, дакле, убеђују, а филозофи и научници уверавају (Грос & Дирић 2002:95). Код убеђивања и уверавања намеће се још једна битна разлика, а то је однос према истинитости пропозиције. Чини се да они који уверавају заправо потврђују истинитост нечега, износећи одређене доказе или аргуменатцију како би слушалац у себи верификовао оно у чију истинитост сумња или је несигуран. Крајњи циљ оних који уверавају, били то филозофи, научници или неки други, је истина и до ње се долази логиком или разумом. Овде пре свега говоримо о објективној или научној истини. У историји реторике и говорништва показало се да се у теорији ових вештина преплићу две концепције у чијим су основама различити мотиви: уважавање логичке, или уметничке (естетске) истине говорништва (Петровић 2007:16). Разлика међу поменутиим концепцијама налази се у одговору на питање: шта је у беседништву примарно, садржај или форма говорништва, да ли оно о чему се говори или како се говори (Петровић 2007:21). Ако је према Платону циљ реторике „истину говорити“, за Горгију „реторика има посла само с говорима“, тј. „говорник на суду и на осталим скуповима не учи о томе шта је праведно а шта неправедно него само ствара веровање о томе“. У случају Платона, истина је битнија од онога како се говори, а код Горгије је суштина реторике да надговори, чак и по цену истине. Реторичка вештина и почиње од судског беседништва када су први реторичари уместо данашњих адвоката на суду били логографи. Логографи су, према Петровићу, нудили парничарима писане текстове као инструмент (у циљу наговарања на суду), којим је требало, пошто га клијенти прочитају пред судским властима, да изазову уверење у праведност њихове ствари. Они су пружали технику којом се могло наговорити да се прихвати било који конкретан садржај као предмет спора (Петровић 2007:126). Овакав начин беседништва, у коме је циљ стварање привидне истине, изналажење уверљивог у појединачном случају без обзира на објективну истину, проналазимо код софиста, учитеља практичног начина живота. Горгија, као један од софиста, отворивши реторичку школу у Атини почео је да испуњава основни задатак софистичког учења, а то је реторичко образовање ученика.

Основно интересовање Горгијине реторичке школе је усмерено у правцу политичког говорништва, а циљ његове реторике је овладавање другима посредством речи (Јелачић Србуљ 2005:27). То је управо оно што га је као софисту одвајало од филозофа. Софистика

није, за разлику од филозофије, имала тако уско схватање и поимање истине које би се svelo на научну извесност. У демократској Атини, где је реч имала највећу слободу, софиста је видео да ће кићена беседа највише занети народ. Зато је беседништво – и то не као *l'art pour l'art*, него као вештина освајања душа, као политичка и социјална моћ – главно поље по коме се софист креће (Ђурић 1976:177). Софистика се јавља у тренутку развоја демократије уз коју је под руку ишао и економски развој. То је време ширења научног образовања у Античкој Грчкој у коме су софисти јавни просветитељи и учитељи који „путују од града до града и држе у њима кићене беседе и хонорисана предавања у којима *разлажу* филозофска учења и објашњавају песничка дела и на тај начин популаришу резултате дотадашње науке и *удешавају* их према народним потребама“ (ibid). Оно што софисте одваја од филозофа је управо тај прагматични аспект, спремност да се сва дотадашња сазнања прилагоде потребама друштва и времена у коме се живи. *Разлагање* и *удешавање* научног садржаја софистима је донело огромну популарност јер су знања која су они преносили била препозната као припрема за активно учешће у друштвеном животу старе Атине кроз различите позиције у већу, судницама или скупштини. Софисти су тако припремали своје ученике за политичку делатност нудећи им прилику да науче вештине, нарочито говорничке, којима би придобили велики број присталица и омогућили политички углед и доминацију.

Имајући у виду прагматичну страну софистике било је јасно зашто софисте нису много занимала питања о природи космоса, као што је то био случај са претходним учењима у филозофији. У поређењу са ранијим учењима у античкој филозофији, софистика се разликује по предмету изучавања, методи и циљу. У седишту изучавања софистике налази се човек и све оно што се за њега везује, постанак читаве цивилизације и културе. Тако филозофија са домена макрокосмоса прелази на микрокосмос када настаје антрополошки период грчке филозофије. Софистика у потпуности примењује Протагорину чувену мисао да је *човек мера свих ствари које јесу да јесу и које нису да нису*. Метода изучавања у старијој грчкој филозофији ни на који начин није искључивала емпиријско посматрање, али је по свом карактеру ипак била дедуктивна (Коплстон 1993:82). Софисти су настојали да прикупе што више чињеница и размотре што више различитих ситуација како би на крају дошли до одређених закључака, било теоријских или практичних. Зато се тврди да је метод софиста био емпиријско-индуктиван. Циљ софистике није био спекулативан, тј. проналажење истине као за филозофе пресократовце, већ практичан јер се тицао подучавања, припремања младог становништва за живот, нарочито за политичку делатност у којој је реч, односно реторика као вештина била од суштинског значаја.

Софисти су, ипак, били изложени и оштрој критици од стране многих филозофа који су се држали традиционалних филозофских постулата и циљева. Најзначајнији су Сократ и Платон, док се Аристотел, Платонов ученик, није у потпуности слагао са својим учитељем. Разлика између софиста и Сократа била је у томе што је софистика порицала објективност сазнања, док је Сократ веровао у постојање истине и у њено откриће. Његова метода је била мајеутика, бабичка вештина или вештина порађања истине кроз постављање питања саговорнику. Тако је Сократ дошао и до дијалектике, односно вештине расправљања у циљу откривања истине. Та вештина расправљања се даље развила у дискурс. Насупрот софистима, чије учење реторике не подразумева рационалност и логику, већ уметност речи, Сократ вреднује разум као најважније средство за убеђивање јер је рачио објективан и самим тим непобитан. Сократ је био учитељ политичке врлине која педагошки тежи унутрашњем преображају, самоуознавању и припремању душе за добро (Јелачић Србуљ 2007:27). Ђурић (1976:245) пише да је Сократ тврдио да је мудрост софиста привидна и да су они незнање подигли на висину принципа, да је Сократ веровао у могућност правог знања као основе моралног делања и да се зато сав предао истраживању те основе. Полазио је од сазнања незнања, што потврђује његова чувена мисао „знам да ништа не знам“. То сазнање

представља полазну тачку ка новом знању. Сократ је замерао софистима и то што су своја предавања наплаћивали јер је сматрао да свако ко продаје свој духовни рад заправо продаје своју слободу. Хелени су уопште привређивање сматрали срамотом, јер су тај рад вршили робови (Ђурић 1976:178).

Истакнути и најдаровитији Сократов ученик Платон жестоко се противио учењу које су заговарали софисти и отишао је корак даље у односу на свог учитеља. Платон је оснажио рационалистички приступ у реторици и тако унео и етичку компоненту која је усклађена са грчком паидеиом, обликовањем или васпитањем човека у грчком полису. Особеност Платонове филозофије је у томе што не тежи форми затвореног система, него се обликује као непрестана филозофска расправа чији је циљ откривање истине (Јегер 1991:271). Основна Платонова замисао је да говорништво није циљ сам по себи, већ да треба да извршава одређену социјалну функцију остваривања строго утврђених, у првом реду етичких, вануметничких циљева (Петровић 2007:172). Платонове ставове о реторици и сукобу са софистима сазнајемо у делу *Горгија*, а потом у *Федру*. Његова реторика је тзв. „лепа реторика“ која се заснива на праведном говору, свидело се то неком или не. У уводном делу Аристотелове *Реторике* Марко Вишић (1987:xx) додаје да Платон, испитујући да ли је реторика вештина заснована на истини и знању, долази до закључка да реторика, односно беседничка вештина није истинска вештина; она је зачетница уверљивог, а не научног мишљења; да је реторика искључиво вештина уверавања заснована на искуству и рутини чији је крајњи циљ да у судницама и народним зборовима неуку масу увери да је нешто праведно, без обзира на стварно, истинско стање ствари. Ако се вратимо на појмове уверавања и наговарања, видећемо да су ово два битна циља два различита реторичка система, софистичког и платоновског. Петровић (2007:187) објашњава да је у случају софистичког реторичког система циљ беседништва *наговарање* аудиторијума по цену саме истине (разумске) и добра (као највишег добра), док је у случају платоновског циљ наговарање тако да се аудиторијум „увери“ у истину и највише добро, макар то и неизазвало задовољство и осећање уживања – пријатност. Тако Петровић закључује да се позитивно-афективно стање, у форми чулног, естезијског задовољства, жртвује у платоновској рационалистичкој реторици, као што се код софиста зарад пријатног стања по потреби жртвује највиша истина и највише добро.

За разлику од свог учитеља, Аристотел реторику није доживљавао као штетну и нечасну јер она није увек у служби праведног. Као аутор једног од најранијих уџбеника реторике, Аристотел је данас најчешће полазна тачка у проучавању реторичких вештина, што због синтезе дотадашњег учења о беседништву, што због личног доприноса и постављања темеља који још увек важе и примењују се у савременом политичком дискурсу.

На самом почетку прве књиге *Реторика 1,2,3*, Аристотел тврди да је реторика саобразна дијалектици¹. Као што је претходно већ објашњено код Сократа и Платона, дијалектика се односи на вештину расправљања, вештину вођења дијалога и дискусије, мада је не треба поистоветити и изједначити је са реторичком вештином. Радије бисмо могли да говоримо о двама повезаних и аналогних вештина. У тумачењу односа дијалектике и реторике неопходно је прво објаснити како Платон, а како Аристотел схватају дијалектику. Код Платона је дијалектика највиша наука, круна свеукупног филозофског умовања. Код Аристотела, израз „дијалектика“ претпоставља науку која се у теорији сазнања бави проблемом оне истине, метода закључивања који следи из вероватних премиса (Петровић 2007: 193). Тако можемо закључити да, ако полазимо из вероватних премиса, можемо доћи само до закључка који такође може бити вероватан или могућ, односно долазимо до тога да

¹ Аристотел (1987), *Реторика 1,2,3*, Београд, стр. 5

закључак не мора бити апсолутно истинит по платоновском, рационалистичком принципу. Закључци који произлазе из апсолутно истинитих премиса, по Аристотелу се називају научним силогизмом². Аристотел је, по свему судећи, следио свог учитеља Платона до момента откривања законитости логичког мишљења³ и дефинисања нешто слободнијих и гипкијих силогизама којима није било места у Платоновој дијалектици. Марко Вишић (1987: xxiv) у предговору Аристотелове *Реторике 1,2,3* наводи да је разлог постојању таквог силогизма то што сви људи у одређеној мери настоје да неко мишљење претресу и подрже, чиме залазе у област дијалектике, као и то да се бране и оптужују, чиме залазе у поље реторике. Такође, у свакодневном животу човек се не ослања само на трајну и свеопшту истину, већ много чешће на релативну истину, на вероватно мишљење. Вишићево тумачење још може да имплицира и да је просечном човеку у уобичајеним околностима права истина тешко видљива, можда и недокучива, да он из своје перспективе може сагледати само један њен аспект који може сматрати праведним, тачним и истинитим, што свакако не може бити названо апсолутном истином. Због свега наведеног, премисе реторичког силогизма ентимема⁴ ће код Аристотела бити вероватне или могуће. Осим тога, Аристотел је увидео да људи могу бити уверени средствима релативном мишљењу, што указује да се на тој основи може засновати одређена вештина која треба да има сасвим практичан циљ (Вишић 1987: xxv). Он дословно и каже да, чак и кад бисмо у разговору са неким људима располагали и најегзактнијим знањем, не бисмо их могли лако уверити, уколико бисмо наш говор заснивали на том знању јер научни говор припада подучавању, а то је пред масом неизводљиво⁵. Методе уверавања морају се заснивати на општепознатим ставовима, јер су ти ставови познати просечном и неуком грађанину. Може се рећи да је апсолутна истина заснована на истинитим премисама доступна само неколицини образованих и учених људи који не могу бити слика целокупног друштва. Овде не треба помислити да је Аристотел занемарио истину. У својој реторици и каже да је оно што је истинитије и боље по природи увек погодније за доношење закључака и уверљивије (Вишић 1987:11). Као отац логике, будући да је темељно истражио законитости људског мишљења, Аристотел је увео логичку аргументацију у реторику која, уз теорију о вероватном, доводи до уверавања и придобијања слушаца.

За Аристотела је основни задатак реторике не уверавање, већ изналажење уверљивог у сваком датом случају. Он је истицао да су говорницима на располагању две врсте аргумената или начина или методе уверавања: атехничке и техничке. Атехничке методе су оне које нисмо сами пронашли, већ постоје од раније. Говорници не морају да их проналазе, они их само користе. То су: закони, сведочанства, уговори, мучења и заклетве (Јелачић Србуљ 2005:33). Техничке методе уверавања су оне које можемо конструисати методом и својим залагањем. Јелачић Србуљ (2005:33) ове методе назива уметничким начином убеђивања⁶ јер припадају уметности реторике, вештини и умећу изналажења доказа. У уметничка реторичка средства доказивања Аристотел убраја рационално обраћање (логос), емоционално (патос) и морално (етос). Стога Аристотел разликује три методе уверавања које се постижу говором. Прва метода уверавања се односи на беседников карактер и одговара моралном обраћању - етосу. Уверљивост се овде постиже чврстим карактером када је говор такав да беседника

² Научни силогизам је Аристотел развио из логике и логичког закључивања који је дедуктивног карактера. До закључка се долази на основу две дате премисе тј. става између којих је успостављен однос између три различита појма и то принципом од општег ка посебном.

³ Аристотел се и сматра оцем логике.

⁴ Ентимем је скраћени закључак у логици. Изводи се из само једне премисе, док се друга задржава у мислима. Та друга премиса је у народу опште позната и њу није нужно поставити или изговорити јер се подразумева.

⁵ Аристотел (1987), *Реторика 1,2,3*, стр. 10

⁶ Ауторка Јелачић Србуљ наведене методе назива методама убеђивања, а док у преводу Марка Вишића стоје методе уверавања. У овом делу рада није нужно правити разлику између ова два термина.

чини достојним поверења. Аристотел наглашава да се то поверење мора темељити на беседи, а не на неком предубеђењу о говорниковом карактеру⁷. Друга метода се односи на осећања слушалаца, тј. расположење у које се слушаоци доводе током обраћања говорника. Ова метода одговара емоционалном обраћању – патосу. Уверљивост се овде постиже када беседников говор побуди осећања (Аристотел 1987:14), те Аристотел закључује да човек не доноси исте одлуке у стању задовољства или незадовољства, љубави или мржње⁸. Трећа метода уверавања је сам беседников говор и везује се за рационално обраћање – логос, а то је метода која од три наведене по Аристотелу заузима најзначајније место. Уверљивост се постиже кад беседник из уверљивих особина сваког одређеног предмета изводи стварну или привидну истину (Аристотел 1987:14).

Аристотел је беседе поделио на судску, епидеиктичку и политичку. У судском беседништву се сусрећемо са оптужбама и одбранама, у епидеиктичком се нешто хвали или куди, док се у политичком беседништву на нешто подстиче или од нечега одвраћа и претежно има саветодавну улогу. Предмет нашег интересовања је политичко беседништво и политички дискурс у коме се остварује персуазивни ефекат.

⁷ Значај говорниковог карактера, образовања је и даље један од значајнијих метода уверавања у савременим политичким кампањама. Често се кандидат представља као стручњак, породичан човек који, ако не потиче из угледне породице, потиче из „народа“ који је својим радом и честитошћу дошао до одређене друштвене позиције.

⁸ Више о метафори и емоцијама у Kövecses, Z. (2003). *Metaphor and emotion: Language, culture, and body in human feeling*. Cambridge University Press.

2.2. Појам дискурса и критичке анализе дискурса

2.2.1. Дискурс

Реч дискурс потиче од латинског глагола *discurrere* и значи лутати, тумарати или кривудати, удаљавати се од задатог курса, што указује на природу дискурса, његову несталност, различитост и зависност од спољашњих чинилаца, актера који га према себи обликују. Мухић (2016) пише да дискурс као феноменолошки изданак лингвистичких, социолошких и филозофских теоријских оквира не служи искључиво као семантичко сидриште за детерминисање значења, већ његова примена и значење сежу дубоко у срж сложености конструисања друштвене реалности. Јул (1996:83) каже да анализа дискурса подразумева широк спектар активности почевши од истраживања која су уско фокусирана [на одређене појаве у неформалном говору] до студија о доминантним идеологијама у култури представљене у образовној и политичкој пракси.

У лингвистичкој литератури појам дискурса се јавља много пута и пре покушаја његовог дефинисања и смештања у јасне оквири и категоризације. Као што је на почетку већ речено, чини се да је појам преширок или да је природа дискурса у тој мери флуидна, да је потребно више лингвистичких дисциплина, па и ванлингвистичких како би се могле описати његове карактеристике. О комплексности његовог дефинисања писао је и савремени холандски лингвиста Теун А. ван Дајк чији се научни рад везује управо за области анализе дискурса и критичке анализе дискурса.

Ван Дајк (1997:1) тврди да се термин *дискурс* односи на форму језичке употребе, јавне говоре или, још шире, на говорни језик или начин говорења, као што је случај са дискурсом Роналда Регана⁹. Такође, овај термин се може наћи и у медијима и неким друштвеним наукама када се говори о дискурсу неолиберализма. У овом случају се термин дискурс не односи само на употребу језика неолиберала, већ и на идеје и филозофију коју они пропацирају. Лингвисти који се баве анализом дискурса покушавају да оду даље од ових дефиниција. Они се слажу да је дискурс форма језичке употребе, али уводе и концепт дискурса који је одређенији и у исто време шири у својој примени. У овај концепт желе да укључе и друге битне компоненте, као што су *ко*, *како*, *када* и *зашто* користи језик. Једна од карактеристика која обухвата ове функционалне аспекте је комуникативни догађај (енг. communicative event). То значи да људи комуницирањем преносе и размењују своје идеје и веровања у неком друштвеном контексту. Оно што је овде важно је не само употреба језика и саопштавање идеја и веровања, већ интеракција (Ван Дајк 1997:2) која се одвија између учесника у једном комуникативном континууму. Након првог увида у концепт дискурса у лингвистици, Ван Дајк закључује да постоје три димензије дискурса и то: језичка употреба, размена уверења (веровања и мишљења) и интеракција у друштвеним ситуацијама. На основу ове три димензије препознајемо и три различите научне области – прва је лингвистичка и тиче се језичке употребе, друга је психологија и тиче се мишљења и начина на које се она размењују, а трећа се односи на друштвене науке јер подразумева интеракцију у различитим друштвеним контекстима.

Предмет дискурса није само говор, односно усмена језичка продукција. Дискурс подразумева и писани језик, као што је случај када нпр. читамо новине, уџбенике, пошту (писану или електронску) или прегршт различитих типова текстова који су у вези са

⁹ Роналд Реган (енг. Ronald Reagan) био је амерички глумац, политичар, члан Републиканске партије и 40. председник САД. председавао је од 20. јануара 1981. до 20. јануара 1989. Умро је у Лос Анђелесу 2004. у 93. години.

академским или неким другим радом (ibid. 3). Мада се интеракција међу учесницима у дискурсу прототипски везује за усмену комуникацију, не сме се занемарити ни интеракција која постоји и у писаном тексту. Такозвана писана комуникација или писана интеракција у многим аспектима је слична усменој комуникацији и интеракцији иако, на први поглед, читаоци имају нешто пасивнију улогу у односу на слушаоце. И поред евидентних разлика, сви ови начини остваривања комуникације чине оно што једним именом називамо дискурс (Ван Дајк 1997: 4).

Овај важан моменат у описивању природе дискурса нагласио је и Норман Ферклаф (енг. Norman Fairclough), један од оснивача критичке анализе дискурса који је друштвену праксу, моћ, идеологију и здрав разум увео као кључне концепте који стоје тик уз дискурс¹⁰. Ферклаф (2001:22) дискурс дефинише као језичку употребу која је друштвено детерминисана. Почевши од познате теорије швајцарског лингвисте Фердинанда де Сосира, који у језику разликује два феномена *langue*– систем или код који претходи језичкој употреби и који је заједнички свим члановима језичке заједнице и представља друштвену страну језика и *parole* – индивидуални аспект језика који се односи на практичну употребу или материјализацију језика кроз говор, тј. говорну делатност, Ферклаф јасно одбацује ову де Сосирову концепцију о језику у виду језичке способности и језичке употребе (говорне делатности) тврдећи да језик није ни хомогене нити унитарне структуре. Језик је друштвени феномен, конструкт друштвене праксе кога карактеришу и диверзитет и борба за расподелом моћи. Када каже да је језик форма друштвене праксе, Ферклаф прво мисли да је језик интерни део друштва, затим да је језик друштвени процес, и треће да је језик друштвено условљен процес, тј. да је условљен неким другим нелингвистичким сегментима друштва. Веза између језика и друштва није екстерна, већ интерна и дијалектична. Језички феномени су друштвени јер, када користе језик, људи то чине на начин који је подложен друштвеним конвенцијама. Осим тога, и друштвени феномени су језички у смислу да језичка активност која постоји у друштвеним контекстима није само одраз који постоји у друштвеним процесима и пракси већ је инхерентна, тј. чини саставни део тих процеса и пракси (дискусије и расправе на различите теме попут национализма, демократије, империјализма итд. не тичу се само политике и друштва). Приступ језику као друштвеном процесу објашњава кроз разлику између дискурса и текста. Под термином *текст* Ферклаф подразумева и писане текстове и тзв. говорене текстове (енг. spoken texts). Текст је производ или крајњи резултат у процесу стварања текста. Ферклаф користи термин дискурс да реферира на читав процес социјалне интеракције у којој текст чини само један њен део. Процес социјалне интеракције поред текста подразумева и процес продукције (енг. process of production), чији је резултат текст, као и процес интерпретације (енг. process of interpretation), за који је текст ресурс. Анализа текста је самим тим део анализе дискурса, која такође подразумева анализу продуктивних и интерпретативних процеса (Ферклаф 2001: 24). Сви ови процеси се одвијају у неком друштвеном контексту. Ресурси које људи користе у процесу стварања и интерпретације текстова су когнитивне, али и друштвене природе јер су ти ресурси друштвено генерисани и зависе од друштвених односа. За процесе стварања и интерпретације нису важни само когнитивни ресурси, већ и услови у којима се они активирају, будући да се за различите ситуације примењују и различите когнитивне стратегије. Ферклаф на крају закључује да дискурс подразумева социјалне услове, који се могу назвати социјалним условима продукције и социјалним условима интерпретације. Ови социјални услови се односе на три нивоа социјалне организације – први је ниво социјалне ситуације тј. непосредни ниво социјалног окружења у коме се дискурс одвија; други је ниво социјалне институције која чини ширу матрицу за дискурс и трећи ниво представља читаво

¹⁰ Fairclough, N. (2001) *Language and Power*. Pearson Education.

друштво. Ови социјални услови обликују когнитивне ресурсе који се користе у процесу стварања и интерпретације, који затим обликују начин на који се стварају и интерпретирају текстови (Ферклаф 2001:25). По Ферклафу, то и јесу три димензије дискурса – текстови, интеракције и контексти.

2.2.2. Критичка анализа дискурса

Појам критичке анализе дискурса највише се везује за рад лингвиста Теуна ван Дајка, Нормана Ферклафа, Рут Водак, Роцера Фоулера, Гунтера Креса и Теа ван Леона. У уводном чланку студије *Методе критичке анализе дискурса* (енг. *Methods of Critical Discourse Analysis*¹¹) Водак концизно објашњава настанак критичке анализе дискурса из окриља критичке лингвистике, говори о њеном историјском развоју и најважнијим концептима. Критичка анализа дискурса претпоставља језик као друштвену праксу, а контекст језичке употребе сматра нарочито важним. Посебно је интересује однос између језика и моћи, односно, може се дефинисати као анализа скривених и очигледних структурних односа доминације, дискриминације, моћи и контроле који се манифестују у језику. Циљ критичке анализе дискурса (КАД) је да критички истражи социјалне неједнакости које се исказују, сигнализирају, конституишу или озакоњују кроз употребу језика (Водак 2001:2). Ван Дајк (1995:1) тврди да КАД уопштено говорећи представља нарочит приступ проучавању текста и говора, да потиче из критичке лингвистике, критичке семиотике и генерално од социополитички свесног и опозиционог начина истраживања језика, дискурса и комуникације. Ферклаф (2001:4) за критичку анализу дискурса користи енглески термин *critical language study (CLS)*, тј. критичку студију о језику тврдећи да је њен смисао да прикаже везе којих људи нису свесни, као нпр. везе између језика, моћи и идеологије. Критичка студија о језику анализира друштвене интеракције на такав начин да се бави лингвистичким елементима и настоји да прикаже скривене детерминанте у систему друштвених веза, као и скривене последице које оне могу имати на тај систем. У покушају дефинисања КАД, Водак наводи и Хабермасову¹² тврдњу да је језик и медијум доминације и друштвена сила, да има улогу у озакоњењу односа организоване моћи и да га то такође чини идеолошким. Имајући у виду овако сложен сплет различитих научних домена, нису изненађујући многобројни покушаји дефинисања и уоквиривања критичке анализе дискурса будући да тај опис очигледно захтева један комплексан и интердисциплинарни приступ.

У настојању да теоријски одреди критичку анализу дискурса, Ван Дајк (2001: 95) наглашава да КАД није правац у истраживању језика, ни поддисциплина у истраживању дискурса, као што је случај са психологијом дискурса или анализом конверзације. Она није ни метод ни теорија која се може применити на друштвене проблеме. КАД је перспектива у бављењу науком (*ibid*), и то критичка перспектива која, будући да је интердисциплинарна, комбинује различите домене хуманистичких наука у процесу посматрања једног социјалног проблема. Узимајући у обзир ову комплексност која се огледа у коришћењу различитих ресурса, долазимо и до тога да је критичка анализа дискурса еклектичке природе.

Говорећи о циљевима КАД, Ван Дајк наглашава да је КАД оријентисана проблемски, а не парадигматски, што значи да се било који теоријски или методолошки приступ може сматрати одговарајућим све док се може успешно примењивати у проучавању неког друштвеног проблема. КАД се може усредсредити на све нивое и димензије дискурса тј. граматику (фонологију, синтаксу, семантику), стил, реторику, схематску организацију, говорне чинове, прагматичке стратегије и оне које се тичу интеракције. Код проучавања улоге дискурса у друштву, КАД се нарочито бави односима моћи, доминације и неједнакости и начинима на којима се ти односи изграђују и како им се чланови друштва супротстављају. Осим тога, КАД није сведена само на вербални приступ дискурсу, већ обухвата и друге семиотичке димензије комуникативних догађаја где спадају слике, филм, звук, музика,

¹¹ Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2015). *Methods of critical discourse studies*. Sage.

¹² Јирген Хабермас, филозоф и припадник Франкфуртске школе значајан је овде због филозофије о језику и става да моћне групе могу злоупотребити језик ради своје користи. Франкфуртска школа се односи на неомарксистичку интердисциплинару друштвену теорију која се јавила 20их и 30их година 20. века.

гестови итд (Ван Дајк 1995: 17-18). Један пример у српском дискурсу нарочито илуструје и истовремено обједињује поменуте сегменте КАД. Реч је о реклами за немачки ланац маркета Лидл, који се на српском тржишту појавио пред крај 2018. године. Реклама је изазвала бурну реакцију јавности и жучну расправу, нарочито у женским и феминистичким круговима. Проблем је настао када су се уз садржај „Он је висок и поуздан. Она је ниска и невероватна. Висок квалитет и ниска цена“ у реклами нашли висок мушкарац и ниска жена, као два симболична српска потрошача у новоотвореном Лидловом маркету. Револт многих жена у Србији изазван је асоцијацијом коју су запослени у Лидлу имали када су жену приказали као ниску цену, а мушкараца као висок квалитет. Према речима маркетиншких стручњака из Лидла, који наводно нису имали намеру да омаловажавају женску популацију већ да прикажу савршен однос цене и квалитета, придеви висок и поуздан су се односили на квалитет, који је у српском језику мушког рода, а ниска и невероватна на цену, која је у српском језику женског рода. Реклама за Лидл је одраз једног друштвеног проблема и парадигма социјалних односа у једном друштву, као што су класа, родна равноправност или неједнакост, а КАД се намеће као исправна перспектива у формулацији проблема и поступак за разоткривање идеолошких и сакривених садржаја који на суптилан начин могу утицати на сам процес мишљења.

Водак (2001:8) у *Методама критичке анализе дискурса* каже да је прве радове на тему интеракције између вербалног и визуелног у текстовима и дискурсу имао Тео ван Леон. Студирао је филмску и телевизијску продукцију и интересовао се за језик телевизијских интервјуа и новинског извештавања, семиотику визуелне комуникације и музике. Ван Леон тврди да КАД треба да се бави дискурсом као инструментом моћи и контроле, као и дискурсом као инструментом за стварање друштвене реалности.

Када би се применили сви критеријуми за истраживање које прописује перспектива КАД, говорили бисмо о једној утопијској критичкој студији. Ван Дајк (1995:19) тврди да су ти критеријуми оно чему у КАД треба тежити и да управо то критичко становиште одваја КАД од свих осталих принципа студија о дискурсу. Овде пре свега мисли на критеријум тзв. критичке адекватности (енг. *critical adequacy*) који претпоставља друштвене норме и вредности уводећи друштвену и политичку етику у научне и академске кругове. За Водак (2001:9) појам *критичка* у називу КАД односи се на дистанцу која се прави према подацима, смештање података у домен друштвеног, експлицитно заузимање политичког става и фокус на преиспитивање као када научници спроводе истраживање. Такво виђење је за научнике политичко, пристрасно и субјективно јер сматрају да њихов рад треба да буде објективан, тј. да остане неутралан у односу на друштвено-политичку позицију. Ипак, како Ван Дајк истиче, КАД наглашава чињеницу да је академски свет саставни део друштвеног и политичког живота, као и да су теорије, методе, теме и селекција података у студијама о дискурсу увек политичке. Другим речима, свако истраживање које се спроводи у академским круговима је засновано на одређеним идеолошким принципима, који чине важан аспект у успостављању неједнаких односа моћи. Стога је задатак КАД да пронађе и раскринка такве идеолошке концепте кроз истраживање и разоткривање шаблона по ком функционише доминација елита и њихова манипулација. Да би била успешна, КАД треба да садржи закључке, препоруке и практичне примене које морају да делују (Ван Дајк 1995:19). На основу предложених циљева КАД, закључујемо да ова перспектива стоји на страни оних слабијих који би требало да се одупру манипулативним средствима доминантних социјалних структура и који уз помоћ КАД долазе до различитих сазнања о неким друштвеним или политичким питањима.

У контексту критичке лингвистике, Водак (2001:10) истиче да моћ, манипулација и доминација не чине инхерентни део језика, већ да језик представља средство којим се служе

они који припадају круговима моћи захваљујући којима он стиче своју моћ. Ван Дајк је испитивао на који начин се у језику може испољавати и практиковати друштвена моћ као и злоупотреба моћи. Он је друштвену моћ дефинисао као одређени облик контроле доминантне групе над другом групом или другим групама где је та контрола у интересу те једне доминантне групе. Доминантна друштвена група и њени чланови могу имати приступ тексту који се сматра извором друштвене моћи и на тај начин могу контролисати садржај текста. Док обични грађани могу имати контролу над дискурсом као што је свакодневни говор са члановима породице, пријатељима и колегама, а пасивнији приступ институционалном, тј. бирократском дискурсу и медијском дискурсу, приступ и контрола коју има елита обухвата широк спектар и неформалног и јавног и институционалног дискурса. Политичари имају контролу над парламентарним дискурсом и повлашћен приступ масовним медијима. Заправо, можемо рећи да елита спроводи контролу над најутицајнијим и најважнијим жанровима дискурса у друштву (Ван Дајк 1995: 20). Предмет интересовања КАД је не када се та контрола легитимно спроводи због природе посла или позиције онога ко је спроводи, већ када она представља злоупотребу моћи, тј. када је нелегитимна и када се поистовећује са цензуром. У контексту савременог дискурса, ова контрола, тј. цензура односи се на спречавање и ограничавање слободе медија у извештавању и информисању јавности кроз идеолошку и манипулативну филтрацију вести, а спроводе је чланови доминантне и владајуће групе.

Једна форма контроле која је изузетно значајна за доминантну групу тиче се контроле ума или контроле (и усмеравања) самог процеса мишљења. Будући да се дискурс не мора односити само на вербалну праксу већ подразумева и значење, интерпретацију и разумевање (Ван Дајк 1995: 21) различита средства могу довести до варијација у процесу мишљења и, консеквентно, доношења одлука. Ова средства могу бити лингвистичка где убрајамо и персуазивне појмовне метафоре које се у политичком дискурсу успешно користе не само за разумевање садржаја, већ и за усмеравање пажње реципијената на одређене теме науштрб других како би се избегла питања о којима доминантне групе нерадо говоре. Контрола процеса мишљења подразумева поред избора тема и селекцију слушалаца или реципијената¹³ који се бирају на основу образовања и знања о одређеној теми. Манипулација је омогућена када слушаоци немају алтернативни избор информисања или када немају довољно знања како би се супротставили, оповргли и одбацили исконструисан текст или говор. Контрола и цензурисање информација, па тако и манипулација, најочигледнији су у јавном дискурсу, односно политичком дискурсу о коме ће бити речи у наредном потпоглављу.

¹³ Посебно поглавље у овој дисертацији тиче се типова реципијената у оквирима прагматичких проучавања језика; в. поглавље 2.3.2.5. Прилагођавање исказа слушаоцима. Типови слушалаца и теорија акомодације.

2.2.3. Политички дискурс

Ова дисертација корпус примера за истраживање узима из политичког дискурса као његовог посебног жанра који је у извесној мери одређен политичким мишљењем или политичком когницијом. Учење о политичкој когницији се углавном бави менталним представама које људи размењују као политички актери. Наше знање и мишљења о политичарима, странкама и председницима се у највећој мери усвајају, мењају и потврђују кроз текст и говор током социјализације, формалног образовања, коришћењем медијских садржаја и кроз разговор (Ван Дајк 2002:203). Обрада политичких информација је, како закључује Ван Дајк, форма обраде дискурса управо зато што се политичко деловање и учење постижу кроз дискурс и комуникацију.

Да бисмо могли да разумемо политички дискурс, морамо се позабавити политичком когницијом јер је политички дискурс у великој мери одређен и зависи управо од политичке когниције оних учесника који су активни у политичкој комуникацији. Политичка когниција се односи на то како појединци схватају политички свет око себе и како начин на који они тај свет разумеју утиче на њихово политичко понашање, тј. на њихово деловање у друштвено-политичком окружењу. Ван Дајк (2002:206) каже да су предмет проучавања политичке когниције различити аспекти обраде политичких информација – усвајање, употреба, структуре менталних представа о политичким ситуацијама, догађајима, актерима и групама. Типичне теме истраживања политичке когниције су организација политичких веровања или ставова, перцепција политичких кандидата, политичко просуђивање и доношење одлука, стереотипи, предрасуде и други друштвено-политички ставови.

За разумевање односа политичке когниције и политичког дискурса, Ван Дајк (2002:207) наводи концептуални оквир који представља базу за анализу односа ова два феномена. Тај концептуални оквир садржи следеће постулате :

1. Когнитивни процеси и представе се дефинишу у односу на апстрактну менталну структуру коју називамо меморијом.
2. Меморија је подељена на краткорочну, која се другачије назива радном меморијом, и на дугорочну меморију. У краткорочној меморији се врши обрада информација (перцепција, разумевање и продукција дискурса, мониторинг интеракције итд), док се у дугорочној меморији чува знање о нечему и користе информације.
3. Дугорочна меморија се дели на епизодичну меморију, у којој се чува лично искуство које настаје као резултат обраде информација и разумевања из краткорочне меморије, и на семантичку меморију, у којој се чувају опште и апстрактне информације које се социјално размењују (језичко знање, знање о свету итд). Други назив за семантичку меморију је социјална меморија.
4. Информације у дугорочној меморији су органозоване у различитим типовима менталних представа, а сваки од њих има своју схематску структуру.
5. Знање се овде дефинише као организована ментална структура која се састоји од заједничких фактуалних уверења која се могу верификовати правим (истинитим) критеријумима те групе. Оно што се за једну групу може назвати знањем, за другу групу може бити само уверење или мишљење.
6. Осим знања, људи поседују и друге друштвено заједничке информације, тј. ставове групе укључујући и предрасуде, норме и вредности. Док је знање културолошки

одређено као објективно или чињенично, ставови групе су евалуативни и субјективни јер су различити и зависе од групе до групе.

7. Мада се мало зна о организацији евалуативних уверења, претпоставља се да и она имају карактеристичну схематску структуру.
8. Мада је архитектура социјалне меморије још увек непозната, претпоставља се да се у њеној основи налази заједничка основа (енг. common ground) друштвено-културних уверења кога карактеришу заједничко културно знање и ставови. Ван Дајк овде истиче да се заједничка основа током времена може мењати, као и да различите групе могу саме развијати одређена знања и ставове која су идеолошки обојена.
9. Осим заједничких друштвених уверења, сваки од чланова групе има и своја лична уверења, мишљење и ставове који су смештени у епизодичној меморији. Ова лична искуства и знања налазе се у тзв. менталним моделима који такође имају своју схематску структуру и унутар њих бројне фиксне категорије – место радње, радње, учесници и њихове разне улоге.
10. Модели су субјективни јер представљају лични доживљај и интерпретацију неког конкретног догађаја.
11. Ови модели формирају когнитивну базу за све наредне индивидуалне дискурсе и интеракције. Другим речима, у процесу продукције и разумевања дискурса, људи конструишу посебан ментални модел догађаја или радње који касније служи као референтна основа за утврђивање кохерентности.
12. Ментални модели интегришу нове информације, не само оне које се тичу личног искуства већ и оне које су заједничке једној групи или друштву. Другим речима, ментални модели представљају спону између домена личног и друштвеног.
13. Када се деле или генерализују, ментални модели могу да постану основа за друштвено и политичко учење из искуства. Заправо, наше опште и апстрактне друштвене представе социјалне меморије пре свега потичу од нашег личног искуства који су представљени у епизодичким моделима.

Полазећи од традиционалне поделе меморије на краткорочну и дугорочну, Ван Дајк је објаснио на који начин се ствара когнитивни механизам, тј. ментални модел који утиче на интерпретацију, тј. разумевање и тумачење нових садржаја из спољашњег света. У структури тог когнитивног механизма налазе се и лични и социјално условљени елементи који кроз време и искуство истовремено и изнова генеришу тај ментални модел. На основу Ван Дајкове констатације да ментални модел може постати основа за друштвено и политичко учење кроз искуство, закључујемо да је природа менталног модела променљива и динамична. И баш као што Водак каже да не постоје системи који су непроменљиви и који ће фиксирати начин на који ће људи реаговати (Водак 2001:9), тако и ментални модел бива модификован од стране различитих спољашњих утицаја и (персуазивних) инструмената за усмеравање деловања који се нарочито испољавају у политичком дискурсу.

Недостатак концептуалног оквира, који је горе наведен, огледа се у виду модела контекста (енг. context model), који Ван Дајк сматра кључном компонентом између модела

догађаја¹⁴ и дискурса. У овом моделу, субјективне информације су те које у крајњој мери одређују како говорници и писци прилагођавају свој говор и текст ситуацији у којој се налазе. Та ситуација је оно што Ван Дајк назива контекстом и он генерално садржи различите категорије попут места радње (време, локацију, околности, реквизите), догађаје, учеснике тих догађаја, деловања (енг. action), когниције (циљева, знања, мишљења, емоција итд) (Ван Дајк 2002: 214). Модели контекста могу да контролишу не само оно о чему се говори, већ и начин на који се говори (ibid). Овде улазимо у домен прагматике, што Ван Дајк и каже, јер се ови модели могу протумачити као база за прагматичке и стилистичке карактеристике дискурса. Структура модела контекста дефинише одговарајуће услове за говорне чинове и интеракцију. Осим домена прагматике¹⁵, овај модел се тиче и домена модалности, тј. модалних средстава која се бирају у зависности од датог контекста¹⁶(нпр. степен учтивости умногоме зависи од врста саговорника, формалне или неформалне ситуације итд).

Излажући елементе концептуалног оквира и описујући менталне моделе, Ван Дајк је заправо говорио о домену личног и субјективног из епизодичне меморије за процес интерпретације дискурса. За разумевање структуре политичког дискурса неопходно је рећи нешто више и о друштвеној или социјалној димензији политичке когниције. Ван Дајк овде подразумева да се социјална меморија састоји од знања, ставова, идеологије, вредности и норми. Ван Дајк разликује два типа знања. Прво се тиче знања које постоји унутар специфичне групе, а други тип се односи на опште културно знање које постоји између група и унутар читавог друштва. Опште знање, оно што и у политичком дискурсу и у прагматици називамо заједничком основом (енг. common ground), основа је за целокупну интеракцију и комуникацију и оно се у дискурсу подразумева. Ово знање је неоспорно, никад се не доводи у питање и прихвата се као чињенично и објективно знање у друштву. Објективно знање може постојати и на нивоу групе, али је оно валидно само за чланове те уске заједнице који га на тај начин доживљавају. За неке друге групе, такво знање ће бити окарактерисано као став, мишљење и уверење чија се истинитост може даље преиспитивати. Мишљење на нивоу групе може бити организовано тако да то представља став те групе. У зависности од теме, група тако може имати свој став о имиграцији, као једној о горућих тема у медијима последњих неколико година. Ван Дајк на крају каже да сви ставови унутар једне групе могу бити засновани на некој идеологији. Идеологије су по дефиницији апстрактне и опште и морају се као такве применити на многе различите ставове (Ван Дајк 2002:222). Осим тога, идеологије су у суштини социјално условљене, као и језик, што значи да не постоје личне и приватне идеологије, већ само лични или појединачни начини њене примене (Ван Дајк 2006:1). Будући да су блиско везане за језик (Ферклаф 2001:2), идеологије не утичу само на начин продукције дискурса, већ усмеравају деловање рецепијената, односно припадника одређених група. Тако, на пример, расистичка идеологија може имати утицај на ставове групе о имиграцији (ibid), или нпр. идеологија либерализма, која сматра заштиту личних слобода приоритетом државе, може утицати на ставове групе о верским слободама.

Након детаљног увида у структуру политичке когниције, која је неопходна за разумевање политичког дискурса, дефинисаћемо политички дискурс на начин који је релевантан за ову дисертацију. Политички дискурс је дискурс политичара и један је од врста дискурса, поред нпр. научног, академског, медицинског или неког другог који, будући да је

¹⁴ Модел догађаја (енг. event model) односи се на начин на који говорник интерпретира догађај о коме се говори.

¹⁵ О предмету проучавања прагматике видети наредно поглавље.

¹⁶ О модалности и модалним средствима која утичу на деловање (акцију) рецепијената видети поглавље Предмет проучавања модалности.

јаван, тематски обухвата оне сфере које се тичу економије или финансија, права, технолошког напретка, међународних односа, образовања, грађевинарства и инфраструктуре итд. и то у таквој мери да језик који се користи као средство у преношењу таквих порука буде довољно разумљив просечном реципијенту. Другим речима, терминологија у усменим или писаним говорима не би требало да буде толико стручна да би је могао разумети само професионалац у одређеној области, већ и грађанин просечног образовног нивоа који, на пример, купује и чита дневну штампу. Политички дискурс мора бити у тој мери комплексан да би био довољно интересантан и иновативан за јавност, а опет једноставан по искуственој блискости оних којима је намењен. Према мишљењу Ван Дајка (2006:20) тематика политичког дискурса, односно његовог жанра парламентарног дискурса, обухвата домен јавног живота, нарочито оне догађаје који захтевају заједничко доношење одлука, дефинисање политике деловања, регулативе и законодавства. Осим тога, будући да се политички дискурс тиче професионалних политичара и политичких институција, његово описивање се не дешава у толикој мери на нивоу текста колико на нивоу контекста (ibid), који чини једну од најважнијих компоненти његове структуре. Поред модела контекста, као менталног модела политичке ситуације, у структури политичког дискурса налазе се још и теме, схеме, локална семантика и стил и реторика. Која тема ће бити актуелна и наглашена зависи од модела догађаја и модела контекста говорника. У овом случају се у политичком дискурсу често јавља дихотомија *ми* и *они*, па се тако хиперболички приказују добре и лоше карактеристике две различите стране на начин како говорнику то одговара у датој ситуацији. „Наше“ се негативне особине у тој мери ублажавају да се можда чак и прећуте, док се „њихове“ истичу у први план. Такође, „наше“ позитивне стране се наглашавају и преувеличавају, а „њихове“ занемарују. Схематска организација политичког дискурса је конвенционална и независна од политичке партије. Она садржи истоветне категорије попут реда, релевантности, врсте и количине информација које се могу мењати и по потреби наглашавати или прикривати (Ван Дајк 2002 :229), као што је већ претходно објашњено. Локална семантика или локално значење је још један битан сегмент у структури политичког дискурса који уз модел контекста подразумева знања, ставове и идеологије који су заједнички једној локалној друштвеној групацији без обзира на то у којој мери су експлицитно изражени. Стил и реторика се тичу специфичне лексикализације, синтаксичке структуре и реторичких инструмената који усмеравају пажњу на одређене информације, а одвлаче од других непожељних (Ван Дајк 2002:231).

2.2.3.1. Досадашња лингвистичка проучавања политичког дискурса

Аристотел је још давно тврдио да човек примењује убеђивачке технике у свакодневној комуникацији са другим људима. Мада често нисмо ни свесни да у сасвим обичним приликама утичемо на друге покушавајући да им наметнемо свој став или мишљење, најексплицитнија персуазивна комуникација присутна је у политичком дискурсу између професионалних политичара и гласачког тела као рецепијената. Оваква интеракција са убеђивачким циљевима је у политичком дискурсу најочигледнија будући да је од кључног значаја за једну политичку струју која настоји да придобије што већи број истомишљеника или гласача као подршку ка остваривању свог крајњег циља - достизање моћи, тј. позиција у држави и могућност управљања.

Проучавање политичког дискурса и његових феномена је интердисциплинарно. До данас је политички дискурс предмет интересовања различитих научних области као што су политика (и политичке науке), лингвистика (когнитивна лингвистика, социолингвистика, компаративна лингвистика, прагматика, критичка анализа дискурса итд), социологија (нарочито политичка социологија) и психологија (политичка психологија, социјална психологија). Политикологе углавном занимају последице политичких одлука и деловања за друштво, док су лингвистима, са друге стране, одувек биле интересантне језичке структуре које се користе за преношење релевантних порука рецепијентима како би се остварила специфична функција (Шефнер 1996:1). Персуазивна снага у политичком дискурсу се у овој дисертацији изучава у лингвистичким оквирима, тј. ефекат убеђивања у политичком дискурсу посматра се кроз језик и језичка средства која до тог ефекта могу довести. У процесу манифестовања политичке воље као и реализације било које политичке акције, језик заузима веома значајно место. Заправо, било која политичка акција припрема се, прати, контролише и под утицајем је језика (ibid). О значају језика у политичком дискурсу говорио је и Партингтон (2018: xvi) рекавши да је језик главно средство за постизање и спровођење моћи у плуралистичким демократским друштвима. Осим тога, он цитира Корлета да је комуникација политичка валута, тј. да политичари тргују аргументима, изјавама, говорима, памфлетима и манифестима, да их начин на који се изражавају дефинише, као и то да ли ће бити успешни у својој професији. *Политичар који ћути је подједнако користан као и продавац који своју радњу никад не отвара* (Партингтон 2018:1). О вези која постоји између богатства језика, тј. моћи и вештине изражавања са једне стране и успешне каријере са друге писао је и Лудвиг Витгенштајн¹⁷ у *Филозофским истраживањима* рекавши да су „*границе језика истовремено и границе света*“.

Као најзначајнија имена проучавалаца језика у политичком дискурсу на енглеском језику издвајају се Џорџ Лејкоф, Џонатан Чартерис Блек, Пол Чилтон, Елена Семино, Золтан Кевечеш, као и већ поменути Теун ван Дајк, Норман Ферклаф, Рут Водак који су политички дискурс посматрали из угла критичке анализе дискурса. Џорџ Лејкоф, а потом и Марк Џонсон, сматрају се утемељивачима појмовне (концептуалне) метафоре, која заузима кључну позицију у овом дисертационом истраживању. Лејкоф је теорију концептуалне метафоре успео да примени у неколико различитих дисциплина попут филозофије, математике, књижевности, а затим и политике. Суштина његове теорије је да метафора представља примарни концептуални конструкт у развоју мисли и да захваљујући појмовној метафори успевамо да разумемо и комплексне друштвено политичке ситуације. Блек (2014:25) је увео критички приступ метафори истичући да критичко испитивање метафоре у контексту доноси више информација и додатно утиче на вредносну процену о одређеним догађајима. Чини се

¹⁷ *Филозофска истраживања* Лудвига Витгенштајна представљају основу тзв. филозофије језика. Витгенштајнова филозофија се објашњава кроз теорију света, теорију слике и теорију става, где ће теорија слике за дисертационо истраживање бити од великог значаја у смислу начина концептуализације спољашњег света и за његово разумевање.

да рад Блека представља својеврсну синтезу критичке анализе дискурса, когнитивне лингвистике и корпусне лингвистике будући да закључке до којих долази утемељује захваљујући репрезентативним узорцима које узима из британског корпуса. Критичко испитивање метафора Блек врши у оквиру политичког дискурса анализирајући политичке говоре британских лабуриста и конзервативаца и политичке говоре америчких председника. Семино је британска лингвисткиња италијанског порекла у чији предмет интересовања спадају такође критичка анализа дискурса, когнитивна и корпусна лингвистика. Метафором се бави интердисциплинарно, детаљно је анализирајући кроз студије случаја из области књижевности, политике, образовања, маркетинга и медицине. Најпознатије дело Пола Чилтона *Analysing Political Discourse*¹⁸ пружа увид у то како се језик користи за остваривање политичких циљева. Чилтон се овде бави савременим америчким политичким дискурсом и анализира говоре Била Клинтона, Џорџа Буша и поруке Осаме бин Ладена у тренуцима када се политичке одлуке тичу глобалне политике. Чилтон користи политички дискурс у циљу истраживања језичких феномена у различитим лингвистичким областима – прагматици, когнитивној лингвистици, анализи дискурса, семантици. Његов предмет интересовања су и језик и дискурс у Великој Британији у току процеса изласка из ЕУ.

На српском језику се о политичком дискурсу у лингвистичким оквирима могу пронаћи радови ауторки Надежде Силашки и Татјане Ђуровић са Економског факултета у Београду, затим Катарине Расулић и Душке Кликовац са Филолошког факултета у Београду, као и дисертације Ксеније Богетић, Емира Мухића, Тијане Весић Павловић, Светлане Слијепчевић и других. Сви наведени аутори црпе примере за лингвистичку анализу из политичког односно медијског дискурса у циљу проучавања различитих ефеката метафора или других инструмената који се стратешки употребљавају за постизање зацртаних циљева.

¹⁸ „Анализирање политичког дискурса“ (прим. прев)

2.3. Предмет проучавања прагматике

Прагматика је грана лингвистике која проучава употребу језика у друштвеним контекстима као и начине на које људи производе и разумеју значења кроз језик (Кечкеш 2014:6). Бирнер (2012: 2) прагматику дефинише упоређујући је са семантиком из које она проистиче. Прагматику одређује као науку о употреби језика у контексту за разлику од семантике која проучава дословно значење независно од контекста. Јул (1996: 3) употпуњује претходне две дефиниције објашњавајући предмет интересовања прагматике и постепено уводећи и најважније концепте у ове лингвистичке гране. Он тврди да се прагматика бави проучавањем значења које преноси говорник или писац, а које интерпретира слушалац или читалац. Осим оног садржаја који говорник експлицитно изговара, а што постаје предмет интерпретације слушаоца, прагматика обухвата и комуникативну намеру говорника, односно, подразумева све оно што је говорник хтео да каже. Трбојевић Милошевић (2016:10-16) у овом смислу указује на различите метонимијске и метафоричке референце које слушалац разуме на правилан начин иако се значење не преноси са говорника на слушаоца дословно. Имајући у виду значај комуникативне намере, у прагматици подразумевамо и комуникацију између саговорника која се одвија кроз поруке које саопштавамо и разумемо чак и онда када их језиком не изричемо. Ауторка их назива порукама неизреченог. Овде је кључни фактор феномен блискости, па тако у зависности од блискости (физичке, друштвене или концептуалне) са слушаоцем, говорник одређује у којој мери је нешто потребно да се каже. Комуникативна намера постаје јасна уколико са саговорником делимо исто или слично искуство или знање. На основу ових објашњења, закључујемо да постоје четири релевантна концепта које се тичу прагматике. Прво се издваја индивидуални аспект јер је реч о *једном* говорнику који жели да пренесе одређену поруку. Други концепт се односи на контекст и на ефекат који он може да изазове. Трећи подразумева инференцију, тј. садржај који се разуме из поруке, а четврти учтивост.

Када се говори о значењу које је предмет проучавања прагматике, често долази до упоређивања са значењем које покрива лингвистичка област семантике. Семантика значење тражи унутар реченице. За лингвистику, реченица је апстрактни ентитет – низ речи одвојених од ванјезичког контекста – док је исказ конкретизована инстанца говорног чина у специфичном ситуационом контексту (Кечкеш 2014:9). Синтакса проучава односе између лингвистичких форми, начине на који су поређани у низ, као и који низови су добро формиран. Семантика такође проучава односе између језичких форми, али и ентитета у реалном свету, тј. начин на који су језичке форме дословно повезане са стварима (Јул 1996:5). Значењем реченица (енг. sentence) се бави семантика, док прагматику занимају искази (енг. utterance) које срећемо у реалној језичкој употреби. Једна иста реченица у зависности од контекста може имати сасвим друго значење. У прагматици се проучава однос између лингвистичких форми и оних који те форме користе. Другим речима, у језичкој анализи присутан је и онај који употребљава те форме, односно, не занемарује се људски аспект. За разлику од других лингвистичких грана, предност прагматике огледа се у могућностима откривања говорникових намера, претпоставки, циљева, као и врста активности које говорник изводи у тренутку док говори (*ibid*). Са друге стране, прагматичка језичка анализа може бити веома комплексна имајући у виду намере говорника, све оно што им је у мислима, што остаје неизречено или се имплицира.

У поређењу са другим лингвистичким областима, прагматика се у литератури често спомиње као тзв. корпа за отпатке (енг. wastebasket). Овај епитет који се приписује прагматици помињу и Меј (2001), Јул (1996), као и Бирнер (2012). Бирнер (2012: 294) подсећа на Бар Хилела, израелског филозофа и лингвисту који је 1971. овако окарактерисао семантику у односу на синтаксу. Све оно што се није могло објаснити у оквирима

синтаксичке анализе пребачено је у домен семантике. Прагматика тако постаје репозиторијум за све оно што се fino не уклапа у семантичке дефиниције, тј. све оно чиме семантичари и нису баш тако вољни да се баве (ibid). Суштина је у томе што је прагматика комплексна лингвистичка дисциплина која је перманентно зависна од контекста као једне од најзначајнијих варијабли и да процес комуникације посматра онако какав он јесте – реалан. То потврђује и етимологија речи *прагматика* која потиче од придева *πραγματικός* и значи реалан, прави, стваран. Језик је жива и променљива категорија, а комуникацијски процес у тој мери сложен да прагматика као наука мора узети у обзир све променљиве при тумачењу било каквих комуникацијских исхода. Прагматика се не зауставља на језичкој форми, не посматра значење у реченици као једнообразно, већ га интерпретира као јединствено за дату и актуелну ситуацију.

Идеја о корпи за отпатке доводи се у везу са тенденцијама које су у лингвистици постојале током педесетих и почетком шездесетих година 20. века. Амбиције лингвистике у то време биле су усмерене на то да се она прикаже као природна наука са нагласком на формалну логику и апстрактни симболизам (Меј 2001:19). Меј објашњава да је тада лингвистика идеално замишљена као алгебра језика. Међутим, како даље тврди, примена формалних метода на наш свакодневни живот показала се немогућом јер се феномени у стварном животу не могу детаљно објаснити математички прецизним и идеализованим методама. Језик у својој правој и аутентичној употреби испоставља се да превазилази прецизне математичке оквире, на шта су указали и многи лингвисти током шездесетих година, па и касније, одбацујући чомскијанске принципе и трансформационо-генеративну граматику. Међу њима су се нашли Џон Роберт Рос и Џорџ Лејкоф који су понудили алтернативни оквир – генеративну семантику, мада је тек 1969. након објављивања капиталног дела Џона Роџерса Серла под називом *Говорни чиновни*¹⁹ одјек постао снажнији за стварање територије коју покрива прагматика (Меј 2001: 22). Лич (1989:2) је нагласио да су се одређене припреме терена за настанак прагматике већ дешавале и пре него што су лингвисти на то почели да указују. Темеље за прагматички приступ у проучавању језика полако су постављали филозофи језика попут Остина, Серла и Грајса, чије теорије и принципи, као што су говорни чиновни или кооперација, представљају кључне концепте у прагматици.

¹⁹ Појам говорног чина увео је филозоф Џон Остин у својој књизи *Како деловати речима* (енг. *How to Do Things with Words*) из 1962.

2.3.1. Основни концепти у прагматичком проучавању језика – говорни чинови и Грајсове максиме

2.3.1.1. Говорни чинови

Неколико прагматичких концепата ће бити од суштинског значаја за ток овог истраживања. На првом месту говорићемо о говорним чиновима (енг. speech acts), будући да овде смештамо персуазивну намеру или циљ у политичком дискурсу (илокуциони чин), а потом и перлокуциони персуазивни ефекат што је главни фокус ове дисертације.

Као што је у претходном поглављу већ назначено, зачетник теорије говорних чинова био је Џон Остин чије је постхумно дело из 1962. имало снажан одјек у лингвистичкој филозофији, а потом и у лингвистици, нарочито у прагматици. Пут свог професора наставио је Џон Серл, амерички филозоф језика, који је даље развио и систематизовао теорију о говорним чиновима (Меј 2001:108). У свом делу *Како деловати речима*, Остин је закључио да сваки уобичајени исказ има и свој дескриптивни и свој резултативни аспект: нешто рећи значи нешто и урадити (Садок 2006:54). Јул је то објаснио тако да кроз покушај да се изразе, људи не користе само исказе који садрже граматичке структуре и речи, већ кроз те исказе изводе и одређене радње. Радње које се реализују кроз исказе називају се говорним чиновима, што се може означити и као извињење, жалба, позивница, захвалница, обећање или захтев (Јул 1996:47). Остин је реченице у којима се очигледно реализује нека активност у процесу казивања одвојио од реченица које су чисто дескриптивне и за које су се највише занимали филозофи језика. Прве је назвао перформативима²⁰, а друге констативима у односу на то да ли се њиховим казивањем обавља одређена радња (Садок 2006:54).

У оквиру теорије говорних чинова постоје и тзв. говорни догађаји (енг. speech events) који значајно утичу на разумевање и интерпретацију самих исказа током реализације говорног чина. Јул (1996:48) тврди да говорник очекује од слушаоца да препозна његову комуникативну намеру у околностима под којима изговара исказе. Другим речима, околности у којима се генеришу искази служе да потпомогну комуникативни процес између два или више говорника, односно да поспеше адекватно тумачење исказа. Јул тако наводи једну околност у којој су два говорника неравноправна, односно у потпуно различитим социјалним положајима. У ситуацији са радног места, у којој је шеф тај који има сву моћ, исказ *Отпуштен си!* није само дескриптивног карактера, већ има дубље значење за донедавно запосленог саговорника. Као други пример за значај говорног догађаја, Јул наводи исказ *Овај чај је баш хладан!* који би се у зависности од временских услова (говорног догађаја) могао двоструко протумачити – или као похвала, ако је врео летњи дан, или као критика, ако је цича зима.

Остин је говорне чинове поделио на три основне категорије, при чему је нагласио да се током изговарања одређеног исказа истовремено дешавају три типа радње:

1. Локуциони чин, који представља изговарање реченице са одређеним смислом и референцом;
2. Илокуциони чин, који подразумева да се исказом нешто може изјавити, понудити, обећати и то уз помоћ конвенционалне силе која се доводи у везу са обављањем тог чина;

²⁰ Као илустрација за перформативе (или за перформативне глаголе) најчешће се јављају примери попут: *Проглашавам вас мужем и женом; Извињавам се.* итд.

3. Перлокуциони чин, који се односи на ефекат који се постиже код публике изговарањем те реченице, где је тај ефекат специфичан за услове у којима настаје исказ (Левинсон 1983:236).

Јул (1996:48) је локуциони чин објаснио као основни чин исказа који подразумева продукцију једног смисленог језичког израза. Илокуциони чин је објаснио као чин у коме се исказује сврха неког исказа, тј. говорникова намера. Намера за Серла стоји као једна од најбитнијих класификационих карактеристика говорних чинова (Серл 1969:16) и њој се у оквиру говорних чинова највише посвећује пажње. Перлокуција је ефекат који се постиже изговарањем исказа и употребом његове илокуционе силе, па тако можемо говорити о перлокуционом ефекту говорног чина. Перлокуциони ефекат се постиже уколико говорник успе да убеди, приволи или натера саговорника да уради онако како му је речено, тј. да реализује говорникову жељу и намеру. Овај ефекат је у јавном медијском и политичком дискурсу итекако значајан.

Будући да је илокуциони чин најсложенији по питању могућности које говорнику стоје на располагању у смислу дефинисања намере у исказу, свака врста те намере потпомогнута је илокуционом силом. Јул поставља питање на који начин говорник зна да ће саговорник препознати намеравану илокуциону силу (1996:49). Као одговор су се јавила два решења, односно параметра. Прво је тзв. показатељ илокуционе силе - ПИС (енг. IFID – Illocutionary Force Indicating Device), а други предуслов прикладности говорног чина (енг. FC - Felicity Conditions). Јул објашњава да је ПИС средство којим се показује постојање илокуционе силе у говорном чину, а то је најчешће кроз перформативни глагол. Перформативни глагол, ипак, не мора увек да буде експлицитно присутан у исказу да би се препознала илокуциона сила. Јул истиче да се ПИС може идентификовати и кроз редослед речи у реченици, нагласак или интонацију (Јул 1996:50). Прикладност говорног чина се сврстава у три категорије по Остину²¹, односно у пет, колико их наводи Јул.

Остинови услови за говорне чинове су следећи:

1. Неопходно је да постоји конвенционална процедура са конвенционалним ефектом, као и да околности и особе морају бити одговарајуће, како се и наводи у процедури.
2. Процедура мора бити извршена тачно и у потпуности.
3. Често, особе морају имати одређене мисли, осећања и намере, као што се наводи у процедури, и ако се очекује да ће уследити реакција, онда остале стране морају поступити у складу са тим.

Јул разликује пет предуслова прикладности говорних чинова:

1. Општи услов – саговорници знају исти језик и могу да комуницирају смислено.
2. Садржински услов – да би наредба била наредба, њен садржај се мора односити на неки будући догађај, а актер у том будућем догађају мора бити говорник.
3. Припремни услов – говорник мора да поседује ауторитет, а саговорник мора да има спремност да поштује ауторитет говорника да би наредба нпр. могла да се изврши. Припремни услов за обећање се и те како разликује у односу на упозорење. За обећање постоје два припремна услова: први, догађај се неће сам од себе

²¹ Према Левинсоновим наводима (1983:229).

реализовати, и други, догађај ће имати повољан ефекат. У случају упозорења, не зна се да ли слушалац зна да ће се неки догађај одиграти, док говорник зна да ће се догађај одиграти и да ефекат догађаја неће бити повољан.

4. Услов искренности – говорник мора бити искрен у намери да обави неки чин у будућности.
5. Суштински услов – изговарањем обећања говорник се обавезује да испуни обећано. Другим речима, говорников исказ мења његов статус из одсуства обавезе до прихватања обавезе (Јул 1996:50-51).

Уз предуслове прикладности говорних чинова неопходно је да споменемо и опште функционалне вредности говорних чинова. На основу ове поделе разликујемо пет типова исказа:

1. декларативни искази (декларативи, енг. declarations) – говорни чинови којима се мења свет путем исказа;
2. репрезентативни искази (репрезентативи, енг. representatives)²² – говорни чин који указује на говорников став о истинитости пропозиције;
3. експресивни искази (експресиви, енг. expressives) - говорни чин који говори о томе како се говорник осећа, тј. одражава психолошко стање говорника. Серл (1979:15) наводи типичне глаголе у експресивним исказима: *захвалити, честитати, извинити се, изјавити саучешће, пожелети добродошлицу и изразити незадовољство* итд.
4. директивни искази (директиви, енг. directives) - говорни чин који говорници користе да би неко други нешто урадио за њих. Серл (1979:14) овде наводи типичне глаголе који се појављују у директивним исказима: *питати, молити, захтевати, дозволити, саветовати, позвати* итд.
5. комисивни искази (комисиви, енг. commissives) – говорни чин који говорник користи како би се обавезао на неку будућу радњу (Јул 1996:53-54).

Остин је дао нешто другачију таксономију која носи измењене називе исказа, али се да упоредити са Јуловом и Серловом. Наиме, његова листа укључује вердиктиве (пресуде), егзерцитиве (наредбе), комисиве (обавезе), бехабитиве (ставове и друштвено понашање, захваљивање, честитање итд) и експозитиве (начине на које прилагођавамо свој исказ ситуацији нпр. *претпостављам, показујем, признајем...*) (Остин 1962:150-151). Овде препознајемо неке већ горе наведене типове исказа о којима су говорили Серл и Јул. Тако се вердиктиви могу упоредити са репрезентативним исказима или асертивима, мада их Остин ограничава на употребу међу судијама и поротом. Егзерцитиви одговарају директивима, бехабитиви експресивима, а експозитиви декларативима²³. Лич (2014:63) је увео још један термин за који је сматрао да недостаје међу постојећим исказима, а то је рогатив. Рогатив објашњава као илокуциони чин којим говорник од слушаоца настоји да измами одговор како би добио потпуну информацију. Назив овог исказа потиче управо од интерогатива, упитног

²² Серл (1979:12) ове исказе назива асертивима.

²³ Остин, Серл и Јул користе исти назив за исказе у којима се говорник обавезује за неку будућу радњу – комисиви.

облика, будући да говорник дословно поставља питање у потрази за недостајућом информацијом.

2.3.1.2. Кооперативни принцип и Грајсове максиме

Поред поменутих говорних чинова, где се и смешта персуазивна намера (илокуциони чин) у политичком дискурсу, споменућемо принцип кооперативности који је у политичком дискурсу неопходан за успешну комуникацију, колико год се чинило да је однос моћи овде неједнак²⁴. У актуелним прагматичким теоријама прихваћено је да се значење конструише у друштвено условљеним околностима, да зависи од контекста и да је резултат кооперације у процесу комуникације (Кечкеш 2014:26). Та сарадња која суштински егзистира између два говорника је наизглед невидљива, али функционише по јасно утврђеним правилима којих ни један од учесника у комуникативном процесу није свестан. Грајс (1975:45) је приметно да говорници владају тим правилима и да сваки од њих очекује да ће се онај други тих начела придржавати колико код да траје њихов комуникацијски ток. Овај принцип сарадње или колаборације између два говорника Грајс је назвао Кооперативним принципом и он подразумева да сваки учесник у конверзацији треба да да свој допринос онако како се то од њега захтева, у тренутку када се догађа и у складу са сврхом или правцем разговора у коме учествује.²⁵ Поменута правила којих говорници нису свесни а које примењују, Грајс је назвао максимама и оне су и данас познате као Грајсове максиме конверзације или Грајсов модел. Сврстане су у четири категорије и свака од њих се састоји од неколико подначела којих се треба придржавати у конверзацијском процесу.

1. Максима квантитета или информативност²⁶ (енг. Maxime of Quantity)

- Учини свој допринос информативним у мери у којој се то тражи.
- Нека твој допринос не буде информативнији него што је потребно.²⁷

2. Максима квалитета или истинитост (енг. Maxime of Quality)

- Не говори оно за шта мислиш да није истина.
- Не говори оно за шта немаш одговарајућег доказа.

3. Максима релевантности или релевантност (енг. Maxime of Relation)

- Нека оно што кажеш буде релевантно.

4. Максима начина или јасност (енг. Maxime of Manner)

²⁴ Норман Ферклаф у својој књизи *Језик и моћ* коментарише принцип кооперативности којим се претпоставља једнака контрола над комуникацијским процесом, тј. једнак допринос две различите стране у разговору. Он сматра да је ово утопијска слика која у реалном дискурсу не постоји. Осим тога, критикује и фокус прагматике на индивидуалне исказе, а не на дискурс, мада ће се овај аспект изменити појавом интеркултурне прагматике коју ближе дефинише Иштван Кечкеш.

²⁵ У оригиналу: *Make your contribution such as is required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged.* (Грајс 1975:45)

²⁶ Грајсове максиме конверзације у литератури на српском језику имају и нешто другачије преводне еквиваленте. Твртко Прћић (2010:408) је у Зборнику посвећеном Свенки Савић дао своје преводне варијанте прагматичких термина, па је тако максима квантитета заправо информативност, максима квалитета истинитост, максима релације је релевантност, а максима начина јасност.

²⁷ Овде Грајс не сматра да би превише информација нарушило кооперативни принцип, већ тврди да може доћи до губитка времена.

- Ибегавај нејасно изражавање.
- Ибегавај двосмисленост.
- Буди кратак.
- Имај реда у изражавању.

За Кооперативни принцип је значајно нагласити да он не указује на природу односа између два говорника, нити се нарушава уколико говорници немају идентичне ставове по одређеним питањима. Принцип кооперативности подразумева да постоје могућности и услови за остваривање неке комуникације. Разговор између два говорника може бити и непријатан, два говорника се могу и свађати а да принцип кооперативности стоји ненарушен јер оба говорника могу активно учествовати у расправи.

Међутим, постоје и ситуације када може доћи до непоштовања максима, што последично говорнике може довести и до погрешног закључка (Грајс 1975:49). Грајс тврди да се максима може нарушити када говорник (не)свесно и (не)намерно одступа од њих. У случају када се максима намерно нарушава (енг. violate), а говорник намерно одступа од начела, саговорнику то није очигледно у тренутку исказа. Ово је ситуација када се раскида Грајсов кооперативни принцип и тада колаборација није могућа. Објашњавајући Грајсове максиме и могућности одржавања кооперативног принципа, Левинсон (1983: 102) у својој књизи тврди да иако се на први поглед може чинити да је дошло до непоштовања неких од максима, треба погледати нешто дубље и наћи спону између два исказа два саговорника. Чак иако принцип кооперативности није очигледан, комуникација је омогућена импликатуром, што представља још један Грајсов значајни појам у сфери комуникације и комуникацијског процеса. Нарушавање максиме (енг. flout)²⁸ може бити препознато од стране свих учесника у комуникацији, па се и тада може доћи до импликатуре. Конверзационе импликатуре су, као што је већ поменуто код главних прагматичких концепата, инференције које извлаче различити људи из истих исказа. Импликатуром се служи говорник, а саговорници препознају ту импликатуру и долазе до одређених закључака (инферирају). Да би импликатура могла да настане, неопходно је да између саговорника функционише Принцип кооперативности. Левинсон (1983:147) је тако указао да полазећи од оглушавања о Грајсове максиме, односно од теорије импликатуре, можемо доћи и до студија о метафори. Другим речима, можемо лако објаснити зашто се значење које не стоји дословно у исказу ипак разуме или подразумева код два различита саговорника. Могућност разумевања имплицираног садржаја у исказима постоји захваљујући заједничкој основи (енг. common ground)²⁹, једном од најважнијих концепата у прагматичкој лингвистици.

У прагматици разликујемо две врсте импликатура, конверзацијску импликатуру и конвенционалну (Јул 1996: 40-46). Конверзацијска се дели на општу и посебну (специфичну). Општа конверзацијска импликатура се односи на ситуације у којима нам није потребно посебно знање о контексту да бисмо дошли до импликатуре. Јул ово илуструје примером:

а) *Да ли си позвао Белу (а) и Кети (б)? – Позвао сам Белу (а), у коме се укључује (а) и искључује (б).*

²⁸ Превод термина: Твртко Прћић (2010:408)

²⁹ Заједничку основу ћемо ближе дефинисати и објаснити у оквиру интелектуалне прагматике.

У оквиру опште конверзацијске импликатуре налази се и скаларна импликатура која подразумева одабир речи која изражава једну вредност са читаве скале вредности. Јул тврди да је ово најочигледније код изражавања квантитета где се термини ређају од највише до најниже вредности. Пример

б) *Студирам лингвистику и завршио сам неке од обавезних курсева* указује да говорник није завршио све курсеве. Скала би у овом случају ишла од сви > већина > много > неки > неколико.

Посебна (специфична) конверзациона импликатура је ситуација у којој инференције захтевају да саговорници деле знања која су им специфична. Овде додајемо да су овакви примери на први поглед у потпуности некомпатибилни. Заједничка основа овде ипак има пресудну улогу да би се исказ сматрао смисленим.

в) *Хеј, долазиш вечерас на луду журку? – Долазе ми родитељи.*

Јул је описујући различите врсте импликатура указао на чињеницу да се конверзацијске импликатуре могу оповргнути, тј. да се инферирани садржај до кога се долази импликатуром лако може порећи због чињенице да се импликатуре односе на оно што говорник искомуницира, а не оно што изговори. За разлику од свих појавних облика конверзацијске импликатуре, конвенционална импликатура не функционише по принципу кооперативности, не јавља се искључиво у процесу конверзације и не зависи од контекста у коме се јавља. Конвенционалне импликатуре се доводе у везу са специфичним речима и дају додатно значење када се те речи користе као у примеру

г) *Мери је предложила црно (а), али ја сам узео бело (б),* где су (а) и (б) у контрасту.

Да бисмо разумели шта је речено у процесу интеракције, Јул (1996:59) тврди да је неопходно да узмемо у обзир различите факторе који се односе на социјалну дистанцу и блискост. Неки од тих фактора су успостављени и пре интеракције и углавном су то спољашњи фактори. Они типично подразумевају релативни статус учесника у процесу интеракције заснован на друштвеним вредностима које су повезане са годинама и моћи које учесници имају. Током интеракције постоје и фактори који могу бити предмет преговора и њих називамо интерним факторима. С обзиром да се дешавају у току саме интеракције, ови фактори могу да доведу до тога да се социјална дистанца смањи, на пример да некога ословљавамо са титулом и по презимену, а након тога само по имену, или, додајемо, да се у односу између учесника персирање изгуби. Социјална дистанца у току интеракције може и да се повећа. Било да се ради о екстерним или интерним факторима, Јул закључује да и једни и други утичу на начин како нешто кажемо, али и како неко тумачи то што смо рекли. Тај утицај се даље истражује кроз појам учтивости.

2.3.1.3. Теорија учтивости

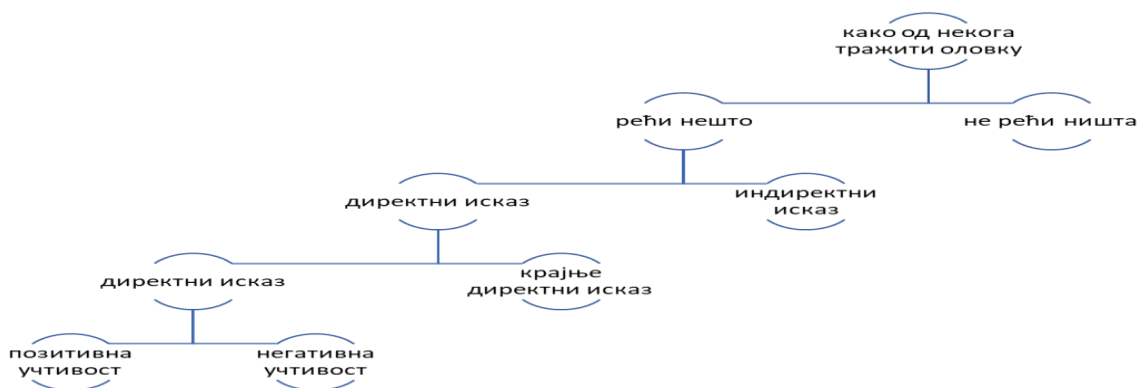
Левинсон и Браунова се сматрају утемељивачима теорије учтивости која је први пут објављена 1978. године у једној публикацији, а 1987. је објављено и заједничко дело ових аутора *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Модел учтивости, који ови аутори предлажу, има за циљ да објасни тзв. девијације, које се односе на примену учтивих стратегија у комуникацији, односно одступања од Грајсовог кооперативног принципа и четири максиме (Мао 1994:453). Левинсон и Браунова (1987: 61) се ослањају на Гофманов (1970) концепт фејса, лица или образа (енг. face) који се односи на јавну слику о себи коју сваки члан друштвене заједнице жели да себи припише. Осим тога, аутори се ослањају и на енглески израз *изгубити образ*³⁰ (енг. lose face) који значи изгубити част или поштовање³¹ у друштву. Лице има два аспекта – позитивно лице (интегративно лице), које подразумева потребу за прихватањем од стране других, потребу да се буде члан групе или заједнице, потребу да се буде вољен од стране других, и негативно лице, које подразумева потребу за независношћу или самосталношћу, потребу за слободом деловања (одлучивања) и за слободом од наметања воље (Јул 1996: 62). Јул једноставно каже да позитивно лице значи потребу да се буде повезан, а негативно лице да се буде самосталан. Лице представља нешто у шта се емоционално инвестира и нешто што се може изгубити, одржавати или унапредити и о чему се стално мора водити рачуна у интеракцији. То значи да је лице сваког учесника у интеракцији рањиво и да се може догодити да се од људи очекује да своје лице бране ако је угрожено, али и да бранећи своје лице угрожавају туђе. Тако је у највећем интересу сваког учесника у интеракцији да се лице сваког учесника одржава (Браун & Левинсон 1987: 61). Аутори ове теорије напомињу и да ће се садржај лица разликовати у зависности од културе, али претпостављају да су позитивно и негативно лице универзални. Мао (1994: 455) каже да је концепт негативног лица које тежи самосталношћу карактеристика претежно западне културе и да се може сматрати проблематичним у осталим културама.

Један од кључних концепата ове теорије тиче се потреба лица (енг. face wants). У интеракцији су сви учесници свесни узајамних потреба лица, а у интересу сваког члана је да се те потребе делимично задовоље. Потребе лица се, према ауторима, не морају у потпуности задовољити јер постоје и ситуације у којима се потребе лица игноришу, као што је случај са хитним кооперацијама или са ситуацијама где је то нужно због ефикасности (Браун & Левинсон 1987:62). У свакодневной интеракцији, учесници у комуникацији очекују да ће други поштовати њихове потребе лица, тј. барем полазе од тога. Уколико говорник каже нешто што угрожава туђа очекивања везана за слику о себи, то се описује као чин угрожавања лица (енг. face threatening act). Супротан овом чину је чин уважавања лица (енг. face saving act) који подразумева ублажавање могуће претње (Јул 1996: 61). Аутори код чинова угрожавања позитивног и негативног лица разликују два случаја: први се тиче угрожавања говорниковог лица, тј. лица субјекта, а други се тиче угрожавања слушаочевог лица. Код чинова који угрожавају негативно лице слушаоца подразумевамо наредбе и захтеве, предлоге и савете, подсетнике, претње, упозорења, где се ставља притисак на слушаоца да нешто уради, затим понуде и обећања, где је слушаоца под притиском да нешто прихвати или одбије, и на крају комплименти, изрази зависти и дивљења као и изрази јаким негативних емоција према слушаоцу. Чинови који угрожавају потребе позитивног лица (интегративног) слушаоца односе се на изразе који указују на непоштовање слушаочевих осећања, жеља и потреба. Међу изразима којима се указује на негативну евалуацију неких аспеката слушаочевог позитивног лица (интегративног лица) спадају изрази неодобравања, критике, осуде, жалбе и прекори, отпужбе и увреде, затим изрази којима се указује да

³⁰ Значење израза се поклапа у енглеском и српском језику.

³¹ Речник српскога језика Матице српске

субјекат не мари за слушаочев позитиван фејс попут израза насилних емоција, саопштавања лоших вести по слушаоца, потенцирања табу тема или осетљивих тема за слушаоца, експлицитна некооперативност у активностима (нпр. када субјекат константно прекида слушаоца), начин обраћања субјекта којим се идентификује статус слушаоца итд (Браун & Левинсон 1987: 65-67). Чиновни који угрожавају негативно лице (индивидуалистичко лице) говорника или субјекта су генерално чиновни који показују да се говорник потчињава слушаоцу, па овде спадају захваљивање, прихватање слушаочевих израза захвалности и извињења, прихватање понуда и невољно давање обећања или понуда, а чиновни који угрожавају говорничко позитивно лице су извињења, прихватање комплимената слушаоца, губитак самоконтроле, прихватање грешака, самопонижење итд. За избегавање чиновна који угрожавају лице, аутори предлажу индиректне говорне чиновне тј. индиректне захтеве и наредбе, индиректне критике итд. и формулишу стратегије за избегавање или ублажавање чиновне угрожавања. Захтеви се тако на пример могу формулисати на неколико начина. По угледу на схему коју предлажу Браунова и Левинсон, Јул је приказао своју верзију исте стратегије за добијање (позајмљивање) оловке (Слика 2.1). Јул (1996: 62) тако идентификује први корак када се говорник одлучује да ли да нешто каже или не. У случају да не каже ништа, говорник своју потребу може да прикаже тако што на пример у торби или по џеповима покушава да пронађе оловку. Овај приступ невербалне комуникације може или не мора да функционише, али ако функционише разлог је тај јер су други препознали потребу а не зато што је говорник нешто рекао. Други начин да говорник исказе своје потребе или намере је кроз метафору или иронију, реторичка питања или све оно што може да наговести његову потребу или жељу кроз индиректне исказе (енг. off record). Трећи начин је директни исказ (енг. on record) и крајње директни исказ (енг. bald on-record). Директним исказом се експлицитно исказују воља, намера и потреба уз чиновне уважавања лица, а крајње директним се исказују императивом. Када говорник препозна жеље и потребе слушаоца примењују се стратегије које треба да спрече угрожавање слушаочевог лица. У зависности од аспекта лица које може бити угрожено, позитивно или негативно, тј. интегративно или индивидуалистичко, примењује се позитивна, односно, негативна учтивост. Позитивна интегративна учтивост представља чин уважавања лица које је оријентисано ка позитивном лицу и односи се на показивање солидарности, третирање особе као члана групе, наглашавање заједничких жеља итд. Негативна индивидуалистичка учтивост представља чин уважавања лица које је оријентисано ка негативном лицу и наглашава значај туђег времена и проблема, извињавање на сметњи и сл.



Слика 2.1. Како од некога тражити оловку (према Јул 1996:66, према Браун & Левинсон 1987:69)

2.3.2. Интеркултурна прагматика

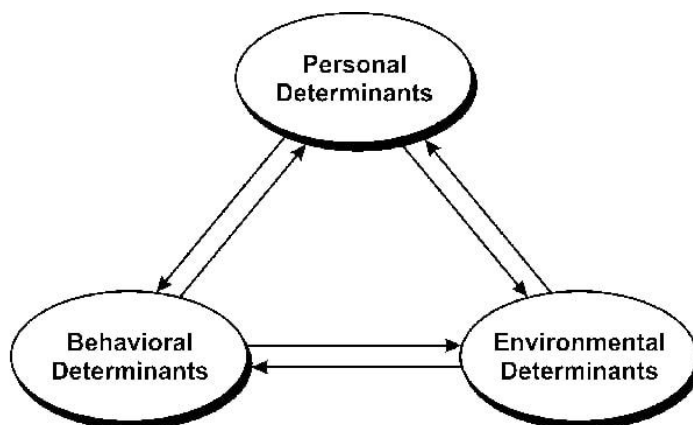
Крајем 20. века, појављује се и интеркултурна прагматика која, свакако произавши из темеља прагматичког тумачења лингвистичких феномена, указује на измењену природу и елементе комуникације човека у мултикултуралној средини с почетка 21. века и потребу за ревизијом у приступу проучавању. Тај приступ у проучавању на коме се заснива интеркултурна прагматика је социо-когнитивни приступ Кечкеша (2014) и на њему се темељи ово истраживање. Интеркултурна прагматика по Кечкешу обухвата оно што, чини се, недостаје стандардној прагматици. Оно што је чини другачијом од те стандардне прагматике је мултилингвална, интеркултурна, социо-когнитивна и дискурсна перспектива,³² као и став да је интеркултурна комуникација више уобичајени процес који може бити и успешан и неуспешан него колизија култура у коме не треба наглашавати само културне разлике и неспоразуме већ и улогу претходног и актуелног ситуационог контекста и стварања заједничке основе у постизању успеха (Кечкеш 2014: 1).

³² У интеркултурној прагматици се за тумачење посматра читав дискурс, не само исказ (енг. utterance).

2.3.2.1. Социо-когнитивни приступ у интеркултурној прагматици

Детаљни приказ социо-когнитивног приступа у интеркултурној прагматици дао је Кечкеш (2014) који је, поред кључних идеја које традиционална прагматичка истраживања узима у обзир, објаснио и нове концепте који су евидентни у интракултурном и интеркултурном комуникацијском процесу. У оквиру овог приступа поред раније познатих концепата заједничке основе и контекста, објаснићемо концепт истакнутости³³ (енг. salience), појам егоцентризма који егзистира упоредо са принципом кооперације, однос говорника и слушаоца, као и однос намере и пажње.

Термин *социо-когнитивни* се односи на интегрисане когнитивне и друштвене одлике система, процеса, функција и модела. Према социо-когнитивној парадигми, човеково функционисање се посматра као резултат динамичког узајамног дејства личних, бихејвиоралних утицаја, као и утицаја средине (Кечкеш 2014:42). Кечкеш је динамичку природу процеса конструисања значења илустровао кроз Бандурин модел социо-когнитивне теорије из 1986. године. По овом моделу појединци су истовремено и ствараоци и коначан производ средине и друштвеног система у којима се налазе.



Слика 2.2. Бандурин тријадички реципрочни каузалитет

Слика 2.2. илуструје концепт тријадичког реципрочног каузалитета, тј. динамичку релацију између особе, њеног понашања и околине где сва три елемента узајамно делују један на другог. Лична детерминанта (Л) подразумева когнитивне, афективне и бихејвиоралне елементе који утичу на понашање (П) појединца (однос Л према П). Са друге стране, понашање појединца делимично утиче на ставове и емотивне реакције. Однос између околине (О) и личних елемената појединца (О према Л) је такав да друштвени утицаји активирају емоционалне реакције кроз инструкције и убеђивања. Такође, на основу улога које су друштвено детерминисане, појединци формирају одређене ставове о себи. Однос између понашања појединца и околине (П према О) је и трећа релација у Бандурином концепту и подразумева чињеницу да понашање мења околину као и да измењена спољашња средина утиче на понашање појединца (Бандура 1989:3-4).

У одређивању приступа у интеркултурној прагматици, Кечкеш (2014: 44) даје синтезу позитивистичког и друштвено конструктивистичког става по коме су подједнако важни и индивидуални и друштвени фактори у креирању значења и разумевања. Из угла позитивиста,

³³ Овај преводни еквивалент ћемо у читавом раду користити као адекватан термин за проучавање језика у оквирима интеркултурне прагматике и социо-когнитивног приступа.

знање се везује за објективне чињенице које су мерљиве независно од интерпретације или креативне мисли. Такође, значење је према томе у потпуности одређено речима и симболима и не формира се на основу начина на који га тумачи слушалац. Конструктивнистичка перспектива подразумева да су знање и значење друштвене творевине, те је стога нагласак на употреби језика, тј. начину на који људи користе језик (*ibid*). Кечкеш тврди да социо-когнитивни приступ иде један корак даље у односу на конструктивистичку теорију и тезу да говорници треба да игноришу претходно знање у процесу конструисања значења кроз практичну употребу језика. По социо-когнитивној теорији за стварање значења су потребни и претходно знање и практична употреба језика и њима се придаје подједнак значај. Зато Кечкеш предлаже три типа знања која међусобно дејствују у генерисању значења и разумевања. Ту спадају претходно колективно знање, претходно индивидуално знање и актуелно ситуационо знање које се ствара у датом тренутку, у моменту размене исказа. Практична употреба језика је немогућа без активације већ постојећег културног модела, јер, према Кечкешу, друштвене праксе су конвенционализоване рутине. То значи да појединац пре ступања у неки нови комуникациони процес већ поседује јасно дефинисан и утемељен модел понашања који се рутински активира при свакој новој размени исказа. Међутим, то не значи да сваки појединац исте друштвене заједнице или истог културног модела идентично реагује на ситуације или друштвену праксу околине којој припада. Колективно знање које поседује сваки појединац индивидуализује тј. интерпретира га на себи својствен начин. За Кечкеша је ово кључна ствар у комуникацији, а тзв. субјективизација (енг. *privatalization*)³⁴ суштински важан елемент овог приступа. Заједнички културни модели који су прилагођени индивидуалним искуством и претходној пракси појединаца заједно делују са актуелним ситуационим контекстом у друштвеној интеракцији и пракси (Кечкеш 2014:45).

Социо-когнитивни приступ у интеркултурној прагматици заснива се на два кључна принципа. Први се односи на то да су говорник и слушалац једнаки учесници у комуникацији, а други да је комуникација динамичан процес који се се стално обликује. Са првим принципом се Ферклаф не би сложио, будући да сматра да у комуникацијском процесу увек постоји једна страна која има већу моћ у односу на другу и да је неједнака прерасподела моћи оно што се среће у реалној комуникацији. Са друге стране, Бандура (1989:4) објашњавајући међусобно узајамно дејство између особе, њеног понашања и околине експлицитно каже да засебни утицаји ова три елемента не делују увек једнаком снагом, тј. да су силе једног елемента увек јаче у односу на другу у одређеним ситуацијама. Код социо-когнитивног приступа главна разлика у односу на традиционалну прагматичку теорију је да не постоји тзв. „осиромашено“ говорничково значење. Говорников исказ је целовита пропозиција са прагматичким одликама које одражавају говорникову намеру и склоности и изражавају говорникову посвећеност и егоцентризам у когнитивном смислу. И говорник и слушалац подједнако учествују у комуникативном процесу производећи га и тумачећи га. Њихове функције су другачије када им се улоге разликују, некад као говорник а некад као слушалац. Стога, да бисмо добили адекватнију слику језичке комуникације, неопходно је да имамо холистичко тумачење исказа, како из перспективе говорника, тако и из перспективе слушаоца (Кечкеш 2014:46-47).

По другом принципу, комуникацију одликује узајамно дејство две групе карактеристика које су међусобно неодвојиве и интерактивне и које се узајамно допуњују. Прву групу карактеристика чине индивидуалне, а другу друштвене. У индивидуалне

³⁴ Кечкеш субјективизацију (енг. *privatalization*) објашњава као процес у коме појединац спаја своје претходно искуство са актуелним ситуационим контекстом и колективно искуство разуме на себи својствен начин (2014:48).

карактеристике спадају претходно искуство, истакнутост, егоцентризам и пажња, док се у другој налазе актуелно ситуационо искуство, релевантност, кооперација и намера.

Намера се још у теорији говорних чинова препознаје као најважнија компонента илокуционог говорног чина. У политичком дискурсу намера говорника је да придобије, убеди слушаоца и стекне његово поверење зарад неких виших личних или партијских циљева. У социо-когнитивном приступу (СКП) главна покретачка сила у стварању значења и разумевања је узајамно деловање намере усмерене на кооперацију и пажње којом управља егоцентризам. Кооперација значи да се пажња усмерава ка туђим намерама (Кечкеш 2014:49), односно да слушалац прихвата да учествује у комуникацијском процесу у коме се од њега захтева да чује намеру говорника. Из социо-когнитивне перспективе, намера представља један динамичан конструкт који не постоји само *a priori*, већ се модификује и формира током самог комуникацијског процеса. Другим речима, намера нема карактеристике само индивидуалног, унапред испланираног нити мора увек да претходи некој конкретној радњи. Она може бити новонастала творевина у току самог комуникацијског чина. Претходно испланирана намера свакако је на почетку разговора доминантна, али временом и уз интеракцију она може да се мења и да на тај начин комуникацијски процес буде преусмерен.

Пажња се према Кечкешу односи на когнитивне ресурсе који су доступни саговорницима и који комуникацију чине свесном активношћу. У социо-когнитивном приступу намера и пажња узајамно делују једна на другу и то тако да намера усмерава пажњу на релевантне информационе ресурсе са циљем да се намера оствари, а комуникацијски процес спроведе на кохерентан и разумљив начин (Кечкеш 2014:53). Свака фаза комуникацијског процеса захтева присуство пажње у неком виду. У зависности од ситуационог контекста ниво пажње у значајној мери може варирати. Као најједноставнији примери често се наводе поздрави јер због своје учесталости говорници размењују поруке по аутоматизму. Свака мање фреквентна ситуација захтева и већи ниво пажње слушаоца. Кечкеш наводи да ће три фактора утицати на значај знања и лакоћу обраде пажње у свим фазама комуникативног процеса. Први се односи на знање саговорника које је засновано на претходном искуству, други се односи на фреквентност или познавање ситуације и трећи на ментално стање саговорника или на доступност ресурса пажње. На основу интеракције ових фактора, најважније знање за саговорнике у одређеној ситуацији представља она информација која се налази у њиховој бази знања, која је релевантна за актуелну ситуацију и која се обрађује кроз неопходне ресурсе пажње.

Као што је већ претходно речено, пажњу покреће егоцентризам, а егоцентризам и кооперација иду руку под руку у комуникативном процесу у интеркултурној прагматици. Егоцентризам је још један појам кога је неопходно пажљиво дефинисати будући да се врло лако може погрешно повезати са значењем које ова лексема има у свакодневной употреби. У свакодневной комуникацији када за неку особу кажемо да је егоцентрична, заправо сматрамо да та особа себе, своје мишљење и своје интересе сматра најважнијим. Осим тога, Кечкеш додаје да се егоцентрични људи не труде да у потпуности схвате ставове других људи као и чињеницу да реалност може бити другачија у односу на оно што су они спремни да прихвате. Егоцентризам у когнитивној психологији и интеркултурној прагматици нема негативну конотацију јер укључује пристрасност која је подсвесна и која је заснована на личним приоритетима и претходном искуству. Егоцентрично понашање је укорењено у томе што се говорници и слушаоци ослањају на сопствено знање и своје претходно искуство више него на заједничко знање и заједничко искуство (Кечкеш 2014:33-34).

Егоцентризмом се у прагматици бавио и Кејзар који је приметио да ова појава може да изазове проблем у комуникацији у виду неспоразума, а да говорник тога некада буде свестан, а некад и не. У чланку под називом *Егоцентрични процеси у комуникацији и неспоразуму*³⁵, Кејзар (2008:278) доводи у питање Грајсов принцип кооперативности тврдећи да говорници у процесу комуникације не узимају аутоматски у обзир ментална стања других, тј. својих саговорника, као што то стандардна теорија претпоставља. Као аргумент, он наводи чињеницу да наша лична перспектива, знање и ставови увек имају приоритет у односу на туђе перспективе, знања и ставове и да нас то спречава да у потпуности поштујемо принцип кооперативности. Последица оваквог егоцентричног понашања су неспоразуми или лоша комуникација који се објашњавају начином на који функционише наш когнитивни апарат. Кејзар наводи да се егоцентризам као појава манифестује од раног детињства, када се на узрасту до четврте године подразумева да је лично знање истовремено и знање других око нас. Иако је егоцентризам у одраслом добу смањеног интензитета, примећено је да он ипак остаје. Лична перспектива у комуникацији наставља да доминира. Осим тога, Кејзар је приметио да у зависности од културног модела који поседују, говорници различитим интензитетом располажу егоцентризмом. Примећено је да западноевропске националности припадају тзв. индивидуалистичком културном типу, за разлику од источноазијских који припадају тзв. колективном типу. Кејзар у свом чланку резимира да се кооперација коју постулира Грајс не дешава на спонтан начин, већ да изискује труд и напор (који се манифестују кроз пажњу) да би се, пре свега, смањено интензитет егоцентричног понашања и да би се, као последица тога, комуникацијски процес одвијао релативно успешно³⁶.

Поред Кејзара, о егоцентричном понашању и приоритетним знањима говори и Гиора (2003) која тврди да је истакнутост (енг. *salience*) узрок егоцентризма код саговорника. Постоје знања и значења која су сваком појединцу приоритетна у односу на друга и она се по правилу прво јављају у процесу размене информација и тумачењу исказа. Знања и значења која се јављају као прве асоцијације по њеном мишљењу имају привилегован статус. Истакнута значења имају увек право првенства и приступ чак и када контекст подржава управо несалијентно значење (Гиора 2003:103). Ово је показатељ да се ниједна кооперативност у Грајсовом смислу не одвија без савладавања препрека – превазилажења истакнутих или привилегованих значења. Кечкеш (2014:157) овде додаје да кооперативност и ослањање на заједничку основу тек долазе у обзир када су претходно задовољени его говорника или када је обрађено приоритетно тумачење слушаоца.

2.3.2.2. Заједничка основа

Заједничка основа (енг. *common ground*) се односи на скуп знања и ставова који саговорници деле (Хортон 2008:190). Енфилд (2008:225) заједничку основу дефинише из перспективе економске исплативости и тврди да је то ресурс који говорници користе за позивање и извођење прагматичких закључака као начина за смањење трошкова производње говора остављајући слушаоцу да из разговора што више сам закључи. За њега је заједничка основа *економија изражавања*. Колстон (2008:154) тврди да је неопходно да се уради ревизија теорије о заједничкој основи и каже да оно не представља само заједничко знање

³⁵ У оригиналу *Egocentric processes in communication and miscommunication*.

³⁶ *Релативно успешно* овде подразумева Кејзаров став да заправо никада нисмо сигурни у којој мери су се саговорници споразумели (2008:291). Некада је потребно много времена да се схвати говорникова намера, а некада исправно тумачење нечијег исказа у потпуности и заувек промакне. Један од аргумената који наводи као разлог за успешну комуникацију је моћ контекста, који по његовом мишљењу у највећој мери доприноси исправном тумачењу исказа.

које постоји између саговорника, већ је то и информација коју саговорник генерише, а онда је и смешта у краткорочну или дугорочну меморију и чува за каснију употребу. Другим речима, све информације које се размеђују између саговорника у неком ситуационом контексту нужно се чувају у краткорочној, а потом и дугорочној меморији и представљају заједничку основу за та два саговорника за сваки њихов наредни комуникативни чин. Ово знање се сваким сусретом између два иста саговорника додатно проширује. У овоме се и огледа динамички карактер концепта заједничке основе у интеркултурној прагматици. Оно се увек изнова конструише. На овакво одређење заједничког знања указао је и Ван Дајк говорећи о концептуалном оквиру и елементима политичке когниције, која је неопходна као механизам за тумачење исказа.

Кларк (1996:93) наводи да је термин заједничка основа (енг. *common ground*) први пут употребио Роберт Сталнекер ослањајући се на раније идеје о заједничком знању које се код различитих аутора (Луиса 1969, Шифера 1972 и Мекартија 1990) помињу и под различитим именом на енглеском језику: *common knowledge*, *mutual knowledge*, *joint knowledge*. Према Кларку, заједничка основа односи се на збир свих знања, веровања и претпоставки два саговорника (*ibid*) или збир свих информација које људи претпостављају да су им заједничке, што се може односити на поглед на свет, заједничке вредности, веровања или ситуациони контекст (Кечкеш 2014:151). Кечкеш тврди да заједничка основа има три кључне компоненте и то: информације које су учесницима у комуникативном процесу заједничке - разумевање ситуационог контекста, затим однос између учесника комуникативног процеса – поверење и знање које деле један о другом, и на крају заједничко искуство које се стиче интеракцијом. У случају када у комуникативном процесу учествују саговорници који не деле исти културни модел, постојање заједничког знања није доведено у питање. Према Кечкешу, у интеркултурној комуникацији заједничка основа постоји, мада у мањем интензитету него што је то случај са сусретима у интракултурном окружењу. Интеркултурна интеракција не може имати исту заједничку основу као интракултурна у којој говорници имају исти матерњи језик и деле исто претходно искуство. Зато у интеркултурном окружењу динамичка и променљива природа заједничке основе највише долази до изражаја јер се то знање конструише и гради у току самог разговора (Кечкеш 2014: 152). У оваквом актуелном ситуационом контексту настаје и оно што Кечкеш назива тренутном заједничком основом (енг. *emergent common ground*) кога чине тренутни ресурси саговорника, за разлику од основне заједничке основе (енг. *core common ground*) које садржи заједничку основу која се претпоставља и која а priori садржи менталне представе. Актуелне перспективе у проучавању заједничке основе су и подељене на овај начин. Са становишта прагматике заједничка основа постоји у глави и пре актуелног комуникативног процеса. Ово знање омогућава кооперацију између саговорника и као резултат има успешно реализован комуникативни чин. Са становишта когнитивне теорије, комуникација се одвија путем покушаја и погрешака (Кечкеш 2014:155) и понавља све док се заједничка основа не исконструише између говорника и слушаоца. У социо-когнитивном приступу у оквиру интеркултурне прагматике традиционална прагматичка и когнитивна схватања су у симбиози и функционишу заједно. У иницијалним фазама комуникативног процеса доминираће основна заједничка основа (енг. *core common ground*), док ће у осталим фазама доминантно бити тренутна заједничка основа која ће се у међувремену кроз кооперацију саговорника генерисати.

2.3.2.3. Истакнутост

Заједничка основа је за комуникацију неопходна. Што се више тог знања међу саговорницима активира, дели и ствара, то су веће шансе да једни друге разумеју и да ефикасније постигну жељени ефекат (Кечкеш 2014:160). У процесу разумевања дословног и фигуративног³⁷ садржаја заједничка основа игра изузетно важну улогу, нарочито ако је циљ да се тим садржајима постигне персуазивни ефекат. Гиора (2003:104) значај заједничке основе међу саговорницима илуструје кроз пример лексеме *weatherman*, тј. водитеља временске прогнозе. Она објашњава да ако гледа телевизију и чека да чује временску прогнозу каже: *Ево водитеља временске прогнозе!*, особа која седи до ње ће на дослован начин схватити значење овог исказа. Међутим, ако се док гледају телевизију на вратима појави њен друг, па потом она каже: *Ево водитеља временске прогнозе!*, претходно споменута особа ће морати да потражи алтернативно тумачење исказа јер се дословно неће уклопити у нови контекст. У другом примеру водитељ временске прогнозе има значење особе која увек зна какво ће време бити и ово представља фигуративно значење. Наравно, како Гиора истиче, ако особа која у овим примерима има задатак да тумачи исказе зна од раније да она свог друга врло често назива водитељем временске прогнозе, фигуративно значење ће одмах бити препознато будући да ови саговорници од раније имају своју заједничку основу. Чешћа употреба и активација заједничког знања између два саговорника омогућава лакше и ефикасније споразумевање било да је у питању дословно или метафоричко значење исказа. До сличног закључка је дошао и Томас Холтгрејв (у Кечкеш 2014:173) тврдећи да уколико је степен заједничке основе учесника у комуникативном процесу висок, боље су и шансе да се исправно протумаче индиректни говорни чинови и фигуративни језик. Такође, уколико је степен заједничке основе низак, приоритет у тумачењу исказа ће имати дословно значење.

Приоритетна значења или она која избијају у први план у процесу тумачења исказа у одређеном ситуационом контексту нису везана искључиво за концепт егоцентризма (као и претходног искуства појединца), већ и за концепт истакнутости који се односи на оно што је најважније за говорника у датом тренутку. Различите информације у одређеном контексту за говорника имају различит ниво приоритета. Из тог разлога, говорник у мору других бира оне информације које су за њега најзначајније и њима посвећује пуну пажњу (Кечкеш 2014:176).

Истакнутост је један од три најважнија концепта у интеркултурној прагматици, поред заједничке основе и контекста. Да би се нека информација сматрала истакнутом, неопходно је да постане консолидована, односно да се извесно време чува у менталном лексикону. Гиора (2003:15) наглашава да су информације које се чувају супериорне у односу на оне које се не чувају, као што су на пример нове, или оне о којима се закључује из контекста. Такође, она тврди и да је једна од примарних одлика истакнутости могућност градирања. Другим речима, што је нека информација фреквентнија, учесталија, конвенционализована, прототипска или стереотипна, то је и њена истакнутост већа.

У интеркултурној прагматици Кечкеш (2014:176) наводи да три важна фактора у истраживању истакнутости заслужују адекватну пажњу. Први фактор се тиче двосмерног утицаја између лингвистичке и перцептуалне истакнутости. У практичној употреби, овај фактор се у политичком дискурсу препознаје као синтеза језичких и аудиовизуелних елемената који здруженим снагама производе јачи персуазивни ефекат код гласачког тела, што је значајно за наше истраживање. Рекламни спотови политичких странака у јеку предизборних кампања парадигма су те синтезе. Други фактор се односи на то да

³⁷ О фигуративном или метафоричком значењу погледати поглавље Когнитивна лингвистика.

истакнутост нема важну улогу само у разумевању исказа, већ и у произвођењу исказа. Трећи фактор подразумева да је истакнутост условљена културом и самим језиком. Лингвистичка истакнутост у прагматици односи се на управо на оно што Гиора препознаје као најфреквентније, конвенционалне или прототипске лексеми, са нагласком да једна лексема може имати више од једног салијентног значења. Перцептуална истакнутост долази од перцепције неких релативно значајних одлика предмета. Овде се, заправо, мисли на неке физичке одлике ентитета које производе јак визуелни ефекат и овај тип истакнутости се, према Кечкешу, аутоматски увиђа без напора и у реалном времену (Кечкеш 2014:178).

Временом увиђања истакнутих значења или ентитета бавила се Гиора. Она је творац тзв. хипотезе о градираној истакнутости (енг. *graded salience hypothesis*) на коју се у великој мери ослања и социо-когнитивни приступ у интеркултурној прагматици. Гиора (2003:108) разликује време разумевања (енг. *reading time*) и време одговарања (енг. *response time*). На основу спроведеног истраживања, Гиора закључује да је за разумевање тзв. познатих тј. фреквентних или конвенционалних метафора потребно исто времена колико и за разумевање дословних значења, односно да је за разумевање метафора које су у ређој употреби потребно више времена. Време одговара, по Гиори, може да открије која значења се активирају током разумевања језика. Кратко време за одговарање значи да слушалац има приступ том значењу, и обрнуто. Дуже време за одговарање значи да је слушаоцу то значење мање познато или да уопште нема приступ том значењу. Оно по чему се традиционални прагматички модел разликује од Гиорине хипотезе о градираној истакнутости је у томе што се по прагматичком моделу независно од контекста или степена истакнутости увек прво разумеју дословна значења. У случају метафора, по овом моделу се прво активирају њихова дословна значења. Према Гиориној хипотези о градираној истакнутости, уз одговарајући контекст који подржава истакнутост одређених значења, слушаоци ће увек брже одговорити на истакнута значења. И као што је горе већ поменуто, фреквентна метафоричка и дословна значења ће се перципирати у једнаком временском интервалу јер је њихов ниво истакнутости виши у односу на нека неконвенционална метафоричка значења.

По многим критеријумима, социо-когнитивни приступ (СКП) ће се ослањати на Гиорину хипотезу о градираној истакнутости (ХГИ). Ипак, постоје извесне разлике које Кечкеш (2014:182-184) истиче и истовремено доводи у питање неке од Гиориних ставова. Прва од њих се односи на то да је ХГИ оријентисана преваходно на слушаоца, док се СКП фокусира на и на продукцију и на разумевање исказа. Друго, ХГИ се највише бави језичком истакнутошћу тј. значењем, док СКП подједнако занимају и лингвистичка и перцептуална истакнутост. Треће, ХГИ наглашава значај чуваних информација, оних који стоје у дугорочној меморији, док СКП сматра да се истакнутост односи истовремено и на оно што постоји од раније и на оно што је актуелно. Осим тога, Кечкешу се чини се да ХГС посматра истакнутост као прилично статичан концепт који трпи само дијахронијске модификације, док СКП наглашава да се истакнутост континуирано мења, и дијахронијски и синхронијски.

СКП по Кечкешу разликује три типа истакнутост (2014:184): инхерентну, колективну и тренутну ситуациону истакнутост. Инхерентна истакнутост је она која је већ усађена у опште концептуално и лингвистичко знање говорника и настаје као последица претходног искуства. Инхерентна истакнутост се мења и дијахронијски и синхронијски. Колективна истакнутост је она која се дели са осталим члановима говорне заједнице и мења се дијахронијски. Тренутна ситуациона истакнутост односи се на истакнутост одређених предмета и лингвистичких елемената у контексту језичке продукције и мења се синхронијски. Може да садржи и детерминанте попут мотивације (енг. *motivation of the speaker*), емоционалног интензитета (енг. *vividness*) и временске блискости поменутог садржаја (енг. *recency of mention*). Ове детерминанте су су као принципе истакнутости увели

Озгуд и Бок (Кечкеш 2014:179) након што су утврдили који фактори утичу на ниво истакнутости значења. Мотивација говорника се односи на значај који говорник придаје одређеном елементу који без тога иначе не би имао посебан значај. Овај принцип се већ дуго сматрао да од три има највећи ефекат, мада су Озгуд и Бок утврдили да инхерентна истакнутост има јачи ефекат од мотивисане истакнутости. Емоционални интензитет (енг. *vividness*) се односи на афективне одлике одређеног елемента којим се природно повећава ниво важности за говорника. Трећи принцип који се односи на природни поредак ствари (енг. *naturalness*) показао се као најважнији у рангирању истакнутих значења и за говорника и за слушаоца. Временску блискост поменутог садржаја (енг. *recency of mention*), тј. информације које су прве споменуте у исказу и говорник и слушалац перципирају на бољи начин у поређењу са остатком садржаја³⁸. Комбинација и међусобно узајамно дејство ових типова истакнутости је, према Кечкешу, оно што прихвата СКП. У интеркултурној прагматици инхерентна истакнутост за оне који нису изворни говорници неког језика огледа се у доминацији матерњег језика или Л1 и претходног искуства, као и лимитираног искуства на страном језику Л2, али је тренутна ситуациона истакнутост мотивисана заједничким тренутним искуством за све саговорнике, па постоје веће шансе да се овде направи заједничка основа (Кечкеш 2014:193).

³⁸ Озгуд и Бок су такође утврдили и да се одређени лингвистички феномени увек прво перципирају. Као пример наводе карактеристике попут аниматности (наспрам неаниматности), мобилност (наспрам статичности), палпабилност (наспрам неопипљивих облика) итд.

2.3.2.4. Контекст

Уз заједничку основу и истакнутост, контекст у интеркултурној прагматици представља кључни сегмент који утиче на генерисање значења. И пре формирања различитих теорија и приступа у проучавању језичких феномена у оквирима лингвистичких дисциплина, значај контекста је препознат у домену филозофске теорије. Готлоб Фреге, немачки математичар, логичар и филозоф је у филозофским списима истицао да реч има значење само у контексту реченице (Макс Блек & Питер Гич 1960:14). Витгенштајн (1921:17) у *Филозофским истраживањима* тврди да је језик скуп језичких игара. Он каже да се „језичка игра појављује као поље функционисања једног одређеног значења сваке речи која се у њој појављује. У оквирима једне језичке игре, реч има одређену функцију која се лако може променити кад реч уђе у другу језичку игру. У другој језичкој игри, реч може да поприми неку нову функцију која не стоји ни у каквој вези са претходном функцијом из претходне игре. На тај начин једна иста реч може имати безбројно много функција, а њено значење зависи од тога какву функцију има у тој игри у којој се појављује“. Витгенштајнова језичка игра у овом сликовитом објашњењу заправо представља контекст у коме се појављује једна иста реч чија се функција мења и зависи управо од контекста. Свака нова улога или функција коју нека реч поприми је сразмерна динамичкој природи Кечкешовог актуелног ситуационог контекста који се изграђује од стране саговорника током самог комуникативног чина у оквирима социо-когнитивног приступа.

Контекст се налази и у самој дефиницији прагматике где стоји да је то наука о употреби језика у контексту, за разлику од семантике која проучава дословна значења независно од контекста (Бирнер 2012:1). Осим тога, Бирнер значај контекста илуструје примером који се може протумачити на неколико начина. *Остало је још једно парче пице* може да значи да некога желимо да послужимо, тј. да га понудимо парчетом пице, да неког изгрдимо јер није појео све из тањира или можда да упозоримо ако не желимо да неко поједе то парче уместо нас. Видимо да је контекст суштински важан фактор у тумачењу исказа и израза, што се поклапа и са Крузовим одређењем контекста (Круз 2006:35). Лич (1983:13) контекст одређује као било које претходно знање за које се претпоставља да је заједничко говорнику и слушаоцу које омогућава исправну интерпретацију говорниковог исказа. Перспектива Лича одражава класично, тј. традиционално прагматичко схватање контекста које указује на његову статичну природу. Социо-когнитивни приступ тврди да је контекст динамични конструкт који се појављује у различитим форматима језичке употребе и као репозиторијум и/или као окидач знања (Кечкеш 2014:129). Личов став се у СКП препознаје као исправан, као значајно претходно знање и искуство појединца, али је у ствари то само једна страна тог знања. Контекст, према Кечкешу, представља две стране светског знања: једна страна је у нашем уму и то је претходно знање о контексту, оно које нам је од раније познато, док другу страну представља актуелни ситуациони контекст. Ове две стране су међусобно повезане и неодвојиве и чине трећи независни концепт који није збир својих делова. Овако формиран конструкт чини да на контекст гледамо из угла гештalt теорије.

Динамички приступ у формирању значења довео је Кечкеша до стварања динамичког модела значења (енг. *dynamic model of meaning*) по коме је контекст синтеза претходног и садашњег искуства са светом. Као што је случај био са заједничком основом и истакнутошћу, сегменти контекста такође наизменично деле свој доминирајући утицај. Ако претходно знање, искуство или контекст доминирају у првим фазама разговора, актуелни ситуациони контекст ће доминирати у каснијим. Кечкеш је установио да у динамичком моделу значења постоје две вредности значења речи: основно (енг. *coresense*) и заједничко (енг. *consense meaning*). Основно значење је денотационо, дијахронијско и релативно константно (током дужег периода) и осликава промене у једној говорној заједници. Заједничко значење је

тренутно, субјективно, референцијално, конотационо које се мења у актуелном ситуационом контексту. Основно значење је сума најпознатијих, уобичајених, типичних и фреквентних употреба речи. Оно се односи на историјску употребу речи и основне информације које деле сви чланови једне говорне заједнице. Кечкеш(2014:141) истиче да основно значење речи није само лингвистички феномен, већ садржи и ванјезичке факторе. Кључна одлика основног значења је да повлачи и концептуално- семантичке и лексичко-семантичке информације у тренуцима када се реч изговори. У контексту Фрегеове мисли да реч не постоји ван контекста, Кечкешов динамички модел значења и говори у прилог тој тези. Једна реч, чак и кад се сама нађе на листу папира увек са собом носи неку ранију причу, неко раније искуство и ранији контекст у коме се појавила а који је познат ономе коју ту реч напише или ономе коме је прочита. И асоцијације које могу проистећи због једне речи само сећањем на неку од ситуација од раније чини да једна реч буде неодвојива од контекста.

2.3.2.5. Прилагођавање исказа слушаоцима. Типови слушалаца и теорија акомодације

У читавој интеркултурној прагматици и кроз одређења социо-когнитивног приступа, говорник и слушалац имају подједнак значај у комуникативном процесу, мада њихов однос снага није уједначен од почетка до краја разговора. У политичком дискурсу, који је предмет нашег истраживања, говорник се у највећем броју случајева појављује у облику политичара који сматра да има нешто важно да саопшти гласачком телу, аудиторијуму или публици која често нема прилику да у актуелном ситуационом контексту одговори или да да реплику на говорников комуникативни садржај.

Контекст у коме се размењују политичке поруке је разноврстан. Различити типови слушалаца преферирају одређене контексте и начине на које желе да им се говорник или говорници обрате. У складу са тим, говорници модификују своје исказе или говоре и прилагођавају их типовима слушалаца. У прагматици је ова појава названа прилагођавање реципијенту (енг. *recipient design*), а Сакс, Шеглоф и Џеферсон (1974:727) су је објаснили као мноштво аспеката у којима је говор једне стране у разговору конструисан и осмишљен на начине који показују усмереност и осетљивост на другу страну која такође учествује у разговору. Ова тројица аутора су утврдила да прилагођавање реципијенту функционише у погледу избора речи, тема, прихватљивости и редоследа секвенци, могућности и обавеза начина започињања и завршетка разговора. Кечкеш (2014:58) је такође указао да је важно да говорници исправно спроведу намеравани илокуциони чин користећи одговарајуће речи у одговарајућем контексту да би прилагођавање реципијенту било успешно. Лајонс (1977:34) напомиње да успешна комуникација зависи не само од сигнала који прими слушалац и чињенице да је тај сигнал упућен баш њему, већ и од препознавања комуникативне намере, као и успостављања адекватног понашања и давања одговора на тај сигнал. У оквиру англо-америчког приступа прагматици, и Кечкеш (2014:24) тврди да комуникацију чини прилагођавање реципијенту и препознавање говорникове намере. Задатак говорника је да конструише модел знања слушаоца који је релевантан за актуелни ситуациони контекст. Са друге стране, од слушаоца се очекује да конструише модел знања говорника који је релевантан за актуелни ситуациони контекст. Комуникација се одвија несметано ако слушалац препозна говорникове намере кроз прагматичко закључивање. У интеркултурној комуникацији, по његовом мишљењу, степен прилагођавања реципијенту је много већи из разлога што су саговорници културно и лингвистички мање блиски односно, њихово претходно знање и заједничка основа се у великој мери разликује у поређењу са комуникацијом у интракултурном окружењу.

Лич (1983:13) је, ослањајући се на Лајонса, указао на значај разликовања реципијента или примаоца поруке (енг. *recipient*) и онога коме је порука намењена (енг. *addressee*). Лајонс³⁹ (1977:34) ову идеју сматра кључном поред значаја препознавања намере говорника од стране слушаоца. Он наводи и то да је уобичајено да у каналу комуникације постоји више од једног примаоца поруке, али и да се онај коме је порука намењена може експлицитно и директно ословити личним именом у вокативу. У комуникацији је, ипак, разлика између примаоца и намераваног примаоца поруке релевантнија, будући да пошљалац сигнала, према Лајонсу, тј. говорник често прилагођава оно што треба да каже према концепцији нивоа знања намераваног примаоца поруке, његовог друштвеног статуса итд.

³⁹ Термини које Лајонс овде користи су *actual receiver* за примаоца поруке и *intended receiver* за онога коме је порука намењена.

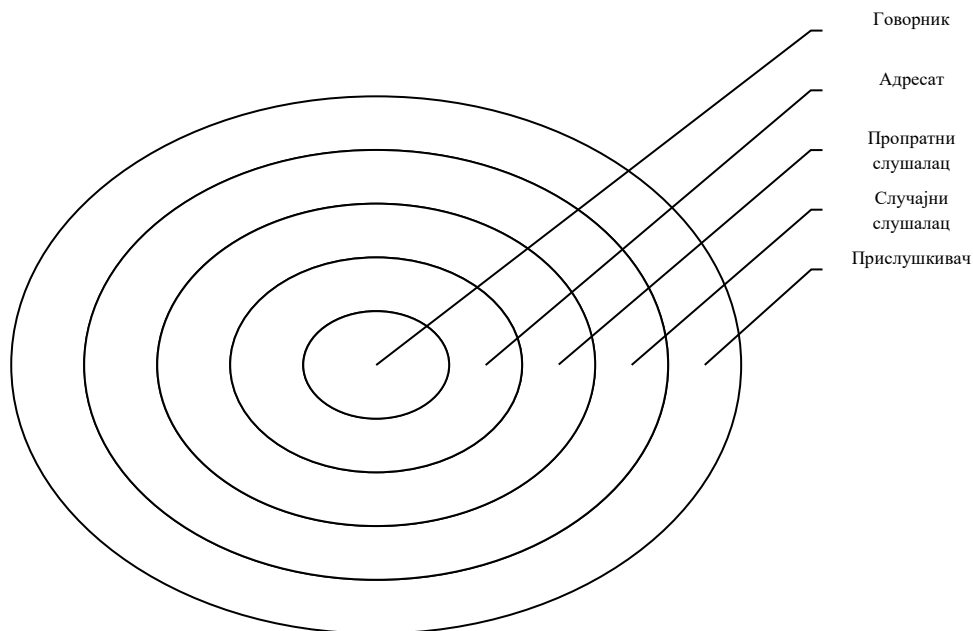
Различите типове слушалаца идентификовао је и Гофман понудивши неколико различитих термина као замену за термин *слушалац*. Дуранти (1997:298) наводи да је Гофман слушаоце којима је порука намењена назвао констатованим учесницима (енг. *ratified participants*), док је остале назвао неконстатованим учесницима (енг. *unratified participants*). Међу констатованим учесницима могуће је даље направити разлику, нарочито ако једна особа у публици има статус примарног реципијента или примарног слушаоца. Ова ситуација је типична за културне заједнице попут самоанске где глава куће, како Дуранти наводи, има статус примарног слушаоца, док су остали укућани присутни, али се од њих очекује буду тихи и пажљиви слушаоци. Примарни слушалац је важан јер говорнику пружа увид у то како да исприча причу. Осим тога, Шеглоф истиче да начин на који људи дефинишу ствари не говори само о томе шта говорници знају или желе већ и како концептуализују знање, жеље и друштвену страну прималаца порука. У том смислу се прилагођавање слушаоцу врши према томе шта све чини тог примаоца поруке (Дуранти 1997:299). Оно што примећујемо код Дурантија је то да се прилагођавање говора дешава кроз континуирану евалуацију примаоца поруке као члана одређене групе или класе. Управо овакав начин прилагођавања је адекватан Кечкешовом социо-когнитивном приступу у интеркултурној прагматици, будући да се све модификације дешавају у актуелном ситуационом контексту.

Цајлс (2016) је зачетник теорије о акомодацији која се, грубо речено, заснива на томе да говорници прилагођавају свој начин говора њиховим слушаоцима са циљем одобравања. Уобичајена форма акомодације огледа се у виду конвергенције којом се стил говорника мења како би био што више налик стилу адресата (енг. *addressee*)⁴⁰ (Бел 1984:162). Бел напомиње и да теорија акомодације са становишта социјалне психологије указује да је конвергенција сразмерно већа што је већа жеља за одобравањем. У процесу прилагођавања говора реципијентима, ослонићемо се управо на приказ модела акомодације код Бела који је проширио Гофманову поделу на типове слушалаца и пружио детаљнији увид у однос између говорника и слушаоца. Бел (1984:159) овај модел назива прилагођавање публици (енг. *audience design*). Он подразумева да говорник највише води рачуна о слушаоцима када осмишљава свој говор. Белов предложени оквир, како га сам и назива, садржи неколико типова учесника у комуникативном процесу где сваки од њих има одређену улогу и положај. Први учесник је говорник. Он је примарни учесник у комуникацији и квалитативно одвојен од свих осталих учесника. Разлике између говорника⁴¹, према Белу, могу се објаснити особинама говорника, тј. оним што Аристотел назива карактером беседника, а то је једна од метода уверавања. Ипак, оно што је овде важно су разлике у говору једног истог говорника на које утичу друге или треће особе, које заједно чине публику за говорникове исказе. Публика се може градирати хијерархијски на основу улоге коју има у комуникативном процесу. Кључна особа у публици је адресат (енг. *addressee*), тј. слушалац коме је порука намењена. Адресат је слушалац који је познат, констатован и коме се говорник обраћа. У публици постоје и они који су говорнику такође познати, који се констатују, али којима се говорник не обраћа директно. Њих Бел назива пропратним слушаоцима (енг. *auditors*). Следеће две групе слушалаца Гофман (1981:132) је назвао посматрачима (енг. *bystanders*), а

⁴⁰ Термин адресат користићемо као преводни еквивалент за енглески термин *addressee* који се односи на слушаоца, тј. онога коме је говорникова порука намењена. У избору термина ослањамо се овде на Мали енглеско-српски речник прагматичких термина Твртка Прћића.

⁴¹ Бел се није бавио типовима говорника, будући да ту поделу није сматрао релевантном за свој оквир. Ипак, он је навео да су Хајмс и Ервин Гофман дали одређене идеје. Тако нпр. Гофман за типове говорника разликује аниматора (енг. *animator*), аутора (енг. *author*) и главног говорника (енг. *principal*), док Хајмс разликује пошиљаоца поруке (енг. *sender*), адресора (енг. *addressor*) и кључног говорника (енг. *key speaker*).

њих чине случајни слушаоци (енг. overhearers) и прислушкивачи (енг. eavesdroppers). Говорник зна да су случајни слушаоци присутни, али их не констатује, док у случају прислушкивача не зна да су присутни и не може ни да их констатује. Слика 2.3. илуструје Белов оквир прилагођавања публици (енг. audience design). У централном кругу се налази говорник, а у сваком следећем су хијерархијски поређани типови слушалаца по њиховој истакнутости за самог говорника. Што је удаљеност од првог круга у коме је говорник већа, то је и значај тог типа слушаоца за њега мањи. Бел истиче да и физичка дистанца типова слушалаца у односу на говорника одговара улогама у интеракцији где је адресат најближи говорнику, а прислушкивач најдаљи.



Слика 2.3. Белов оквир прилагођавања публици (преузето из Бел 1984:159)

Хијерархију атрибута и улоге које публика има, Бел је представио и кроз табелу (Табела 2.1) где је издвојио параметре према томе да ли је тип слушаоца познат, констатован или му је упућена порука. На основу те хијерархије, али и физичке удаљености која је претходно поменута, може се мерити и њихов утицај на акомодацију стила говора. Највећи утицај на говорников стил ће имати адресат, а најмањи прислушкивач јер је за говорника најмање релевантан.

Табела 2.1. Хијерархија атрибута и улога публике (преузето из Бел 1984:160)

	Познати	Констатовани	Адресирани
Адресат	+	+	+
Пропратни слушалац	+	+	-
Случајни слушалац	+	-	-
Прислушкивач	-	-	-

Мотивисаност говорника у великој мери утиче на степен акомодације његовог говора, односно конвергенције. Истраживања која Бел наводи показала су да максимални степен промене стила износи 67% у односу на лични стил говорника. То значи да говорник може да прилагоди две трећине свог стила говора примарном слушаоцу или адресату уколико је адекватно мотивисан. Оно што говорници узимају у обзир приликом прилагођавања публици су три фактора (Бел 1984:167). Први подразумева да говорник процењује карактерне особине својих адресата. Други обухвата процену генералног стила говора слушалаца, док трећи представља процену њихових нивоа за специфичне језичке варијабле. Након извршења ових процена, говорник формира акомодационе механизме. У процесу тражења одобрења од публике, што је Џајлс наводи као примарни говорников циљ у теорији акомодације, појављује се притисак који, према Белу, расте сразмерно величини публике. Што је публика већа, то је и притисак на говорника већи. Ова појава следи по логичном принципу будући да је потребан већи напор за придобијање публике која по својим карактерним особинама није униформна. У политичком дискурсу ово значи да чак и ону публику која је политички опредељена или се карактерише као симпатизер одређене политичке струје одликује читав спектар профила појединаца са својим специфичним друштвеним улогама. Притисак који се ставља на говорника огледа се у томе да након извршених процена, које су горе наведене, говорник мора да пронађе механизам акомодације који ће активирати све оне сегменте који су примарној публици заједнички.

У односу говорник – адресат исход који говорник покушава да оствари је претежно персуазивне природе. У зависности од контекста у коме се одвија комуникативни чин, крајњи циљеви су различити. У судници адвокати убеђују поротнике или судије, у трговини продавци убеђују клијенте или потенцијалне купце, конзументе робе или услуга, док се у политичком дискурсу убеђује у исправност доношења одлука, намера и гласања за одређену политичку струју. У контексту који је значајан за ово дисертационо истраживање, акомодација стила говора врши се након идентификације заједничке основе великог броја слушалаца или адресата уз примену лингвистичких стратегија и средстава које су

потпомогнуте и семиотичким средствима. Наше дисертационо истраживање је усмерено ка концептуалним (појмовним) метафорама као једном од доминантних лингвистичких персуазивних инструмената у политичком дискурсу о коме ће бити речи детаљније у наредном поглављу у оквиру предмета проучавања когнитивне лингвистике.

2.4. Предмет проучавања когнитивне лингвистике

Когнитивна лингвистика је посебан приступ у проучавању науке о језику који се јавља почетком седамдесетих година 20. века као реакција на тадашња доминантна лингвистичка истраживања. Међу лингвистима се и данас сматра модерном школом језичке мисли која своје порекло вуче из филозофских наука, теорија и резултата истраживања из других когнитивних наука, нарочито когнитивне психологије и гешталт психологије (Еванс, Бергер, Зинкен 2007:2). Когнитивна лингвистика је један врло флексибилан оквир, а не само једна теорија о језику (Герартс 2006:2). Према речима Герартса (2006, 2007), когнитивна лингвистика не представља само једну теорију о језику, већ читаву групу компатибилних приступа у проучавању језика. Он је назива конгломератом који обухвата различите лингвистичке теорије које уједињује заједничка перспектива и које још увек нису стале под једну надређену и добро дефинисану теорију која ће све то покрити. Осим као о конгломерату, у одређивању природе когнитивне лингвистике Герартс метафорички говори о читавом једном архипелагу, а не о једном острву. Тај архипелаг који називамо когнитивном лингвистиком према Герартсу има дванаест острва, односно дванаест тема којима се когнитивна лингвистика бави: когнитивна граматика, теорија прототипа, концептуална метафора, сликовна схема, схематска мрежа, метонимија, ментални простори, конструкциона граматика, граматичко изображење⁴², зракасте мреже, семантика оквира и лингвистика заснована на употреби.

Када се за когнитивну лингвистику каже да је модерна школа лингвистичке мисли и праксе, мисли се пре свега на године званичног настанка или рођења ове науке, иако она обухвата приступе који су познати од раније и у којима се језик проучава као ментални феномен. Мада се студије из области когнитивне лингвистике појављују седамдесетих и осамдесетих година 20. века (Филмор 1975, Лејкоф 1980, Ланакер 1987, 1988 и др), значајно је споменути и крај 1989. године коју Еванс и Грин (2006:2) наводе као годину у којој је Ланакер означио рођење когнитивне лингвистике као интелектуалног покрета на конференцији у Немачкој када је формирано Међународно удружење за когнитивну лингвистику⁴³, а потом и часопис *Когнитивна лингвистика*. Рођење когнитивне лингвистике Чилтон (2004:x) је окарактерисао као когнитивну револуцију. Група лингвиста и филозофа, углавном из Северне Америке (Филмор, Ланакер, Лејкоф, Џонсон, Тарнер, Фоконије и други) успели су да повежу менталне капацитете језика са неким другим менталним капацитетима. Осим тога, Чилтон истиче и да нам много говоре о природи когнитивне креативности кроз истраживање о концептуалним метафорама и појмовним амалгамима.

Основна идеја когнитивнолингвистичког приступа је да је суштина језика у значењу. Језик је средство за организовање, обраду и преношење информација. Језик се посматра као складиште знања о свету, једна структурирана збирка значајних категорија које нам помажу да се бавимо новим искуствима и да чувамо старе (Герартс 2007:4). У вези са начином на који когнитивна лингвистика третира значење, Герартс је издвојио четири специфичне карактеристике. Прва се односи на то да значење произлази из перспективе. Ова одлика се најчешће ислуструје у просторној оријентацији - да је нешто са леве или десне стране зависи од угла гледања. Герартс даје пример бицикла који се налази иза или испред куће, а исправна опција је условљена нашом позицијом у простору. Друга карактеристика каже да је значење динамично и флексибилно. Значење се мења, а та промена утиче на то како ми обликујемо

⁴² Превод когнитивнолингвистичких термина преузет је према *Језик и сазнање: хрестоматија из когнитивне лингвистике* ауторки К. Расулић и Д. Кликовац.

⁴³ енг. International Cognitive Linguistics Association (ICLA)

свет. Нова искуства и промене од нас захтевају да се прилагодимо новим околностима. Ова одлика когнитивне лингвистике се поклапа са прагматичким принципима проучавања језика, конкретније са социо-когнитивним приступом у интеркултурној прагматици и динамичким моделом значења чији је творац Иштван Кечкеш. Динамичност и флексибилност значења у прагматичком смислу указује на зависност од контекста, а то је управо нека нова и другачија околност која изнова ствара значење. Прилагођавање и прихватање промена услед формирања нових околности и нових искустава чини један сегмент Џајлсове теорије акомодације. Трећа карактеристика се односи на то да је лингвистичко значење енциклопедијско и да није аутоматско. Значење које се ствара у језику и кроз језик није одвојено од ума, већ одражава наше свеукупно искуство. Лингвистичко значење није одвојено од других знања које поседујемо. Оно подразумева наше знање о свету које је интегрисано са нашим другим когнитивним капацитетима (Герартс 2006:5). Четврта карактеристика подразумева да је значење укорењено у искуству. Чак и када се ради о граматичким структурама, оне не постоје само у апстрактном облику, већ проистичу из употребе језика, тј. из правих исказа и правих разговора.

Још један важан аспект у когнитивнолингвистичком приступу проучавању језику изнеле су Еванс и Грин рекавши да когнитивни лингвисти покушавају да опишу и објасне језичку систематичност, структуру, као и функције које се реализују у језичком систему. Оно што стоји као главни разлог у проучавању језика међу когнитивним лингвистима је претпоставка да језик одражава мисаоне обрасце. Стога Еванс и Грин закључују да овај приступ у лингвистици подразумева проучавање образаца концептуализације. Језик пружа увид у природу, структуру и организацију мисли и идеја, а концептуализација или начин поимања ствари је једна од најважнијих феномена који се проучавају у оквирима когнитивнолингвистичког приступа. Когнитивна лингвистика се од осталих приступа разликује по томе што претпоставља да језик рефлектује основне карактеристике и структурне одлике људског ума (2006:5). У контексту Герартсове поделе водећих принципа у третирању значења у когнитивној лингвистици, Еванс и Грин (2007:6-9) су у домену когнитивне семантике, веће целине коју третира когнитивна лингвистика, издвојиле четири кључна принципа која управо указују на значај процеса концептуализације. Први принцип је да је концептуална структура утеловљена. Начин на који перципирамо реалност је одређен нашим физичким одликама, односно природа нашег визуелног апарата, ако говоримо о визуалној перцепцији боја на пример, утиче на наше визуелно искуство и одређује га. Други принцип се односи на то да је семантичка структура концептуална структура, тј. да се језик односи пре на концепте у уму говорника, него директно на ентитете из спољашњег света. Трећи принцип указује на то да је значење енциклопедијско, што је у складу и са Герартсовим принципом у когнитивној лингвистици. Лексички концепти служе као приступне тачке читавим складиштима знања. Четврти принцип указује да је конструкција значења заправо концептуализација, процес у коме лингвистичке јединице служе као окидач за низ концептуалних операција и активирање претходног знања.

Концептуална (појмовна) метафора је једно *острво* или сегмент који припада домену проучавања когнитивне лингвистике, а који илуструје на који начин конципирамо свет око себе и како га разумемо. По речима Лејкофа и Џонсона (2003:3), наш читав концептуални систем је у основи метафоричан, па тако свако наше искуство и све оно што свакодневно радимо у великој мери се тиче баш метафоре. Имајући у виду да се тема дисертације у највећој мери тиче персуазивности у политичком дискурсу кроз употребу управо појмовних метафора, метафору посматрамо као инструмент који може да утиче на формирање политичког мишљења или става. Другим речима, показаћемо на који начин појмовна метафора производи персуазивни ефекат у политичком дискурсу.

2.4.1. Појам појмовне (концептуалне) метафоре

Пре него што објаснимо теорију концептуалне метафоре, неопходно је да дамо кратак преглед традиционалног схватања метафоре за период од Аристотела до краја 20. века када и настаје преломни тренутак у начину њеног проучавања. Овај дијахронијски преглед у приступу проучавању метафоре у највећој мери преносимо из извора *Контексти метафоре*, холандског филозофа Лезенберга.

Метафора се пре тзв. метафоричке револуције, која се догодила 1980. године објављивањем чувене књиге у свету когнитивне лингвистике *Metaphors We Live By* аутора Лејкофа и Џонсона, посматрала као средство за украшавање беседа или говора, као и различитих књижевних врста. Тако је и Аристотел говорио о метафори у свом делу *Поетика* третирајући је као украс у поетским делима и нарочито у трагедијама (Лезенберг 2001: 31). Његов допринос теорији метафоре није велики, али није ни занемарљив. У *Поетици* је Аристотел навео четири врсте метафора и то на основу тога како се врши трансфер значења. Прва је она која се преноси са рода на врсту, друга је она која се преноси са врсте на род, трећа се преноси са врсте на врсту и четврта са појма на појам помоћу аналогije. Према мишљењу савремених лингвиста, чини се да је само четврта врста Аристотелове метафоре представља оно што данас називамо правом метафором (Лезенберг 2001:34). Аристотел није занемарио ни убеђивачку функцију метафоре, која је значајна за наше истраживање, али о којој незнатно говори у трећој књизи *Реторике*. За њега се метафора одликује необичношћу (Аристотел 1987:208), што указује на одступање од свакодневног или уобичајеног, „нормалног“ говора кога карактерише размена речи са обичним, тј. дословним значењем⁴⁴. Необичност је својеврсна девијација од свакодневног начина говора и то је оно што метафору прати до појаве Лекофове теорије о концептуалној метафори.

Наследници Аристотела у проучавању метафоре, Цицерон и Квинтилијан, у највећој мери имају референцијални приступ у проучавању. Из ове персективе метафора се описује као сличност између референата на које се дати изрази односе. Другим речима, метафора се своди на поређење. Цицерон је тврдио да метафора долази из потребе за изражавањем оних утисака за које речи не постоје и да популарност стиче због своје естетске моћи. Ако не постоји адекватна реч или израз, сличност између појмова означених фигуративно употребљеном речју, чини да непознато својство буде јасно. Стога, за Цицерона сличност између референата гарантује исправну интерпретацију речи која је употребљена метафорички. Он метафору дефинише као сажимање поређења у једну реч која се ставља у необичну позицију, што, према Лезенбергу, по дефиницији може да укаже на њену девијантну природу. Ако је основа сличности препознатљива, метафора пружа задовољство, а ако није, одбацује се.

Лезенберг (2001:70) наводи да се Квинтилијанови ставови у суштини преклапају са Цицероновим. Метафора за њега такође представља краћи облик поређења. Попут Аристотела и Цицерона, Квинтилијан указује на свеprisутност метафоре и додаје то да чак и необразован свет користи метафоричке обрасце на несвестан начин било да је то неопходно да би значење постало јасније или постоји жеља за постизањем естетских ефеката. Чињеница да Квинтилијан препознаје метафоричку употребу код неукних и то да је користе на несвестан

⁴⁴ Лезенберг (2001:39) Аристотелов став тумачи на начин да метафору ни сам Аристотел не доживљава као девијацију када каже да се она користи зарад лепоте говора, задовољства и експлицитно тврди да је сви у разговору користе. Та свеprisутност метафоре је и оно на шта су Лејкоф и Џонсон указали на самом почетку своје књиге *Metaphors We Live By: Оно што искусимо и што радимо свакодневно у великој мери се тиче метафоре* (Лејкоф 2003: 3).

начин указује на то да је можда постојала могућност да се метафора спозна као инструмент за организацију мишљења. Ипак, тај аспект метафоре је препознат много касније.

Поред референцијалне перспективе, Лезенберг наводи и дескриптивну која је карактеристична за другу половину 20. века. У односу на референцијалну, кључна разлика у томе што се овде не ради о својствима референата или проширењу метафоричког израза, већ се метафоричка интерпретација заснива на својствима речи које се односе на референте. Друга одлика се односи на то да дескриптивни приступ метафори полази од тога да она укључује промену значења бар једног од израза. Ако на пример кажемо *Man is a wolf*, неће бити могуће да дословно значење лексеме одреди метафоричку интерпретацију, јер тако дословни исказ не би био истинит. За метафоричку интерпретацију, лексема *wolf* добија ново метафоричко значење у датом контексту. Према дескриптивистима, метафоричко значење долази на неком другом нивоу значења појмова, а не проширењем као што је случај код референцијалиста. Трећа одлика која карактерише све дескриптивне теорије је да је за интерпретацију метафоре различитост у најмању руку битна као и сличност. Када слушалац чује претходно поменути пример *Man is a wolf*, он постаје свестан да је неопходно да конструише недословно значење, будући да човек не може бити лав. Тако код дескриптивиста метафоричка интерпретација постаје трансфер значења, а препознавањем семантичког конфликта на нивоу дословног значења долази и до препознавања метафоре.

Крајем шездесетих година 20. века јавили су се покушаји да се метафора постави у синтаксичке оквире генеративне граматике (Лезенберг 2001:94). Тејлор (1995:130) наводи да је метафора за генеративну лингвистику одувек била збуњујућа. Извор проблема је, по њему, био у ставу да се значења речи могу свести на групе неопходних и ограничених карактеристика. По овом приступу, значења се појављују као ентитети са јасним границама. Могућност комбинација речи у изрази је ствар компатибилности функције спецификације образаца компоненти, где се компатибилност формализује у смислу ограничења избора. За прихватљивост комбинације речи постоје јасна правила: одлике су или компатибилне или нису. По овом приступу, суштина метафоре се огледа у кршењу ограничења избора. Лезенберг (2001:94) каже да се метафора углавном смештала у домен говорне делатности, мада је било покушаја да се објасни као граматичка девијација у домену језичке компетенције. За њега је, у генеративном оквиру, интерпретација метафора једнако проблематична као и њено распознавање. Могло би се рећи да метафора у површинској структури кореспондира са поређењем у дубинској структури, али се то коси са претпоставкама генеративне граматике. Штавише, таква реконструкција, у којој се наизглед девијантне метафоре третирају као поређења у дубокој структури, не би се поклопила са идејом девијације која је горе наведена јер, ако је одступање у домену компетенције, и саме девијантне реченице треба да буду генерисане на нивоу дубоке структуре.

Проучавање метафоре из угла прагматике изгледа тако да слушалац прво детектује дословна значења неког исказа, а потом, уколико је дословна интерпретација необична, од слушаоца се тражи да изврши прагматичку реинтерпретацију (Лезенберг 2001:97). Распознавање аномалија у дословној интерпретацији доводи до прагматичке анализе. Ако се сетимо претходно наведеног примера *Man is a wolf*, слушалац би у прагматичкој теорији требало да препозна да је говорников исказ дословно неистинит, али да он намерава да каже нешто што може бити истинито, а то је да су мушкарци окрутни.

Појмовна метафора је вероватно најпознатији аспект когнитивне лингвистике имајући у виду да заузима централно место у свеукупним когнитивнолингвистичким истраживањима (Герартс 2006:11). За трасирање пута појмовној метафори од традиционалног схватања да се ради о својеврсном украсу у доменима књижевности и стилистике до домена мишљења

заслуге су понели Лејкоф, пре свега, и Џонсон и то 1980. године објављивањем у свету когнитивне лингвистике чувене књиге *Metaphors We Live By*. У когнитивнолингвистичком смислу, метафора се дефинише као разумевање једног концептуалног домена уз помоћ другог. Когнитивна парадигма метафору посматра као средство где се апстрактни и неопипљиви делови искуства могу концептуализовати кроз познате и конкретне. Метафора је мотивисана, односно, активира се потрагом за разумевањем. Карактерише је концептуализација једног когнитивног домена кроз делове другог когнитивног домена са којим се чешће доводи у везу (Тејлор 1995:132).

Лејкоф и Џонсон су први указали на когнитивни аспект метафоре и успели да је изместе из традиционалних схватања у којима се метафора посматра као естетски, односно стилски инструмент у поетским и прозним књижевним делима. Након што су установили да им је интересовање за метафору и истраживање овог домена заједничко, Лејкоф и Џонсон (2003:ix) су убрзо приметили да метафора прожима разне аспекте свакодневног живота и мишљења, што се није уклапало ни у једну савремену англо-америчку теорију о значењу, ни у лингвистици, нити у филозофији. Иницијална идеја ова два аутора да напишу кратак рад о новом схватању метафоре израсла је у читаву теорију о концептуалној (појмовној) метафори која преиспитивањем дотадашњих перспектива добија револуционарни карактер и на концу 20. века помера границе не само у лингвистици и филозофији, већ у читавој западној цивилизацији.

Ако се сетимо раније поменутог Квинтилијана, о коме смо говорили у оквирима референцијалног приступа у проучавању метафоре, видећемо да је још у то време препозната присутност метафоре у свакодневним и обичним активностима, да је у подсвести и да употреба метафора у когнитивном смислу није условљена нивоом образовања говорника. Квинтилијан је тврдио да и неки људи користе метафоре. Лејкоф, такође, истиче да се употреба метафора дешава на нивоу несвесног и да се многи метафорички процеси догађају аутоматски. Начин поимања или концептуализације стварности посредством метафоре указује на присуство метафоричких структура у нашем концептуалном систему и мишљењу. Тако метафора улази на велика врата когнитивне лингвистике и постаје јасно да је концептуални систем у великој мери метафоричан.

Суштина метафоре је разумевање и доживљавање једне врсте ствари помоћу друге (Лејкоф 2003:5). За разумевање метафоре из угла когнитивне лингвистике у свакодневном животу, Лејкоф даје пример поимања концепта расправа и концептуалне метафоре РАСПРАВА ЈЕ РАТ. У расправи побеђујемо или губимо од противника, нападамо противничке или бранимо своје ставове, планирамо и примењујемо стратегију. Много тога што чинимо док се расправљамо структурно се поклапа са концепцијом рата. На питање зашто на овај начин говоримо о расправама, Лејкоф одговара да их управо на тај начин и разумемо. Концептуална (појмовна) метафора подразумева везу између две семантичке области или домена, што је у случају метафоре РАСПРАВА ЈЕ РАТ конкретан домен рат и апстрактан домен расправа. Домен у коме се метафорички говори је циљни домен (енг. target domain), а домен из кога потичу метафорички изрази или метафоре за разумевање другог појмовног домена је изворни домен (енг. source domain). Концептуална структура је организована унакрсним пресликавањем (енг. mappings) између домена које се налази у дугорочној меморији. Нека од ових пресликавања су настала због претходно концептуализованих утеловљених искустава, док се остала надограђују на ова искуства како би се формирале сложеније концептуалне структуре (Еванс 2007:16). Кевечеш (2010:4) концептуални изворни домен описује као домен А, а циљни као домен Б, где је изворни домен А конкретнији и по искуству ближи, а циљни домен Б апстрактнији и по искуству даљи. Бројни писци тврде да о менталним (мисаоним) процесима говоримо уз помоћ физичке перцепције, тј. метафоре које користимо када

говоримо о менталним процесима су мотивисане нашим телесним искуством (Дејнан 2005:19). Кључна карактеристика Лејкофове и Џонсонове теорије о метафорама је то да метафора није одлика појединачних језичких израза и појединачних значења већ читавих концептуалних домена. У принципу, било који концепт из изворног домена – домена који подржава дословно значење израза – може се користити за описивање концепта у циљном домену – домену о коме се у реченици и ради (Крофт 2004:195).

Веза између изворног и циљног домена нас доводи до принципа по којима се врши појмовно пресликавање (енг. mapping). Кевечеш (2010:7) наводи први принцип који се зове принцип једносмерности (енг. unidirectionality) што значи да се метафорички процес креће у смеру од конкретнијег ка апстрактном, а никако обрнуто. Други принцип, који се делимично ослања на горе наведени Крофтов цитат, дефинишу и Лејкоф и Кевечеш. Реч је о принципу инваријантности или непроменљивости (енг. invariance principle) према коме метафоричка пресликавања задржавају когнитивну топологију (тј. сликовно-схематску структуру⁴⁵) изворног домена на начин који је у складу са унутрашњом структуром циљног домена (Лејкоф 1993)⁴⁶. Другим речима, што се тиче аспеката који учествују у метафоричком пресликавању, пресликава се онолико знања из изворног домена на циљни колико је кохерентно са својствима сликовне схеме циљног домена (Кевечеш 2010:131).

Да бисмо разумели шта се све под метафором подразумева, неопходно је утврдити критеријуме за њено одређивање. Имајући у виду да је значење речи релативно и да се временом мења, слично ће се догодити и са метафорама, па нешто што је некад било метафоричко може постати дословно јер свест о метафори делимично зависи од оних који језик користе, тј. од њиховог језичког искуства (Блек 2004:20-21). Блек указује да дефиниција метафоре мора садржати лингвистичке, прагматичке и когнитивне критеријуме:

Лингвистички критеријуми

Метафора је реч или фраза која узрокује семантичку тензију на следећи начин:

1. Реификацијом – указивањем на нешто што је апстрактно користећи речи и фразе које се у другим контекстима односе на нешто конкретно.
2. Персонификацијом – указујући на нешто неживо речима или фразама које се у другим контекстима односе на нешто живо.
3. Деперсонификацијом – указивањем на нешто живо речима или фразама које се у другим контекстима односе на нешто неживо.

Прагматички критеријуми

Метафора је неусклађена језичка репрезентација чији је кључни циљ да утиче на расуђивање својом персуазивном снагом. Овај циљ је често скривен и одражава говорникову намеру у датом контексту.

Когнитивни критеријуми

⁴⁵ За сликовну схему видети потпоглавље *Појам сликовне схеме*.

⁴⁶ Ради се о чланку *Contemporary Theory of Metaphor* који је уз сагласност објављен у неколико књига, а као првобитни извор се наводи: Lakoff, G. (1993) *Contemporary Theory of Metaphor*. In Ortony, A., & Andrew, O. (Eds.) *Metaphor and thought*. Cambridge University Press.

Метафора настаје померањем у концептуалном систему. Основа за ово концептуално померање је релевантна психолошка асоцијација која постоји између атрибута и референта у његовом оригиналном изворном контексту и референта у новом циљном контексту. Релевантност или асоцијација се обично базира на незапаженој сличности између референата у тим контекстима.

Основни постулати теорије о концептуалним метафорама према Дејнан (2005:14) су:

1. Метафоре структурирају мишљење
2. Метафоре структурирају знање
3. Метафоре су кључне за апстрактни језик
4. Метафора је заснована на физичком искуству
5. Метафоре су идеолошки мотивисане

Прва четири наведена постулата смо већ у одређеној мери до сада објаснили, осим последње која се тиче тога да је метафора идеолошка. Дејнан (2005:23) наводи да се у овом смислу метафора користи за интерпретацију ситуација или догађаја. Код идеолошког аспекта употребе метафора, проблем настаје када се догађаји или ситуације представе делимично, па самим тим и погрешно. Пошто смо претходно навели да метафора организује свакодневно знање људи, погрешно употребљена метафора би имала погубне последице. Парцијална слика догађаја или ситуације довела би до колективне пристрасности или предрасуда у разумевању света будући да метафоре истовремено могу да појачају значај аспекта реалности или га сакрију од чланова те заједнице. Дејнан (2005: 24) потом цитира Хокса да метафоре немају моћ само да обогате и прошире наше разумевање, већ и да га ограниче.

2.4.2. Класификација појмовних метафора

За класификацију метафора постоји неколико критеријума. Прва подела извршена је на основу критеријума когнитивне функције које концептуалне метафоре имају (Кевечеш 2010:37). Лејкоф и Џонсон (2003:3-32) су појмовне метафоре поделили на структурне, оријентационе и онтолошке. Кевечеш (2010:37-40) објашњава да код структурних метафора, изворни домен пружа релативно богату структуру знања за циљни домен. Другим речима, когнитивна функција ових метафора је да омогући саговорницима да разумеју циљни домен А посредством структуре изворног домена Б. То разумевање се одвија путем појмовног пресликавања између елемената А и елемената Б. Когнитивна функција оријентационих метафора је да се направи скуп циљних концепата који су кохерентни у нашем концептуалном систему. Лејкоф и Џонсон (2003:14) објашњавају да је назив за оријентационе метафоре дат због тога што је већина њих везана за просторну оријентацију и наше физичко искуство. Кевечеш (2010:40) сматра да би било прикладније да се ове концептуалне метафоре зову кохерентне метафоре јер то одговара њиховој когнитивној функцији. Примери оријентационих метафора су СРЕЋА ЈЕ ГОРЕ, ТУГА ЈЕ ДОЛЕ, ДОБРО ЈЕ ГОРЕ, ЛОШЕ ЈЕ ДОЛЕ, ЗДРАВЉЕ И ЖИВОТ СУ ГОРЕ, БОЛЕСТ И СМРТ СУ ДОЛЕ⁴⁷ и оне се најчешће јављају уз своју супротну оријентацију: горе–доле, унутра–споља, напред–назад, централно–периферно итд. Онтолошке метафоре служе за концептуализацију различитих догађаја, активности, емоција, идеја помоћу ентитета и супстанци. Када се метафоре посматрају на овај начин, јавља се могућност да се на њих реферира, да се квантификују, да се идентификује њихов одређени аспект, узрок итд. Лејкоф тврди да се онтолошке метафоре, као и оријентационе и не констатују да су метафоре. Један од разлога је и тај што им је спектар циљева веома ограничен – реферирање, квантификовање итд (Лејкоф 2003:25-7).

Према нивоу општости, метафоре се могу класификовати на генеричке и специфичне. Ову класификацију преносимо у целости од Кевечеша (2010:44-45) који је објашњава на следећи начин. Сливне схеме представљају структуре које имају јако мало детаља. На пример, схема кретања садржи само иницијалну локацију, кретање неком путањом и коначно одредиште. Ова схема, која је веома генеричка, допуњује се са више детаља ако се ради о концепту путовања. Тако можемо имати путника, место одласка, средство путовања, препреке на путу, дестинацију, водича итд. Схема кретања се може реализовати не само као путовање, већ и као шетња, трчање, пешачење или планинарење. Све су то примери на специфичном нивоу генеричке схеме кретања. У раније поменутој концептуалној метафори РАСПРАВА ЈЕ РАТ, рат је концепт на специфичном нивоу. Осим тога, метафоре на генеричком нивоу се деле на метафоре ДОГАЂАЛИ СУ РАДЊЕ, ГЕНЕРИЧКО ЈЕ СПЕЦИФИЧНО и оно што је познато као ВЕЛИКИ ЛАНАЦ ПОСТОЈАЊА (енг. *The Great Chain of Being*). Метафора ДОГАЂАЛИ СУ РАДЊЕ објашњава многе случајеве персонификације, док метафора ГЕНЕРИЧКО ЈЕ СПЕЦИФИЧНО помаже у интерпретацији изрека и устаљених фраза. Изреке се састоје најчешће од концепата на специфичном нивоу. У енглеској изреци *The early bird catches the worm*⁴⁸, правилну интерпретацију омогућава метафора ГЕНЕРИЧКО ЈЕ СПЕЦИФИЧНО јер нам указује да изреку треба схватити на генеричком нивоу. Птица се односи на било кога ко уради нешто први, хватање или лов значи нешто добити, док се црв односи на било шта што се добије пре других. Генеричко значење би гласило: ако први нешто урадиш, добићеш оно што желиш пре него што га други добију. Због своје генеричке интерпретације, ову изреку је могуће применити на много других случајева који имају генеричку структуру. Горе поменуто

⁴⁷ Лејкоф (2003:14-16)

⁴⁸ На српском језику би преводни еквивалент била српска изрека *Ко пре девојци, његова девојка* или *Ко рано рани, две среће граби*.

персонификацију објашњавамо као могућност да знање о себи користимо за разумевање других аспеката света попут времена, смрти, природних сила, неаниматних ентитета итд. Питање које се поставља у вези са персонификацијом је зашто користимо особе као изворне домene. Кевечеш (2010:77) наводи да су Лејкоф и Гарнер указали да је разлог управо у метафори на генеричком нивоу ДОГАЂАЈИ СУ РАДЊЕ. Услед ове метафоре, екстерне догађаје разумемо као активности или радње, а последица је да на догађаје гледамо као да су продукт активног и вољног агенса. Будући да радње имају таквог агенса, догађаје ћемо посматрати на исти начин. Као резултат имаћемо персонификован догађај, попут времена које је екстерни догађај и које се конципира као агенс. У метафори LIFE IS A PRECIOUS POSSESSION, време се тумачи као лопов који отима ту вредну својину - живот. Метафоре ВЕЛИКИ ЛАНАЦ ПОСТОЈАЊА (енг. The Great Chain of Being) и СТРУКТУРА ДОГАЂАЈА су два велика метафоричка система. Систем ВЕЛИКИ ЛАНАЦ ПОСТОЈАЊА објашњава како се метафорички концептуализују предмети или ствари, док СТРУКТУРА ДОГАЂАЈА објашњава како се метафорички схватају догађаји као промене стања.

Метафоре се могу класификовати и у складу са степеном конвенционалности појмовног пресликавања и конвенционалности одговарајућих језичких израза (Кевечеш 2010:33-35). Под конвенционалношћу се подразумева степен у коме је нека појмовна метафора утемељена у свакодневној употреби говорника за свакодневне циљеве. Конвенционалност значи и да говорници метафоре употребљавају спонтано и лако, рекли бисмо и несвесно, и то за концепте који су апстрактни попут расправе, љубави, друштвене организације, живота итд. У конвенционалне метафоре спадају РАСПРАВА ЈЕ РАТ, ЖИВОТ ЈЕ ПУТОВАЊЕ, ТЕОРИЈЕ СУ ГРАЂЕВИНЕ, ИДЕЈЕ СУ ХРАНА, ДРУШТВЕНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СУ БИЉКЕ ИТД. Високо конвенционалне метафоре налазе се на једном крају нечега што можемо назвати скалом конвенционалности. На другој страни те скале су високо неконвенционалне или нове метафоре које могу генерисати креативни говорници попут политичара, новинара, текстописаца итд. на основу конвенционалних концептуалних метафора. Не смемо заборавити ни да се конвенционалност везује за неку друштвену, говорну или културну заједницу у којој се конвенционалне метафоре у свакодневним активностима употребљавају аутоматски. Лејкоф и Гарнер у дефиницији конвенционалне метафоре не заобилазе језичку заједницу. Метафора је, по њима, конвенционализована у мери у којој је аутоматска, без напора и генерално установљена као образац мишљења међу члановима језичке заједнице. Дејнан додаје да је реч о фрази за коју је одређено тумачење постало установљено у друштву и за коју су истовремено сва друга тумачења елиминисана (Блек 2004:17). Оно што треба узети у обзир када се ради о конвенционалним метафорама је дијахронијски аспект. Конвенционалне метафоре могу имати свој животни век и на то су указали Свицер (1990), Њумарк (1980), Гоутли (1997) и Блек (1993). На почетку, метафора представља креативну или иновативну језичку употребу све док не постане усвојена у језичкој заједници када та заједница почиње да је користи као конвенционално средство да на нешто реферира. Ова фаза указује да се ради о конвенционалној метафори. У неком тренутку, та иста метафора постаје неактивна или се „успава“, док на крају не постане мртва (енг. dead). Гоутли ово назива цикличним процесом кроз који метафора пролази и карактерише је прво као активну, неактивну и на крају мртву. Блек у истим фазама метафоре назива активним, успаваним и изумрлим. Њумарк разликује пет типова метафора: оригиналну, новију (енг. recent), уобичајену (енг. cliché), стандардну (енг. stock) и мртву (Блек 2004:19). Метода идентификације конвенционалних метафора је најсигурнија увидом у корпус. Фреквентност појављивања метафоре у савременој употреби пружа довољно доказа да је нека метафора добила статус конвенционалне.

Конвенционалне метафоре не значе да се један концепт може појмити на само један начин. Кевечеш (2010:35) тврди да се љубав у енглеској говорној заједници може

метафорички концептуализовати на много начина: ЛУБАВ ЈЕ ПУТОВАЊЕ, ПОЖАР ИЛИ ВАТРА, ФИЗИЧКО ЈЕДИНСТВО, ЛУДИЛО, ЕКОНОМСКА РАЗМЕНА, ФИЗИЧКА СИЛА ИЛИ БОЛЕСТ. Овакав начин концептуализације се не везује само за енглеску говорну заједницу или англо-америчку културу, већ вероватно и за читав западни свет. У наредном поглављу се бавимо управо утицајем културних модела на утемељеност метафора.

2.4.3. Утемељеност метафора у телесном искуству и значај културног контекста

Један од главних постулата у теорији концептуалних метафора који смо навели раније тиче се утеловљености метафора у искуству, односно, да су метафоре које користимо када говоримо о менталним процесима мотивисане нашим телесним искуством (Дејнан 2005:19). Еванс и Грин (2006:45) као један од принципа у процесу концептуализације наводе перципирање у складу са физичким карактеристикама визуелног или, додајемо, аудитивног и олфакторног апарата. Ли и Шварц (2014:88) наводе да су лингвистичке анализе показале да се концепт СУМЊЕ доводи у везу са мирисом на 18 светских језика укључујући арапски, кинески, немачки, шпански, енглески и француски. Наравно, врста мириса се разликује од језика до језика⁴⁹. Начин на који перципирамо реалност је одређен нашим физичким одликама, односно структуром нашег организма. Лејкоф и Џонсон (2003:15) су на то указали и кад су говорили о оријентационим метафорама: „Оријентационе метафоре нису арбитрарне, већ имају основу у нашем физичком и културном искуству“. Просторна оријентација је у директној вези са тим како се наше тело понаша у физичком окружењу. Оријентационе метафоре попут ВИШЕ ЈЕ ГОРЕ и МАЊЕ ЈЕ ДОЛЕ засноване су на физичком искуству. Дејнан објашњава да још кроз детињство знамо да кад неку већу количину супстанци скупљамо, гомила иде у висину. То искуство и знање преносимо на апстрактне појмове и лакше их тумачимо. Суштина теорије о концептуалним метафорама и јесте да се концептуализација апстрактних појмова дешава управо кроз конкретне и материјализоване ентитете у нашем физичком окружењу. Осим кроз оријентационе метафоре, утемељеност метафора у физичком искуству је очигледан и кроз концептуализацију емоција⁵⁰. Када смо срећни, наше тело је пуно енергије и у усправном положају, али када смо тужни, тело нам се савије или сroje. Концептуализације неких метафора су одређене директним искуством, за разлику од других које су засноване на посредованом искуству, односно кроз искуство других особа. Дејнан (2015:22) тако, на пример, тврди да метафора у енглеском језику ELECTIONS ARE HORSE RACES није утемељена у општем људском искуству јер је њен изворни домен специфичан за одређену културу, а не сегмент универзалног људског искуства. Према теорији појмовних метафора, ова метафора неће заузети централно место чак ни код свих изворних говорника енглеског језика јер она потиче из учења, а не из директног искуства.

О утемељењу метафоре у физичком искуству и културном контексту говори и Гибс. Полазећи од емпиријских доказа из домена и когнитивне лингвистике и когнитивне психологије да се когнитивни модели за апстрактне концепте структурирају преко метафоре, Гибс (1997: 145-166) испитује претпоставку да се појмовна пресликавања морају дешавати интерно, тј. у уму онога који језик употребљава и предлаже да когнитивни лингвисти и психолози треба да размишљају о метафори и њеном односу према мишљењу као о когнитивној мрежи која излази из оквира ума и шири се на културни свет. Оно што ми разумемо под концептуалном метафором је у великој мери одређено нашим културним искуством, а неки аспекти и физичким понашањем. За концептуализацију емоција Гибс наводи пример метафоре БЕС ЈЕ ЗАГРЕЈАНА ТЕЧНОСТ У САДРЖАТЕЉУ. За разумевање ове концептуалне метафоре од суштинског значаја је наше утеловљено искуство садржавања. На основу јаког кинестетичког искуства у различитим ситуацијама у којима је наше тело у или изван нечега (куће, собе, каде, кревета итд), као и тога да је наше тело садржатељ у које одређене супстанце улазе и излазе, закључујемо о каквој емоцији се ради. Када су под

⁴⁹ На енглеском би то био придев *fishy*, а на српском би еквивалент био глагол смрдети или мирисати у негативном облику: *Не мирише на добро*.

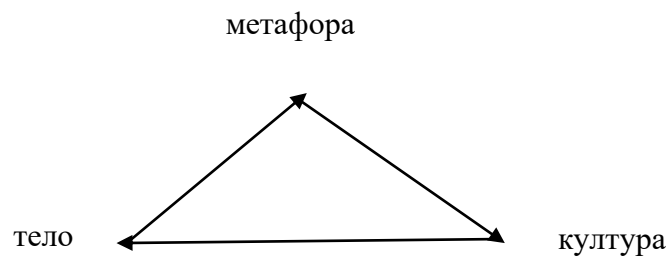
⁵⁰ О начину концептуализације емоција видети дисертацију Ј. Ракић (2014)

стресом, људи имају осећај да се течности у њиховом организму загревају. Ова телесна искуства доводе до стварања искуственог гешталта који се назива сликовна схема, а у овом конкретном случају је реч о садржатељу. Људи из искуства знају да када се интензитет беса повећа, течност у садржатељу расте. Људи такође знају да јака топлота производи пару и да пара ствара притисак на садржатеља, а када притисак постане превелики, садржатељ експлодира. Гибс даје примере на енглеском како се градицијски стање погоршава:

(1) *His pent-up anger welled up inside of him > Bill is getting hot under the collar > Jim 's just blowing off steam > He was bursting with anger > She blew up at me.*

Значај културног контекста у концептуализацији препознат је не само у когнитивној лингвистици и психологији, већ и у антропологији. Многе студије су показале да у процесу стварања слике о свету који нас окружује велику улогу имају културни модели из којих потичемо. Сливковне схеме не долазе само из телесног искуства већ садрже и јаку културну компоненту нарочито у одређивању истакнутости или значаја неког телесног искуства. Антрополошка истраживања у различитим културним контекстима су показала да се на различите начине конципирају разни телесни процеси и да та чињеница мора бити узета у обзир код когнитивних лингвиста који не смеју одвојити екстерне факторе, тј. културни аспект у концептуализацији апстрактних концепата.

Ју (2008:247) тврди да је тело универзални извор за стварање метафоре, а да култура служи као филтер који бира аспекте сензомоторног искуства и повезује их са субјективним искуством и проценама за метафоричка пресликавања. Другим речима, метафоре су утемељене у телесном искуству, али обликоване културним разумевањем. На основу ове тезе, Ју је претпоставио да је тело универзални изворни домен за метафоричка пресликавања са телесних искустава на апстрактније домене. Осим тога, он је истакао да би ова теза требало да обухвати све народе без обзира на њихове расне и етничке специфичности. Разлог је тај што сва људска бића у основи имају сличну структуру и функције тела, па се, имајући у виду да деле заједничке когнитивне основе утеловљења, очекује да различити језици имају паралелне појмовне метафоре мимо својих граница. Ју је зато урадио упоредну анализу у кинеском и енглеском језику за концепт ЛИЦЕ и посматрао метафоричка значења која проистичу из њега. Закључак је да су у оба језика сва семантичка проширења структурирана метафором и метонимијом утемељена у телесном искуству. Култура, пак, функционише као филтер и дозвољава само одређеним телесним искуствима да се пресликају на циљни домен. Лејкоф и Џонсон (2003:57) кажу да се свако искуство стиче у одређеном културном контексту, односно да се културне претпоставке, вредности и ставови не могу прикрити у концептуализацији неког искуства. Свако искуство је већ само по себи културно јер свет доживљавамо на такав начин да је наша култура већ присутна у самом искуству. На основу тврдњи поменутих лингвиста, закључујемо да су физичка, тј. телесна искуства неодвојива од културног контекста у коме настају. Штавише, у процесу конструисања метафоричких значења ова два аспекта се прожимају и делују интерактивно без обзира на филтрацијску улогу културног контекста, који, како се на први поглед чини, има утицајнији положај у односу на телесна искуства. Слика 2.4. илуструје динамичну интеракцију између метафоре, културе и утеловљења.



Слика 2.4. динамична интеракција између метафоре, културе и утеловљења (Ју 2003:29)

2.4.4. Појам сликовне схеме

Појам сликовне схеме (енг. *image schema*) у когнитивну лингвистику и теорију концептуалних метафора уводи Џонсон 1987. године описујући га детаљно у књизи *Body in the Mind: Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Сливовна схема настаје као резултат истраживања које је мотивисано питањем због чега тако велики број структура потиче из телесног искуства и даје обрасце који су нам смислени и који утичу на наше мишљење (Џонсон 1987:18). До појаве термина сликовне схеме у облику у коме се данас користи у когнитивној лингвистици, тј. у теорији концептуалних метафора, лексема схема је постојала да означи опште знање о току догађаја. Џонсон термин схема користи на начин на који је првобитно користио филозоф Имануел Кант. Он је схему разумео као непропозициону структуру замишљања, а Џонсон овде тврди да се ради о утеловљеним обрасцима смислено организованог искуства (попут структура физичког кретања и перцептивних интеракција). Замишљање (енг. *imagination*) је за Џонсона основни капацитет сликовне схеме за уређивање искуства, а не само необуздана и неуређена способност за фантазију и креативност (Џонсон 1987: xx). Под искуством, Џонсон подразумева физичко, друштвено, лингвистичко и интелектуално укомбиновано у комплексне интеракције које омогућава да разумемо свет око себе (Џонсон 1987: xvi). Сливовне схеме су структурирани гешталти чији делови стоје у међусобним односима и који су организовани у обједињене целине, а помоћу којих наше искуство манифестује приметан ред.

Џонсонова (1987:xiv) дефиниција сликовне схеме указује да се ради о динамичним обрасцима чулне интеракције и моторичке активности који се изнова понављају и дају структуру људском искуству. Динамична природа сликовне схеме је њена кључна карактеристика. Џонсон (1987:29-30) је отишао даље од Кантове тезе да су схеме структуре за генерисање слика које могу да се уклопе у концепт. Он схему идентификује као континуирану структуру организације активности. Иако су схеме одређене структуре, оне представљају динамичне обрасце, а не фиксирани и статичне слике као што се представљају на дијаграмима. Њихова динамичност се манифестује на два начина. Прво, схеме су структуре активности на основу којих организујемо своје искуство на начин да можемо да их разумемо. Оне су примарно средство којим конструишемо и успостављамо ред, а не само пасивне посуде у које се сипа искуство. Друго, схеме су флексибилне и могу да се прилагоде било ком броју специфичних инстанци у различитим контекстима. Морају да буду адаптивне да могу да се модификују како би се уклопиле у много сличних, али различитих ситуација које манифестују основну структуру која се изнова понавља.

Џонсон (1987: 101-138) је у свом делу навео неколико најважнијих сликовних схема које се најчешће јављају у организацији нашег искуства (Лејкоф 1987, Тејлор 1995). Ту спадају схеме САДРЖАВАЊА, ПУТАЊЕ, ДЕЛА И ЦЕЛИНЕ, ЦЕНТРА И ПЕРИФЕРИЈЕ, ВЕЗА, СИЛЕ, СКАЛАРНОСТИ, ЦИКЛУСА, НАПРЕД-НАЗАД, ЛЕВО-ДЕСНО итд. Истраживања у когнитивној лингвистици указују да постоји више од двадесет сликовних схема и неколико трансформација које су у свакодневној употреби у мишљењу, схватању и замишљању (Гибс & Колстон 2006:239). Лејкоф (Тејлор 1995:135) истиче да су ове сликовне схеме дубоко утемељене у заједничком људском искуству и да чине универзалне прелингвистичке когнитивне структуре. За многе сликовне схеме је јасно да потичу из најнепосреднијег искуства. Лејкоф је дао следећу поделу за најучесталије сликовне схеме и њих преузимамо од Тејлора (1995:134-135):

- а) Схема садржавања описује садржатеља, подразумевајући унутрашњост и спољашњост, у домену тродимензионалног простора. Ова схема се метафорички примењује на велики број непросторних домена. Као садржатељи конципирају се различите лингвистичке форме, као и емоционална стања. Ми бисмо овде додали да

се на основу схеме садржатеља конципира и једна од најзначајних тема у последњих неколико година – имиграција. Генерално гледано, припадање или неприпадање одређеним групацијама, институцијама или организацијама (као што, на пример, може бити случај са Србијом и Европском унијом) концептуализује се управо кроз дихотомију ми и они, тј. кроз слику садржатеља да јесмо или нисмо легитимни део нечега.

- b) Путовање и његови сегменти (тј. почетак, стаза, дестинација, могуће препреке, скретање с пута итд). Живот се врло често приказује као путовање. Лејкоф (1987:292) овде посебно издваја схему извор – стаза – циљ којом се метафорички приказују намере или циљеви, као и сложени догађаји. Ми бисмо овде додали и љубавну везу, а у политичком дискурсу су то најчешће напредовање у виду спровођења реформи, путовање ка ЕУ, дипломатски односи и слично.
- c) Близина (блискост) и дистанца. Ова схема се пројектује на непросторне домене. Тако се степен емоционалне повезаности и могућност заједничког утицаја разумеју помоћу схеме блискости. Лејкоф (1987:291) наводи схему повезаности која указује на друштвене и међуљудске односе. Прва веза која се успоставља са онима који су нам најближи је преко пупчане врпце. Од рођења па кроз читаво детињство држимо се наших родитеља како бисмо обезбедили сигурно место уз њих.
- d) Повезивање и одвајање. Ова схема је врло слична претходној. Овде се просторна значења могу применити на апстракције.
- e) Оријентација напред-назад. Ова схема примењује се на људско тело. Предњи део тела је страна на којој се налазе сензорни органи, а најважније су на очи. Предњи део гледа у правцу у коме се тело креће. Ова схема се најчешће јавља у концептуализацији времена. Будућност се налази испред нас, док прошлост конципирамо као да је иза нас. У многим језицима то није тако, па закључујемо да је концептуализација уз помоћ ове сликовне схеме културно условљена. Додајемо да је ова оријентација свеприсутна у политичком дискурсу, како у америчком, тако и у српском. Прошлост се конципира као нешто што је иза нас и има едукативну функцију, тј. треба да нас научи да у будућности радимо дугачије и боље нарочито ако говорник (или кандидат) наступа као опозиција на изборима. Будућност се конципира као нешто што је испред нас. Овде не треба заборавити комисије и комисијну силу који се односе на предизборна обећања, као и чињеницу да је комплетна предизборна кампања усмерена на будући догађај – заказане изборе.
- f) Однос дела и целине. Целина се састоји из делова који су распоређени по специфичној конфигурацији. Одвајање или ново распоређивање делова доводи до уништења целине. Ове схеме се примењују на дискретне, конкретне ентитете. Метафорички се овако може представити низ апстрактних појмова, као на пример међуљудски односи, брак, породица која представља целину, а чланови делове те породице, тј. целине. Развод би се посматрао као одвајање од целине⁵¹.

⁵¹ Сет Томпсон (2018) је политичке метафоре видео као спону између индивидуалног и политичког. Заправо, учешће појединца у политичкој заједници спроводи се баш преко политичких метафора. У том смислу Томпсон сматра да су метафоре неопходне јер омогућавају да појединац буде део једне веће целине, једне политичке заједнице.

- g) Линеарна пројекција. Ова схема уређује предмете на једнодимензионалној скали у смислу да се повећава удаљеност од посматрача. Метафорички се може применити на временске низове. Оно што се прво појави, догоди се раније, оно што се друго догоди, дешава се касније.
- h) Оријентација горе-доле. Пре свега, ова схема се везује за просторну оријентацију у оквиру гравитационог поља.
- i) Масовне и мултипле концептуализације. Како се неко удаљава група појединаца од одређене тачке почиње да личи на масу. На сличан начин се и ред тачака из даљине види као неискривљена линија (Лејкоф 1987:442).

2.4.5. Персуазивност појмовних метафора

Ово потпоглавље посвећујемо персуазивној снази концептуалних метафора која се, пре свега, препознаје у самој теорији о појмовним метафорама а то је да је метафора начин мишљења и концептуализације стварности, а не само средство за украшавање у домену књижевности и стила. Верујемо да начин концептуализације догађаја, искуства и различитих информација које потичу из политичког дискурса посредством појмовних метафора утиче на модификацију постојећих концептуалних система алтерирајући његову дубинску структуру, где се као последица јавља промена става или мишљења, у нашем случају политичког. Овде ћемо дати кратак преглед досадашње литературе и проучавања персуазивности метафоре.

Једно од првих истраживања о персуазивном ефекту језика које се у лингвистичкој литератури појављује је рад Боуерса из 1964. године. Боуерс је персуазивни ефекат препознао кроз интензитет језика. Речи се сматрају интензивнијим или јачим уколико садрже више слогова, ако су чудније, ако им претходе интензификатори, али пре свега ако су метафоричне (Бозман 1987:98). 1966. Боуерс је заједно са Озборном приметио да интензивне метафоре могу имати ефекта уколико се употребе у закључном делу говора⁵². Џонсон и Тејлор (1981) су тврдили да су политичке метафоре у истраживању које су они спровели имале утицај само на одређену врсту публике, тј. на тзв. софистициране учеснике. Под софистицираним учесницима Џонсон и Тејлор су сматрали оне појединце који су боље образовани и више информисани у односу на друге. Њихова студија је рађена као реакција на Боуерсову и Озборнову из 1966. године у којој је хипотеза била да се метафором постиже већи персуазивни ефекат него „обичним“ дословним језиком. Џонсонова и Тејлорова хипотеза била је да појединци који долазе у додир са позитивним метафорама афирмативно реагују на субјект метафоре, односно ако долазе у додир са негативним метафорама, негативно оцењују субјект метафоре. Централна тема у овом истраживању била је да ли ће политички софистицирани појединци бити мање или више изманипулисани метафоричким садржајем.

Бозман (1987:98) наводи следеће хипотезе од којих се полазило у дотадашњим истраживањима персуазивне снаге метафора:

1. Прва хипотеза се односи на интензитет метафоричког језика. Овде је важно напоменути да јак неметафорички језик такође има персуазивну снагу. Истраживања рађена почетком осамдесетих година 20. века показала су да метафорички јаки говори доводе до веће промене става него неметафорички (Бозман 1987).
2. Друга хипотеза гласи да се до ефекта метафора долази индиректно променом перцепције говорниковог кредибилитета. Боуерс и Озборн нису имали доказе да потврде ову хипотезу.
3. Трећа хипотеза указује да метафоре подржавају аргументе у говору. Метафора може да створи убеђивачки ефекат јер се сматра кулминацијом аргументације, која је развијена у главном делу говора.

У истраживањима која су рађена тек након изласка Лејкофове и Џонсонове чувене књиге 1980. треба напоменути два аспекта. Прво треба раздвојити персуазивни ефекат метафоричких и неметафоричких исказа. Лингвистима који су спроводили истраживања на ову тему било је пре свега важно да утврде да ли метафорични израз може утицати на промену става код говорника или не. Циљ истраживања није био да се одреди већа

⁵² Бозман наводи да је две или три године раније Боуерс говорио о интензивном језику, а не само о метафорама.

ефективност метафоричких у односу на неметафоричке изразе у процесу убеђивања (Бозман & Хагендорн 1991:272). Закључак истраживања која су рађена осамдесетих година 20. века је да метафора дефинитивно утиче на измену ставова и да има персуазивни ефекат. Интензитет персуазивности и ефикасност у односу на неметафорички језик је такође могуће истраживати, али то није у фокусу наше тезе. Као друга ствар коју треба споменути је врста публике која се тестира. Бозман (1987: 104) тврди да нису сви појединци подједнако рецептивни или сензитивни на метафорички језик⁵³. Шимко (1994:658) каже да чињеница да једна иста метафора може имати различите импликације код различитих људи једна је од ствари која системску студију о утицају метафора чини нарочито тешком. Ми бисмо овде поред импликација додали и то да различити људи или групе људи не реагују истоветно или једнаким интензитетом на једну исту метафору. Претходно поменути „софистицирани“ појединци који поседују више знања или информација о одређеним темама у политичком дискурсу или их критички сагледавају сигурно ће слабије реаговати на манипулативни метафорички садржај, али ће их брже препознати у односу на оне чији је ниво образовања нижи, који се нередовно и недовољно информишу и који несагледавају проблем критички. Оно што је релевантно за ову дисертацију је да постоје конвенционалне метафоре, оне које се уобичајено користе у оквирима политичких и изборних кампања. Стога треба имати у виду да су ове метафоре разумљиве широкој популацији поред њихових индивидуалних специфичности. Тако, на пример, метафоре чији је изворни домен спорт, који је иначе постао инхерентни део националног и културног идентитета а и део заједничке основе, бивају исправно протумачене од стране просечног гласачког тела. У дисертацији не говоримо о метафорама чији је изворни домен из сфере струке или зависи од нивоа образовања, већ о метафорама које кроз изворне домене из свакодневног живота поједностављују комплексније теме и проблеме из различитих области неразумљивих просечном гласачу.

Мио (1997:114-131) је истраживао однос метафоре, политике и убеђивања и литературу на ову тему поделио на теоријске радове, студије засноване на неексперименталном истраживању и експериментална истраживања која мере како људи реагују на манипулативне аспекте метафоричке комуникације. Овде ћемо приказати теоријске радове будући да се експериментална и неекспериментална истраживања односе на истраживања током осамдесетих и деведесетих година 20. века о којима смо већ претходно говорили у оквиру овог потпоглавља.

У оквиру теоријских радова, Мио наводи да је већина аутора само успут помињала метафору, а да се главна тема тицала политичке комуникације. Дакле, све оно што се у том периоду писало о персуазивном аспекту метафоре долазило је управо из теме политичке комуникације. Као најистакнутијег аутора који је препознао значај политичке комуникације, Мио наводи Валтера Липмана. Липман је препознао комплексну и апстрактну страну политике тешко разумљиве за обичан свет и указао на потребу за стварањем простијих модела како би се политички свет поједноставио и самим тим био лакши за организацију и манипулацију. Манипулација је у радовима о политичкој комуникацији препозната кроз медије. Улога телевизије пре глобалне употребе интернета била је изузетно значајна, будући да је после спавања гледање телевизије била друга по реду активност којој је јавност посвећивала највише времена. У том смислу се јавио простор за утицање на промену става и на крају за манипулацију. Медији нису говорили аудиторијуму дословно шта да мисле и ког става да се држе, али су зато одређивали теме за дискусију. Теме о којима би се говорило на телевизији би убрзо постале и теме разговора у приватном животу и на тај начин би се занемариле све остале теме за разговор (Мио 1997:115).

⁵³ Бозман (1987:105) чак налази да су жене много осетљивије на метафорички језик у односу на мушкарце.

На Липманову идеју о потреби за стварањем једноставнијих механизма за разумевање политичке комуникације надовезали су се и когнитивни психолози који су потенцијал видели у схемама. Мио је овде препознао потенцијал појмовних метафора. Когнитивни психолози су приметили да појединци имају ограничене способности за обраду информација и да је потребно да се изврши селекција како би се бавили оним информацијама које их занимају, које им се допадају или које већ разумеју. Они тврде да ми већ поседујемо неке претходне идеје које називамо схемама, а које служе да профилирају информације које долазе до ума (Мио 1997:116). Схеме су, дакле, структуре нашег претходног знања помоћу којих лакше препознајемо и обрађујемо нове информације.

Занимљиво је да је идеју симплификације информација о догађајима око нас Еделман препознао као механизам манипулације. Он је указао да циљ политичког дискурса није у проналажењу нових метафора које активирају мишљење јавности већ у употреби једноставних метафора које се изнова понављају. Понављање таквих метафора доводи до отупљивања критичких способности, а не до њиховог покретања. Поједностављивање информација постаје инструмент убеђивања у тој мери што доводи до осећања олакшања (Мио 1997:121-122). Психолози су приметили да ослобађање од тензије доводи до осећања задовољства. Тензија настаје услед неразумевања политичких питања, а метафора као механизам за симплификацију апстрактних и комплексних тема доводи до ослобађања од те тензије и стварања осећања олакшања и задовољства. Слушалац тако нужно постаје убеђен у истинитост информације коју добија преко употребљене појмовне метафоре јер она на свој начин изазива осећај просветљења. Друго осећање које се овде сматра релевантним је осећање познатог (енг. familiarity). Фројд је тврдио да осећање задовољства настаје када се открије оно што је од раније познато. У теорији концептуалних метафора овај аспект препознајемо кроз изворне домене.

Многи теоретичари су тврдили да ефективне метафоре подражавају латентне симболе који већ постоје код слушалаца. Џејмисон је указала да метафоричке везе могу бити замрачене и замагљене и да оно што је на почетку била симболичка веза може постати сасвим уобичајена. Другим речима, оно што се иницијално схватало као метафора, врло брзо може постати имплицитно и прихваћено као истинито на несвесном нивоу. Њена констатација се поклапа са Еделмановом тврдњом о репетицији садржаја који постаје клише. Мио овде указује на то да у политичкој арили иницијално успешне метафоре које у неком тренутку достигну статус „залеђених“ (оне које се не перципирају као метафоре већ се схватају дословно) задржавају свој метафорички квалитет на латентном нивоу (Мио 1997:122).

Мио наводи да се у литератури налазе два доминантна начина за убеђивање. Први се тиче домена логичког и рационалног мишљења, а други спада у домен ирационалног или емоционалног. Ова два начина за убеђивање су препозната и као централни (логички) пут и као периферни (емоционални) пут. За постизање персуазивних ефеката метафоричког садржаја овде нам је значајан домен емоционалног. У доношењу одлука, обично се прво разматрају логички аргументи, али се у случају политичких одлука не сме занемарити ни емоционални аспект који такође има свој значај. Еделман тврди да се активацијом емоционалног садржаја побуђују когнитивне латентне структуре, а логички аспекти заобилазе. Осим тога, код политичких метафора је мање битно да се публика служи аналитичким методама које су карактеристичне за централни пут у убеђивању, па се стога више пажње посвећује емотивном аспектима. Код убеђивања путем емоција важна је и перспектива онога који користи метафоре јер осим тога што пружа решење проблема, метафора открива и заговарачку позицију говорника. Када неко користи метафору у одређеном контексту, он то ради претпостављајући да саговорници деле исто или слично

мишљење, или су макар отворени за ту могућност. Позив на дељење ове позиције је оно што је персуазивно.

На основу изложених резултата, Мио је закључио да се метафоре као персуазивна средства деле на три категорије:

1. Прва се односи на то да метафоре поједностављују политичке догађаје и чине их разумљивим.
2. Друга се односи на то да метафоре могу код реципијената да одражавају симболичке представе.
3. Треће, метафоре могу да побуде емоције или да премосте јаз између логичких и емоционалних (рационалних и ирационалних) облика убеђивања.

2.4.6. Метафорички модел уоквиривања

У овом потпоглављу објашњавамо на који начин функционише метафорички модел уоквиривања који су развили Отати, Ренстром и Прајс. Наше дисертационо истраживање ослања се управо на овај модел који указује на то како метафорички садржај утиче на когницију, односно, како политичке (концептуалне) метафоре обликују мишљење гласачког тела. Овај модел објављен је релативно скоро (2014) у књизи *The Power of Metaphor*⁵⁴, мада концепт оквира (енг. frame) постоји већ дуго у когнитивнолингвистичкој литератури. За потребе дисертационог истраживања прво ћемо дефинисати појам (метафоричког) оквира, а потом описати модел из наведеног извора.

Појам оквира и уоквиривања користи се већ дуго у различитим научним областима попут социологије (Гофман 1974), медијских студија (Друкман 2001) и семантике (Филмор 1975). Филмор (1975:124) спомиње британског психолога Бартлета који је идеју оквира употребио још 1932, а затим Минског 1974. године у домену вештачке интелигенције. У најширем смислу оквир се односи на начин на који се одређени феномени у стварности концептуализују. У случају појмовне метафоре, оквир за представљање одређеног друштвеног проблема огледа се у избору изворног домена имајући у виду да се једна појава може метафорички представити на више начина. Филмор оквир одређује као било који систем лингвистичких избора – у најједноставнијем смислу група речи, али укључујући и избор граматичких правила и језичких категорија које се могу довести у везу са прототипичним примерима сцена. Сцене се не односе само на визуелне, већ на све познате врсте интерперсоналних размена, стандардне сценарије које дефинише култура, институционалне структуре, проживљена искуства, слика тела, и генерално, било који сегмент људских веровања, поступака, искустава или замишљања (Филмор 1975:124). Семино и сарадници (2016:627) су оквир дефинисали као део позадинског (енг. background) знања (1) који се тиче одређеног аспекта стварности, (2) који производи одређене закључке и очекивања у комуникацији и активностима, и (3) који је повезан са одређеним лексичким и граматичким изборима у употреби језика. Ентман (1993:52) је покушао да да једну интердисциплинарни дефиницију оквира која би помирила разлике у употреби. Он каже да уоквиривање подразумева селекцију и истакнутост. Уоквирити значи одабрати неке аспекте стварности и истаћи их при преношењу поруке на такав начин да се промовише одређена дефиниција проблема, узрочно-последична интерпретација, морално вредновање и предлог за реаговање. Семино и сарадници тврде да Лејкоф и Џонсон за појам концептуалног домена

⁵⁴ Landau, M. E., Robinson, M. D., & Meier, B. P. (2014). *The Power of Metaphor: Examining its influence on social life*. (pp. 179–202). American Psychological Association.

много дугују Филмору и његовом концептуалном оквиру (енг. frame) из домена семантике. Селекција одређених домена је оно о чему су Лејкоф и Џонсон у теорији о концептуалним метафорама истакли као једну од њихових најзначајнијих карактеристика. Систематичност која нам дозвољава да један аспект концепта разумемо уз помоћ другог, нужно ће прикрити све остале аспекте тог концепта. Тако се, на пример, у метафори РАСПРАВА ЈЕ РАТ истиче компетитивни аспект расправе, а скрива кооперативни (Лејкоф & Џонсон 2003:10, Семино 2016:628). Уоквиривање је присутно и у медијима, што је, како смо већ претходно навели, приметио Мио, а потом и Отати. Селекција тема и посвећивање пажње само одређеним садржајима у потпуности баца сенку на све остале јер се само одређене теме сматрају важним.

Метафорички модел уоквиривања (Отати и др. 2014: 179-197) претпоставља да комуникацијски или ситуациони знак иницијално активира коренску метафору у уму примаоца поруке. Та коренска метафора садржи слику централне теме или приче која се доводи у везу са политичким ентитетом, догађајем или проблемом који се описује. Оваква метафоричка слика утиче на ставове и мишљење примаоца поруке у вези са догађајем или проблемом. Метафорички модел уоквиривања такође претпоставља да метафорички језик може да утиче на стил когнитивне обраде код примаоца поруке у процесу формирања политичког мишљења или става.

Отати је, баш као и Мио, приметио да политичка комуникација утиче на јавно мишљење пре свега путем медија. Медији ефикасно манипулишу јавним мњењем одређујући садржај који ће се приказивати. Посвећивањем велике пажње одређеним политичким темама медији утичу на јавност у смислу да јасно стављају до знања које теме треба сматрати важним. Отати је овај ефекат назвао постављање агенде (енг. agenda setting). Ефекат постављања агенде доводи до медијског прајминг-ефекта, а то значи да медијски покривена тема повећава вероватноћу да ће се будући гласач, док буде вршио евалуацију учинка неког политичког кандидата у тренутку када то буде важно, ослонити управо на теме које су пропраћене кроз медије. Медији, дакле, наглашавају, стављају у први план или истичу одређене аспекте политичких догађаја док другима умањују значај или их игноришу.

Отати истиче да се метафорички модел уоквиривања може применити у различитим контекстима, у смислу различитих интерперсоналних односа, као и у сфери маркетинга, убеђивања, политичке комуникације итд. Овај модел покушава да интегрише импликације из различитих теоријских приступа – психологије, политичких наука и комуникације и да тако обједињен пружи увид у свеобухватну и целовиту концептуализацију метафоричких ефеката. Овај модел садржи две основне фазе когнитивне обраде: активацију и примену метафоре. Активација коренске метафоре је прва фаза. Она се појављује када се имплицитно или експлицитно активира коренска метафора која повезује комуникацијски циљ са метафоричким средством или извором. Коренска метафора садржи конкретан ентитет, догађај или причу који се везују за циљ комуникације. Другим речима, коренска метафора садржи три компоненте: циљ, извор и везу. У примеру који Отати даје OPERATION DESERT STORM IS A FOOTBALL GAME циљ или тема је OPERATION DESERT STORM, извор је FOOTBALL GAME, док IS A представља везу између циља и извора. Према метафоричком моделу уоквиривања, коренска метафора се може активирати на пет начина. Први је да се коренска метафора експлицитно и директно наведе у комуникацији. Други начин је да активација буде више имплицитна, односно, да се коренска метафора активира када комуникација садржи тзв. површинске исказе који не указују директно, већ имплицирају коренску метафору. У случају горе поменуте метафоре OPERATION DESERT STORM IS A FOOTBALL GAME сва лексика која би се односила на фудбалску игру, попут лексеме *team*, извршила би активацију коренске метафоре. Трећи начин је још суптилнији у односу на други. Овде се коренска

метафора активира случајним површинским метафоричким изразима који се у комуникацији ни не спомињу. Отати наводи пример како је група Американаца у једном истраживању читала есеј у коме се САД пореде са телом и где је требало да информације повећају или смање мотивацију за избегавање телесне инфекције. Иако ниједна од информација у есеју није указивала на тему имиграције, садржај који су учесници прочитали је утицао на њихове ставове о имиграцији. За учеснике у овом истраживању есеј је активирао коренску метафору МОЈА ЗЕМЉА ЈЕ ТЕЛО. Друга група Американаца који су читали есеј са дословним, неметафоричким садржајем није показала утицај на став према имиграцији. Четврти начин је вероватно од свих најсуптилнији. Контекст успутно припрема метафоричко средство (енг. *metaphor vehicle*) или извор без импликација или спомињања везе између извора и циља. Када касније узме у обзир циљ, особа спонтано развија везу између циља и извора, што узрокује активацију метафоре. Овакви ефекти се могу појавити када физички знак активира метафорички извор. Отати овај начин илуструје примером да када особа у руци држи топао напитак, велика је вероватноћа да ћемо за ту особу рећи да је љубазна и срдачна. Овде долази до спонтане активације коренске метафоре МЕЂУЉУДСКА ТОПЛИНА ЈЕ ФИЗИЧКА ТОПЛИНА. Пети начин активације подразумева индивидуалне разлике у хроничном приступу. Приступ метафори овде зависи од хроничних предиспозиција. Индивидуалне разлике се доводе у везу са различитим политичким предиспозицијама (идеологијом, пристрасношћу), погледима на свет, вредностима и културним оријентацијама. Ако је метафора на одређену тему хронично доступна, може се аутоматски активирати ако се тема само и спомене. Отати (2014:187-188) наглашава да активација коренске метафоре не ствара само компарацију једног ентитета са другим. Коренска метафора пресликава цео један концептуални домен на други. Осим тога, метафоре могу да покрену читаву причу или наратив који се може концептуализовати као догађај или сценарио који води ка разумевању и закључивању. У томе се огледа њихова персуазивна снага и могућност да се међају политичко мишљење и став.

Друга фаза когнитивне обраде је примена метафоре. У овој фази централна тема или ток приче утиче на утисак који појединац има о циљном догађају или теми која се описује у комуникацији. То се може догодити на релативно директан или индиректан начин. Отати и сарадници овде разликују хипотезу о директној примени, хипотезу о селективној обради, хипотезу о усмереној интерпретацији, усмерену атрибуцију и разраду и одбијање метафоре.

Хипотеза о директној примени претпоставља да прималац поруке узима информације садржане у изворном домену и директно их примењује како би формирао утисак о циљу. Отати за илустрацију користи две варијанте метафоре које утичу на формирање утиска. Једна је ОПЕРАЦИЈА ПУСТИЊСКА ОЛУЈА ЈЕ БИЛА ГЕНОЦИД, за коју би прималац поруке могао да закључи да су Американци безобзирно убијали Ирачане који нису могли да се одбране и који су били беспомоћни, а друга ОПЕРАЦИЈА ПУСТИЊСКА ОЛУЈА ЈЕ БИО БУШОВ ПРОГЛАС О ЕМАНЦИПАЦИЈИ, која има сасвим други сценарио у коме је поменута операција заправо ослобађање талаца. Американци су у том случају хероји који спасавају заробљенике, а америчка инвазија се перципира као херојска акција. На овај начин два различита сценарија активирају различито виђење америчког рата у Ираку. Као једна од најважнијих карактеристика метафора које се овде примењују је тзв. попуњавање података који недостају и то се у случају поменутих метафора о операцији у Ираку дешава када прималац поруке не поседује претходно знање или друге информације које би могле детаљније да објасне понашање америчких војника у Ираку. Још додајемо да се, говорећи уопштено за политички дискурс, персуазивна снага коренске метафоре огледа и у томе што се попуњавање недостајућих информација догађа и на тематском нивоу. Недовољно познавање друштвено-политичких прилика, економије, здравственог или образовног система, инфраструктуре итд. се лакше преошћава уз помоћ коренске метафоре јер се прати једна јасна нит у излагању.

Чак и уколико прималац поруке на тренутак изгуби ту нит услед нејасноћа или недостатка информација на одређену тему, он ће то лако премостити јер поседује оквир, тј. коренску метафору која управља начином когнитивне обраде свих наредних информација из истог или сличног извора. Посредством коренске метафоре појединац слушајући говорника афирмативно реагује и на садржај и сегмент говора који му није у довољној мери јасан или му је у потпуности непознат.

Отати и сарадници сматрају да је важно нагласити да извор и циљ поседују и заједничке и појединачне атрибуте при чему се на циљни домен пресликавају само они који су заједнички. Када је реч о метафори, OPERATION DESERT STORM IS A FOOTBALL GAME појединац не замишља америчке војнике у фудбалским дресовима, већ се пресликавање из изворног на циљни домен врши само кроз атрибуте који се могу применити на припаднике америчке војске. Оно што се овом метафором постиже је избегавање критике на рачун америчке спољне политике и војне интервенције на територији Ирака, као и промовисање патриотизма и лојалности који се на сличан начин афирмише и међу навијачима неког фудбалског тима.

Хипотеза о селективној обради подразумева да се за персуазивне намере у политичкој комуникацији селективно истичу одређене информације док се друге циљано занемарују јер су у колизији са оним што одређена политичка струја тврди (Отати и др. 2014:190, Лејкоф и Џонсон 2003). Када метафора селективно истиче један сегмент проблема, као последица се јавља то да јавност формира мишљење на основу непотпуних информација или на основу ограничених и пристрасних разматрања. Персуазивност се огледа у томе што на овај начин политички кандидати врше самопромоцију или промовишу политику деловања коју заступају. У оквиру ове хипотезе, Отати и сарадници проналазе и невољне и вољне селективне изложености (енг. selective exposure) информацијама. Невољна селективна изложеност се односи на већ поменути информације које се пласирају у медијима на чији одабир појединци или јавност уопште немају утицај. Ставови и мишљења се могу формирати само о оним темама којима је јавност изложена. Све друге информације којима јавност није изложена не могу ни утицати на формирање ставова. Вољна селективна изложеност постоји када појединци самостално трагају за информацијама које се односе на циљ или актуелни проблем.

Ефекте метафоричког политичког уоквиривања одликује још и селективно кодирање, као и селективно враћање. Код селективног кодирања, када се једном активира, метафоричка слика може да омогући кодирање наредних дословних информација које су конзистентне тој слици. Селективно враћање подразумева враћање претходно усвојених информација које се односе на политички проблем. Метафоричко уоквиривање може да истакне претходно усвојене информације које су метафорички конзистентне и смање приступ претходно усвојених информација које нису конзистентне.

Хипотеза о усмереној интерпретацији подразумева да уколико метафорички садржај претходи дословном, постоји могућност утицаја на интерпретацију наредних информација. Овај ефекат интерпретације коју усмерава метафора може да произведе ефекат на примаоца поруке у смислу промене његових ставова или мишљења у вези са одређеним политичким проблемом. То се у највећој мери дешава када су информације које следе метафорички садржај двосмислене или када постоје алтернативни начини њихове интерпретације.

Иако још увек није истестирано, Отати и сарадници тврде да метафора усмерава атрибуцију. На пример, метафора КРАЉИЦА СОЦИЈАЛНЕ ПОМОЋИ ⁵⁵ може да изазове

⁵⁵ У оригиналу: welfare queen (Отати и др. 2014:193)

диспозиционе атрибуције за незапосленост, док метафора БОЛЕСНА ЕКОНОМИЈА може да изазове ситуационе атрибуције за незапосленост. Ове атрибуције би заузврат требало да повећају вероватноћу да појединци подрже метафорички конзистентна решења за проблем незапослености. У метафорама које анализирају Тибодо и Бородицки (2011) КРИМИНАЛ ЈЕ ЗВЕР и КРИМИНАЛ ЈЕ ВИРУС⁵⁶, показало се да метафорички садржај утиче на смер или квалитет предложених решења. У случају изворног домена ЗВЕР, предлози су се односили на кажњавање и затварање, а у случају ВИРУСА предлози су се односили на социјалне реформе које су биле усмерене на проналажење узрока и превенцију. На исти начин, могло би се претпоставити да метафора може да изазове метафорички конзистентан образац когнитивне разраде (енг. elaboration).

Отати и сарадници истичу да поред описаних хипотеза које претпостављају да појединци свесно или несвесно прихватају валидност активираних метафоричке пропозиције, постоје случајеви и када долази до одбијања, односно неприхватања метафоричког садржаја. У таквим ситуацијама, претпоставка је да се ефекат метафоричког уоквиривања смањује, елиминише или се чак преокреће. Аутори овде наводе као пример метафору СИ-ЕН-ЕН ЈЕ НАЦИСТИЧКА ПРОПАГАНДА КОЈУ ПОКРЕЋЕ ВЕЛИКИ БИЗНИС⁵⁷. Иако ће неки појединци ову метафору сматрати одговарајућом, многи ће је окарактерисати као екстремну и неприкладну, па се, додајемо, овај метафорички оквир неће даље развијати у замишљеном смеру.

На основу детаљног описа овог модела, видели смо на који начин је могуће постићи персуазивни ефекат појмовне метафоре у политичком дискурсу уз теоријске постулате. Према Отатију и сарадницима (2014:197) метафорички модел уоквиривања представља основу за разумевање ефекта метафоре у политичкој комуникацији. Наредно потпоглавље пружа увид у начин досадашњих истраживања појмовних метафора, односно, методологију истраживања која, по свему судећи, нема јединствену формулу.

⁵⁶ У оригиналу: crime is a beast, crime is a virus (Отати и др. 2014:193)

⁵⁷ У оригиналу: CNN is a Nazi propaganda promulgated by big business (Отати и др. 2014:193)

2.4.7. Методологија истраживања појмовних метафора

Упркос популарности коју је стекла од 1980. године, теорија појмовних метафора је добила и много критика (Кевечеш 2008:168). У највећој мери, та критика се односи на методологију истраживања која је за многе лингвисте несистематична и непоуздана. На проблем методологије у истраживању појмовних метафора указала је група когнитивних лингвиста са заједничким интересовањем за метафорички језик која се зове Група Pragglejaz⁵⁸. Њихова замерка се односи на то да научници који проучавају метафору често не дају критеријуме за утврђивање метафоричких садржаја за емпиријска истраживања која спроводе, па се тако често фокусирају на аспекте метафоричког језика који је условљен њиховом теоријском оријентацијом и циљевима истраживања. Такође, разлике у интуитивним одређивањима метафора, као и недостатак прецизности у томе шта се сматра метафором чини сваку упоредну емпиријску анализу веома тешком. Оно што ова група сматра најважнијим је да недостатак договорених критеријума компликује евалуацију теоријских тврдњи о фреквентности метафоре, њеној организацији у дискурсу и могућим односима између метафоричког језика и метафоричког мишљења. Из ових, горе наведених разлога, група окупљених когнитивних лингвиста је дала предлог процедуре за идентификацију метафоре. Прво треба прочитати читав текст/дискурс како би се разумео у потпуности, а затим одредити лексичке јединице у тексту/дискурсу. Након тога следе три повезана корака: за сваку лексичку јединицу треба установити значење у датом контексту; за сваку јединицу затим одредити да ли у неком другом контексту има основније савремено значење него у контексту текста, с тим што се узима у обзир да су базичнија значења обично конкретнија, да се односе на телесне активности, да су прецизнија и историјски старија; уколико се утврди да лексичка јединица има основније савремено значење у другим контекстима него у датом, одредити да ли се дато значење које се разликује од основног значења може разумети у поређењу с њим. Уколико је одговор потврдан, у последњем кораку треба означити јединицу као метафоричну (Група Pragglejaz 2007:1-2).

Кевечеш (2008:168-169) је такође препознао проблем методологије у истраживању појмовних метафора. Он се сложио око тога да постоји потреба за поузданом методологијом за идентификацију метафоричких израза, као и за реалним корпусом који би се користио за такву идентификацију, али је утврдио да се систематска идентификација метафора не догађа на истом нивоу метафоричке анализе. Кевечеш је указао да метафоре постоје на три различита нивоа у когнитивнолингвистичком приступу. Први је супраиндивидуални на коме можемо пронаћи метафоре ван лингвистичког контекста, тј. у речницима на основу којих можемо да укажемо на неке концептуалне метафоре. На другом индивидуалном нивоу, одређени говорници користе специфичне метафоричке изразе у специфичним комуникативним ситуацијама у односу на одређени циљни концепт. Субиндивидуални и трећи ниво је онај на коме метафоре добијају своју мотивацију. Другим речима, метафоре су утеловљене или су одређене културним контекстом. Систематска идентификација језичких метафора у природном дискурсу према Кевечешу је циљ који је повезан са оним што Кевечеш назива индивидуалним нивоом. Из тог разлога, замерке, које се односе на проблем идентификације метафора и реалну употребу у дискурсу, не доводе до поништавања на супраиндивидуалном нивоу. Ова два нивоа, супраиндивидуални и индивидуални, имају различите циљеве, али истовремено су и комплементарни јер се метафоре на интуитивној

⁵⁸ Чланове ове групе чине: Питер Крипс (Кинески универзитет у Хонг Конгу), Рејмонд Гибз (Универзитет у Калифорнији, Санта Круз), Алис Дејнан (Универзитет у Лидсу), Грејм Лоу (Универзитет у Јорку), Герард Стен (Врије Универзитет у Амстердаму), Лин Камерон (Универзитет у Лидсу), Елена Семино (Универзитет Ланкастер), Џо Грејди (Културна логика), Алан Сиенки (Универзитет Имори) и Золтан Кевечеш (Универзитет Етвеш Лоранд у Будимпешти).

бази могу показати корисним за организацију систематски идентификованих лингвистичких метафора у веће концептуалне метафоре које се користе на индивидуалном нивоу и због тога што систематски идентификоване лингвистичке метафоре у реалном дискурсу могу довести до открића и неидентификованих концептуалних метафора.

Блек (2004:35-43) увео је критички приступ у проучавању метафоре, односно, тзв. критичку анализу метафоре која попут критичке анализе дискурса има за циљ да открије скривене или можда несвесне намере говорника. Блек наводи три фазе метафоричке анализе које преузима од Камерон и Лоу (1999). Та анализа подразумева прво сакупљање примера лингвистичких метафора које се користе за одређену тему, затим генерализацију до нивоа концептуалне метафоре коју представљају ти примери, и на крају коришћење резултата који указују на разумевање и обрасце мишљења који конструишу или ограничавају веровања или активности људи. Блек примећује да је ова подела попут Ферклафове у КАД на идентификацију, интерпретацију и експликацију. Процес идентификације подразумева проналажење метафора у тексту и утврђивање постојања тензије између дословног изворног домена и метафоричког циљног домена. Интерпретација метафора се бави интерперсоналним значењем, тј. подразумева идентификацију типова друштвених односа који се конструишу. Експликација се бави текстуалним значењем, тј. начином на који су метафоре узајамно повезане и постају кохерентне у односу на ситуацију у којој се појављују.

Дејнан (2003, 2005) успоставља везу између когнитивне и корпусне лингвистике и метафоричку анализу своди на употребу у корпусу сматрајући да се на тај начин може добити увид у присуство и примену метафоричких садржаја у реалном дискурсу. Корпусна методологија је предложена као начин за стварање поузданих описа типичног контекста и употребе концептуалних метафора (Камерон и Дејнан 2003:150-151). Научници који истражују појмовне метафоре су до сада користили мале корпусе за своја истраживања која могу да се претражују ручно, али и корпусе од више милиона речи које се могу претражити само компјутерски. Обе врсте корпуса су потенцијално изузетно богати извори података, али свака од њих има своје мане. Камерон и Дејнан (2003:151) наводе да је главни проблем са малим корпусом у томе што се резултати вероватно не могу генерализовати. Фреквенција и метафоричка употреба одређеног облика речи неминовно је одређена ручно прикупљеним корпусом из ограниченог броја дискурских догађаја. Као проблем се може јавити и доминантна употреба језичког садржаја једног говорника. Такође, у тако малом узорку ће се јавити само оне најфреквентније метафоричке употребе, док ће остале бити занемарене или ће се појавити у јако малом броју да никаква генерализација неће бити могућа. Проблем фреквентности и селективно појављивање метафоричких садржаја не би требало да постоји када се претражује велики компјутерски сортиран корпус који често може да створи увид у употребу језика коју подржавају хиљаде цитата из стотине извора и могу пружити разумну количину доказа за релативно ретке речи. Ипак, Камерон и Дејнан тврде да се у великим корпусима појављују два проблема. Први је да корпус пружа само оквирну слику контекста у коме се реч или, у нашем случају метафорички садржај, појављује. Ово се пре свега, односи на социолингвистичке варијабле (друштвена класа, пол, старост) које су истраживачима изузетно важне. Други проблем је тај што се у великим обрасцима много тога може пропустити јер истраживач започиње рад тако што тражи одређене језичке форме. На овај начин се и многе важне метафоричке употребе могу пропустити. Ауторке потенцијално решење проналазе у комбинацији малих и великих корпуса у метафоричкој анализи у смислу да се мали корпуси користе као полазиште за претраге у великом корпусу. Важно је напоменути и да Дејнан (1999: 196) наводи још три замерке корпусном приступу у проучавању метафора. Прва се односи на ограничену корист корпуса у проучавању нових метафора, друга да је неопходан приступ одоздо на горе, а не одозго на доле у смислу развоја модела језичког обрасца и трећа се односи на питање репрезентативности.

У овом дисертационом истраживању, примењујемо тзв. интегративни модел у проучавању персуазивности у политичком дискурсу кроз употребу појмовних метафора и модалних средстава. Овај модел комбинује реторичке, прагматичке и когнитивнолингвистичке приступе у проучавању. За истраживање користимо корпус на српском језику који обухвата примере са интернет страница дневних и недељних новина и портала Политика, Вечерње новости, Правда, Б92, Наслови, Блиц, О радио, Телеграф, Пешчаник, РТВ, РТС и 24 сата, док је корпус са примерима на енглеском језику преузет са страница New York Times, Telegraph, Daily Mail, ABC, Economist, Sky News, Guardian, Washington Post, CBN, BBC, Wall Street Journal, Reuters, Manchester Evening News и Mirror, као и са страница са објављеним политичким говорима председничких кандидата у периоду од 2008. до 2017. године. Употребу модалних средстава у функцији стварања персуазивног ефекта посматрамо у домену политичких слогана и рекламног политичког дискурса будући да полазимо од претпоставке да је персуазивни ефекат код модалних средстава већи уколико су она употребљена у краћим дискурским формама. У наредном потпоглављу ћемо детаљније објаснити појам модалности и типове модалности које ће нам бити значајне за истраживачки део дисертације.

2.5. Предмет проучавања модалности

У овом дисертационом истраживању појам модалности посматрамо као персуазивно средство које адхортативно и проактивно делује на гласачко тело у времену актуелних политичких кампања. Као што смо већ раније и споменули, претпоставка у истраживању је да убеђивачки ефекат модалних средстава највише долази до изражаја у краћим дискурским формама попут политичких слогана у рекламном политичком дискурсу у жеку кампања, као и у завршним деловима говора политичких кандидата на митинзима. У овом потпоглављу ћемо дефинисати појам модалности у лингвистичким оквирима, затим ћемо одредити однос модалности и футура, а потом и типове модалности који су значајни за постизање персуазивних намера.

За појам модалности међу лингвистима не постоји јединствена дефиниција, па ћемо из тог разлога навести неколико. Портнер (2009:1) експлицитно и каже да је тешко наћи адекватну дефиницију модалности. За њега модалност представља језичку појаву да граматичка средства омогућавају да се говори о ситуацијама које не морају бити реалне. Овакво објашњење модалности, иако широко, свакако покрива одређење термина, али многе друге дефиниције укључују и аспект субјективности. Бајбијева (1985:165) тврди да је модалност све оно што говорник чини са пропозицијом, и још, да модалност представља граматикализацију субјективних ставова и мишљења говорника (Бајби 1994:176). Палмер (1986:1) каже да је модалност семантичка информација која је у вези са ставом који говорник заузима или мишљењем које говорник има о ономе о чему говори, као и да се модалност бави статусом пропозиције која описује догађај. Стевановић (1989) каже да модалност представља субјективни однос према оном што се глаголом казује.

У лингвистици нема јединственог става да ли је модалност граматичка (тј. морфосинтаксичка) категорија или семантички феномен који представља типолошку категорију (Трбојевић Милошевић 2004:12, Палмер 1986:5) У српском језику појам модалности се за разлику од енглеског језика не издваја као категорија о којој се у граматикама говори на посебан и независан начин. Приступ који доминира у српској литератури је такав да се о модалности говори највише у оквиру употребе глаголских облика и, наравно, кроз модалне глаголе (тј. глаголе непотпуног значења). При описивању глаголских облика и њихових модалних значења Станојчић и Поповић (1992) обједињују све оно што чини модалност у језику, али је не издвајају као посебну језичку категорију. Модалну употребу дефинишу као став говорног лица према неоствареној (нереализованој) радњи. Код модалног презента на пример, ови аутори наводе да је реч о радњи која се намерава, односно жели (из)вршити, радња за коју говорно лице претпоставља да ће се вршити, за коју је уверен да ће се вршити и радњу која се износи као услов, могућност за вршење друге радње. Аутори истичу да се ниједним од модалних значења презента не указује на радњу која се реализује сада, нити на радњу која се реализовала у неком прошлом тренутку, или ће се сигурно реализовати у будућности (Станојчић, Поповић 1992:376). Степен сигурности односно вероватноће у могућност реализације глаголске радње свакако припада домену модалности, па се тако не може ни говорити о фактуелном футуру, тј. облику индикатива футура који постоји у српским граматикама. Питање односа модалности и будућности (футура) због своје комплексности и разлике у схватању унутар два различита језика захтева посебну пажњу. Стога о томе детаљније говоримо у посебном потпоглављу.

Модалност се у литератури не одређује само у лингвистици, већ своје место има и у логици. Трбојевић Милошевић (2004:11) наводи да су шездесете и седамдесете године 20. века биле сведоци оживљеног интереса за повезаност логике, као дисциплине која се бави истраживањем законитости истинитог мишљења, и лингвистике, као дисциплине која се бави природом и структуром језичког система. За разлику од лингвистике, у литератури о логици

је теже пронаћи експлицитну дефиницију или дефиниције модалности, иако таквих дефиниција ипак има. Она се обично дефинише преко појмова нужности и могућности (енг. necessity and possibility), који се у логици називају модалитетима (Трбојевић Милошевић 2004:14). Портнер (2009:10), дефинишући логику као науку о системима мишљења, такође тврди да модална логика представља област логике која се мишљењем бави кроз концепте нужности и могућности. Као оснивач првог система модалне логике сматра се Луис (1918) који уводи операторе за ове основне модалитете: \Diamond - могућност, \Box - нужност и \rightarrow - стриктна импликација. Основне модалитете дефинише као вредности истинитости ставова:

- $p > p$ је истинито
- $\sim p > p$ је погрешно
- $\Diamond p > p$ је могуће
- $\sim \Diamond p > p$ није могуће
- $\Box p > p$ је нужно

У свом пионирском раду о модалној логици, како Палмер (2013:6) наводи, Фон Рихт је извршио поделу модалних категорија на четири групе:

1. Алетички, или модуси истине
2. Епистемички, или модуси знања
3. Деонтички или модуси обавезе
4. Егзистенцијални или модуси постојања

Фон Рихт је и сам указао да егзистенцијални модус или модус постојања не припада модалној логици, али га наводи због сличности са осталим модусима. Такође, Палмер сматра да алетичка модалност много више интересује логичаре, него што је присутна у свакодневном језику. Палмер⁵⁹ је тако, имајући у виду елементе које срећемо у свакодневној комуникацији, поделио модалност на пропозициону⁶⁰ и на модалност догађаја (Палмер 2001:7-8). Ова подела заправо прави дистинкцију између, са једне стране, епистемичке модалности и евиденцијалности које се баве говорниковим ставом према истинитости пропозиције и, са друге стране, деонтичке и динамичке модалности које се односе на догађаје који нису још актуализовани већ су само потенцијални.

Из перспективе лингвистичке семантике, у оквиру које се такође може проучавати, модалност добија нешто шире и свеобухватније карактеристике. Ако се вратимо на дефиницију модалности која нам пружа увид у говорников став или мишљење о садржају пропозиције, већ ту добијамо значајну семантичку информацију (Трбојевић-Милошевић 2004:13). Како Трбојевић Милошевић тврди, у семантичким схватањима модалности комбинују се и принципи филозофије, логике и граматике, али се од њих превасходно разликује по циљу анализе – а то је откривање начина разумевања и интерпретације исказа

⁵⁹ Палмер (1986) је прво модалност поделио на епистемичку и деонтичку, а потом (2001) на пропозициону и модалност догађаја који указују на идентичну дихотомију.

⁶⁰ Термин пропозиција у логици се односи на изјаву која изражава концепт који може бити истинит или погрешан (Лајонс 1977:416, 442)

од стране говорника и слушаоца. Ово је моменат када је очигледно да је већ успостављен и однос и између модалности и прагматике, а он се нарочито остварује кроз говорне чинове и импликацију⁶¹.

⁶¹ О односу модалности и прагматике видети поглавље 2.5.5.

2.5.1. Типови модалности – епистемичка модалност

За епистемичку модалност или модалност знања, Лајонс (1977:792-795) тврди да се у лингвистици третира другачије у односу на модалну логику. У модалној логици не постоји референца на говорника нити на закључивање већ само на доказ који детерминише епистемичку нужност пропозиције о којој се говори. Тај доказ је оно што се третира као објективно, а додајемо још, и рационално и логично. Термин „епистемичка“ као и епистемологија потичу од старогрчке речи *ἐπιστήμη*, што значи знање. Док се епистемологија бави природом и извором знања, епистемичка логика се бави логичком структуром исказа који тврде или имплицирају да је одређена пропозиција позната или се у њу верује. Епистемичка логика се формализује преко појмова могућих светова. Оно што Лајонс жели да каже је да знање о значењу неке пропозиције подразумева знање под којим условима је та пропозиција истинита. Говорник се према пропозицији одређује речима *знам*, *верујем* или тзв. пропозиционим ставовима *сумњам*, *мислим* итд. Оно што овде примећујемо је говорников степен уверености у истинитост пропозиције који се градацијски може кретати од речи *знам*, *верујем* итд. при чему је интензитет у опредељењу јачи када говорник употребљава *знам* у односу на *верујем* или *претпостављам*. Оператор (предикатор) *знати*, као и било који други који се на овај начин понаша (глагол, придев и сл), указује да се ради о чињеници, па ће се пресупозиција која се јавља у оваквим исказима називати фактивна пресупозиција, а предикатор фактивни предикатор (оператор). Осим фактивних предикатора, у исказима се појављују и нефактивни и контрафактивни предикатори. Нефактивни предикатори попут *верујем* или *мислим* не имплицирају истинитост или неистинитост пропозиције јер не постоји фактивна пресупозиција која би имплицирала истинитост. Из тог разлога се говорник ни не опредељује према њеној истинитости. Контрафактивни предикатори од говорника захтевају да се определи за неистинитост пропозиције. Као најочигледнији пример за то Лајонс за енглески језик наводи жеље и такозване нереалне (контрафактуалне) кондиционале који реферирају на прошлост. Палмер (2001: 24, 43) код епистемичке модалности разликује четири начина на основу којих је у могућности да исказе нефактуелни исказ, тј. да исказ не третира као чињеницу.

1. Спекулација – о томе размишља као о могућности, спекулише; овај начин се зове још и дубитативан;
2. Инференција – то представља као дедуктивни закључак (дедукција);
3. Навођење – наводи исказ неког другог; претпостављани начин;
4. Сензорна перцепција – информације се добијају путем чула која не морају бити непогрешива (Палмер 2001, Трбојевић Милошевић 2004:35);

Спекулација и инференција (дедукција) према Палмеру представљају судове, док навођење или тзв. квотативи и сензорна перцепција припадају домену евиденцијалности, другој грани пропозиционе модалности, јер представља неку врсту доказа за оно што се исказује пропозиционим садржајем.

У српском језику категорија модалности нема тако јак теоријски оквир као што је то случај са енглеским језиком. То, наравно, не значи да је модалност у потпуности запостављена у српским граматикама, већ је приступ нешто другачији. О модалности се у српском језику највише говори кроз систем глаголских облика, а затим и кроз (модалне) речце (вероватно, можда и сл). Начин на који се описују глаголски облици у српском језику већ извесно време је непромењен и садржи индикативну, релативну и модалну употребу. И мада се модална употреба експлицитно не дефинише ни код Белића, Стевановића ни

Станојчића и Поповића, Трбојевић Милошевић ову дефиницију проналази имплицитним путем, преко дефиниције модуса који представља лични став према радњи, стању и збивању које се исказује глаголом (Трбојевић Милошевић 2004:119). Иначе, модална значења се и кроз описе и кроз примере ових аутора граматика јасно уочавају, али се не говори ни о епистемичкој, ни о деонтичкој ни о динамичкој модалности. Семантички гледано, описи и примери покривају значења волитивности, обавезе, способности и др. Тек 2005. године Предраг Пипер са сарадницима у *Синтакси савременога српског језика* издваја модалност као семантичко-прагматичку категорију и дефинише је као квалификацију коју говорно лице даје о свом исказу и/или о ситуацији која је њиме означена. Као типове модалности, Пипер и сарадници наводе деонтичку, оптативну, субјективну, епистемичку, метајезичку, аксиолошку и експресивну модалност. Ови описи представљају увод у комплетнију и свеобухватнију семантичку слику модалних значења и почетак систематичнијег приступа овом језичком феномену у граматички српског језика.

Ако се вратимо на тему дисертационог истраживања и на њен уводни део, у домену модалног система који може имати персуазивну функцију, пре свега смо издвојили динамичку и деонтичку модалност. Претходно смо говорили о епистемичкој модалности у оквиру које се говорник опредељује за истинитост пропозиције, а у њој, барем за сада, не видимо експлицитно убеђивачке могућности које би у политичком дискурсу добиле резонантни ефекат⁶². Са друге стране, динамичка и деонтичка модалност су већ дуго присутне као покретачки фактор како у говорима политичких кандидата, тако и у политичким слоганима свих политичких струја и структура, те се стога у наредна два потпоглавља детаљније бавимо овим типовима модалности.

⁶² Овде бисмо се могли бавити евиденцијалношћу и проблемом истине, тј. истинитости пропозиције као једне од потенцијалних убеђивачких стратегија у политичком дискурсу, но, будући да је за политички дискурс из перспективе говорника, политичких кандидата потребна ефикаснија и интензивнија лингвистичка потпора, одредили смо се да за персуазивне намере анализирамо примере динамичке и деонтичке модалности.

2.5.2. Типови модалности – динамичка модалност

Према Фон Рихтовој подели с почетка под-теме која се тиче модалности, уз епистемичку и деонтичку модалност као трећи тип разликујемо динамичку модалност. Ова трипартитна подела се може упоредити са Палмеровом (1990:36) дистинкцијом између епистемичке, дискурсно оријентисане модалности и модалности оријентисане према субјекту. Палмер наводи да је модалност оријентисана према субјекту пре свега била предложена за деонтичку модалност због тога што се говорник сматра деонтичким извором, у питањима и захтевима је деонтички извор заправо адресат, док је дискурсно оријентисана модалност предложена како би обухватила и говорника и примаоца поруке (адресата). Насупрот томе, динамичка модалност је оријентисана према субјекту у смислу да је занима способност и воља субјекта реченице, а не мишљење или ставови говорника (и адресата). Тако Палмер (2001:76) разликује две врсте динамичке модалности: способност и волитивност који се у енглеском језику реализују кроз модалне глаголе CAN и WILL⁶³. Палмер тврди и да се глагол CAN може односити не само на физичке и менталне способности, већ укључује и околности које могу утицати на самог субјекта, тј. особу о којој се говори. Овај сегмент динамичке модалности код глагола CAN препознао је и Најтс.

Према холандском лингвисти Најтсу (2001:25), динамичка модалност укључује приписивање одређеног својства или потребе субјекту као учеснику у одређеној ситуацији, али и кроз појмове који подразумевају потенцијал или нужност да се нешто уради, а који потичу од субјекта. Он наводи да се у англо-америчкој литератури често наилази на термин коренска модалност коју одређени аутори (Свитсер 1990, Талми 1988, Стил 1975) везују превасходно за деонтичку модалност. Свитсер и Талми под коренском модалношћу подразумевају и динамичку модалност (барем неке њене аспекте), док Хофман (1976) и Коутс (1983) експлицитно користе овај термин и за деонтичку и за динамичку модалност. Синоним за коренску модалност је модалност оријентисана према агенсу што је супротно модалности оријентисаној према говорнику, при чему се Најтс јасно одређује да стапање динамичке и деонтичке у коренску модалност не може бити исправна опција. Модалност оријентисана према агенсу (вршиоцу радње) и модалност оријентисана према говорнику су термини које Бајбијева и сарадници (1994) користе у својој типологији модалности као алтернативу Палмеровој. Модалност оријентисана према агенсу извештава о постојању унутрашњих и спољашњих услова који се тичу вршиоца радње и од којих зависи обављање радње изражене глаголом (Бајби и др. 1994:177). Динамичка модалност према Најтсу (2001:25-26) је у потпуности оријентисана према агенсима, док је деонтичка модалност оријентисана ка говорнику онолико колико и према агенсу: дозвола, обавеза итд. се обично усмеравају на агенса - или онога који контролише стање ствари, а говорник је очигледно присутан или као издавач дозволе, или као носилац или гласник дозволе коју је издао неко други. Истражујући динамичку модалност у немачком и холандском језику, Најтс (2001:188) је уочио да се она не односи само на инхерентни капацитет агенса, на пример *He can speak German*, већ и на инхерентни потенцијал ситуације који дозвољава агенсу да нешто уради или предузме, на пример *The door is unlocked, she can enter now*.

Оно што уочавамо у примеру *The door is unlocked, she can enter now* је одсуство спољашње или физичке препреке која омогућава реализацију радње. Из тог разлога, динамичку модалност не можемо везивати само за унутрашњи капацитет или инхерентну способност агенса већ и за екстерне услове који одређују начин његовог деловања и усмеравају његове активности. Домен у коме се јасно очитују синхронијска двосмисленост два света – интерног и екстерног је како Свитсерова види модалност уопште. Свитсерова се

⁶³ Ови глаголи свакако имају и своја епистемичка и деонтичка значења.

слаже са Талмијем када каже да се коренска модалност, која представља овде синтезу деонтичке и динамичке модалности, може најбоље разумети ако се описује у оквиру једног система сила и препрека, односно у смислу нашег језичког третмана сила и препрека (Трбојевић – Милошевић 2004:46). Разумевање система модалности кроз призму сила и препрека је метафорички оквир који Свитсер употребљава да објасни нашу склоност да користимо вокабулар из екстерног (социофизичког) домена када говоримо о интерном домену. Најочигледнији примери силе и препреке се остварују кроз деонтичку модалност и кроз модалне глаголе MUST и MAY, као и глаголе LET и ALLOW, док се CAN теже уочава. Свитсерова (1983:63) у домену динамичке модалности предлаже решење за CAN у виду позитивне способности коју поседује вршилац радње, а којој је у физичком смислу најближа потенцијална енергија или потенцијална сила. О перципирању деонтичке модалности као односу динамике сила и препрека говорићемо и у наредном потпоглављу о деонтичкој модалности.

2.5.3. Типови модалности – деонтичка модалност

Са деонтичком модалношћу се сусрећемо већ преко динамичке модалности и различитих подела које ова два типа аутори често здружују било да је реч о коренској модалности (Свитсер 1983) или пак о модалности догађаја (Палмер 1986). Термин деонтичка долази из грчке речи δέον, што значи обавезујући. Тако се деонтичка модалност и везује за домен обавезе, али и дозволе. Деонтичка модалност оперише појмовима нужности и могућности кроз активности морално одговорних агенса. Када неке намећемо обавезу да нешто изврши или не изврши, јасно је да не описујемо презент или футур извршења тог чина већ стање ствари у неком од могућих светова уколико се тај чин изврши (Лајонс 1977:823).

Порекло деонтичке модалности, према Лајонсу (1977:826), треба тражити у дезидеративној и инструменталној функцији језика, тј. у употреби језика, са једне стране за изражавање жеља или, са друге стране да се нешто обави тако што ће се наметнути сопствена воља неком другом. Јасно је да ове две функције имају онтогенетску основу јер се везују за развој дечијег језика од његових најранијих фаза. Родитељи ће дечије захтеве интерпретирати као команде док извршавају задатке и несвесно утицати на развијање дечије свести да се језик може употребити како би се задовољиле личне жеље и потребе. Историјски гледано, енглески модали су се развили из немодалних значења као што су физичка снага или сила (Свитсер даје пример староенглеског глагола *magan* који значи моћи, бити јак) у деонтичка модална значења, а потом су из деонтичке модалности проистекла и епистемичка у виду екстензије (Свитсер 1983:58).

Ако се за тренутак вратимо на термин коренска модалност, у којој Свитсерова препознаје и динамичку и деонтичку модалност, сетићемо се и тога да се концептуализација деонтичке модалности може представити метафорички у оквиру система сила и препрека. Талми (1988:49) појам динамике сила одређује као занемарену семантичку категорију која објашњава на који начин ентитети узајамно делују у односу на силу. Ова категорија укључује концепте попут извршење силе, отпор према тој сили и превазилажење таквог отпора, блокада силе и уклањање такве блокаде и сл. Динамика силе је уопштавање традиционалног језичког појма каузалности, где се каузалност доводи до финијих и једноставнијих форми и поставља у природан оквир који такође садржи *пуштање*, *ометање*, *помагање* и др. Осим тога, динамика сила је семантичка категорија која на јединствен начин карактерише категорију модалности, како у базичној⁶⁴ тако и у епистемичкој употреби. У најједноставнијем смислу, образац динамике сила садржи два ентитета између којих се постоје силе супротности – прва која тежи акцији, а друга мировању. Сходно овим тенденцијама, Талми прву назива агонистом, а другу антагонистом, где заправо термине преузима из физиологије. Однос динамике сила код модалних глагола Талми објашњава на следећи начин. Глагол CAN у контексту негације указује да субјекат има тенденцију ка акцији, да постоји фактор који се тој тенденцији противи, да је тај фактор јачи и да спречава реализацију догађаја. MAY у контексту негације има сличну конфигурацију динамике сила, али је ограничена на интерперсонални контекст, у коме је главни фактор силе жеља појединца да изврши радњу, а други фактор је ауторитет који за ту радњу не даје дозволу. У случају MUST и HAD BETTER блокада која се врши је активни друштвени притисак који спутава субјекта у реализацији својих намера. SHOULD и OUGHT супротстављају вредности субјекта, оно што је добро и по његовим уверењима корисно, са понашањем субјекта које је у супротности са тим вредностима. WILL/ WOULD NOT указују на субјектово одбијање да се преда спољном притиску да изврши неку радњу. NEED у контексту негације означава ослобађање од обавеза које су социјално утемељене, наметнута споља против жеља субјекта

⁶⁴ За Талмија је базична модалност заправо деонтичка модалност.

да извршава одређене радње. DARE се супротставља субјектовој храбрости да одговори на екстерну претњу. У свим овим опозицијама силе, субјекат модала представља агонисту, док се антагониста имплицира, односно није експлицитно споменут у референтној ситуацији (Талми 1988:78-79).

Једна од одлика деонтичке модалности је да типично потиче од неког извора или да има неки узрок. То може бити неки ауторитет попут особе, институционализован или не, морални или законски принципи који не морају бити експлицитни или само унутрашње осећање обавезе или принуде. Лајонс (1977) наводи да су се филозофи, разматрајући деонтичку модалност, претежно бавили моралном обавезом.

Важна одлика деонтичке модалности је њена инхерентна веза са будућношћу. Истинитост деонтички модализоване пропозиције се одређује у односу на ситуацију или стање света W_1 које следи после стања света W_0 у коме обавеза важи. Стање света у коме обавеза важи не може да претходи свету W_0 у коме се обавеза изриче, али може да буде истовремено. Осим тога, треба имати у виду да деонтичка модалност, као предикција, подразумева референцу на будуће стање ствари и да је на неки начин повезано са намером, жељом и вољом⁶⁵.

Палмер (1990:69) додаје и да је деонтичка модалност суштински перформативна. Користећи деонтичке модале, говорник може исказати дозволу (MAY, CAN), обавезу (MUST), обећање или претњу (SHALL). Одлика перформативности или дискурсне оријентисаности је према Палмеру оно што деонтичку модалност разликује од динамичке. Осим тога, једно значење глагола SHALL функционише и граматички и синтаксички са MAY и MUST и јасно је да је дискурсно оријентисано. Критеријум перформативности може се узети као полазиште за дефинисање деонтичке модалности – давање дозволе или забрањивање, наметање обавезе или обећавање. Овде неће постојати прошли глаголски облици јер перформативи не могу бити у прошлости; радња се дешава у тренутку говора. Дефиниција деонтичке модалности би се могла односити и на неке употребе које нису строго перформативне, али се ипак односе на њих – испитивање или тражење дозволе, укључивање глагола SHOULD и OUGHT TO којим се преузима одговорност за донет суд о нечему без личног укључивања у перформативну активност, коришћење модала у правилима и прописима где се ове употребе могу посматрати као извештаји о перформативним чиновима људи од ауторитета.

Веза између деонтичке модалности и прагматике је овде јасна кроз критеријум перформативности и кроз говорне чинове. Палмер (2001:70-76), ослањајући се на Серла, тврди да је типична реализација деонтичке модалности кроз директиве. Директиви се у енглеском језику исказују глаголима MAY и MUST, мада за MAY у колоквијалном преовлађује глагол CAN. Глаголе CAN и MAY идентификујемо као модале дозволе (енг. permissive), а глагол MUST као глагол модале обавезе (енг. obligative).

(2) You may/can go now.

(3) You must go now.

Деонтичка модалност се реализује и кроз комисивне исказе, тј. комисиве који представљају говорни чин који говорник користи како би се обавезао на неку будућу радњу. Серл (1983:66) их дефинише као исказе којима смо се обавезали да нешто урадимо.

⁶⁵ Наредно потпоглавље бави се односом модалности и футура.

Комисиви се обично односе на обећања или претње. У енглеском се ова обавеза испољава кроз глагол SHALL.

(4) John shall have the book tomorrow.

(5) You shall do as you are told.

Као алтернатива глаголу SHALL може се користити и WILL за реферирање на неку будућу радњу, али се у том значењу SHALL појављује само у првом лицу. У случају када се појављује у осталим лицима, радиће се о комисивној употреби⁶⁶.

Као што се употребом прошлих облика епистемичких модала могу ублажити судови о истинитости пропозиције, на исти начин се и у случају деонтичке модалности може ослабити сила модалитета, тј. модалног исказа. У случају глагола MUST, модификација се врши уз помоћ глагола SHOULD и OUGHT TO, а у случају MAY и CAN уз помоћ глагола MIGHT и COULD. Прошли облици модала су тзв. ослабљивачи модалног исказа које Палмер (2001) назива модификаторима (примери 6 и 7).

(6) He ought to /should come, but he won't.

(7) *He must come, but he won' t.

(8) You ought to/should have come.

У примеру бр. 8 OUGHT TO/SHOULD се не појављују као алтернатива модалном глаголу MUST, будући да се MUST може користити са перфектним инфинитивом само у исказима епистемичког значења.

⁶⁶ У неформалном стилу у коме у односу на SHALL доминира глагол WILL, такође бележимо комисивну употребу. Стога не треба занемарити овај аспект глагола WILL.

2.5.4. Модалност и футур у граматички енглеског и српског језика

Бајбијева и сарадници (1994: 254) подробно говоре о развоју футура потврђујући став о уској повезаности модалности и футура. Њихова хипотеза полази од тога да сви футури пролазе кроз фазу да искажу намеру, прво говорникову, а касније и намеру агенса. Средства за изражавање будућности могу се развити из бројних извора, најчешће из лексичких или модалних елемената који немају темпорално значење. Међу овим средствима пре свега спада презент који уз адвербијале реферира на будућност и који се код ауторке Бајби назива *очекиваним футуром* (енг. *expected future*), а код Комрија *планирани футур* (енг. *scheduled future*). Осим презента, као средства за изражавање футуралности могу се користити и волитивни глагол, глаголи или лексеме са значењем обавезе, глаголи кретања, средства за изражавање могућности итд. У овом раду лингвисткиње Бајби и њених сарадника футур, односно грамама футура означава морфему која има будућност као једну од употреба. Аутори су испитивали 76 случајно одабраних језика из неповезаних језичких група и предложили опште путање за развој глаголских облика у језицима света. Уобичајена путања до футура модалитета оријентације према агенсу почиње од жеље. Значење воље код глагола *will* се по ауторима задржало из значења жеље будући да је повезано са жељом агенса и будући да други облици футура као што су *shall* и *be going to* не исказују ову нијансу у значењу. Бајбијева са сарадницима предвиђа да ће футури који потичу од жеље током свог развоја у некој фази садржати и значења воље, а осим тога тврде и да ће футури настали из жеље проћи кроз фазу у коме ће се облик користити за исказивање намере. Доказ за то је процес који су посматрали у развоју енглеског WILL од средњег енглеског до периода раног савременог енглеског језика. Значење намере добија се из употребе модала са значењем жеље, а потом из намере исказ може имати предиктивну функцију. Намера је стога значајна фаза у разумевању настанка предиктивне функције. Коначна шема граматикализације футура предложена је на следећи начин:

жеља>воља>намера>предвиђање (предиктивност) (Бајби 1994:256)

мада треба нагласити да и воља и намера потичу из истог извора – жеље.

Друга, уобичејена путања до граматикализације футура полази од обавезе, а међу примерима се издвајају глаголи *BE* и *HAVE*. Они по ауторима могу имати значење предодређености и не морају да пролазе кроз фазу у којој имају значење обавезе, већ се могу развити директно у предикцију. У енглеском фраза *BE TO*, која се односи на предодређеност, као и фраза *HAVE TO*, која указује на обавезу, подразумевају намеру као инхерентни део свог значења. Да би се футур развио из обавезе, потребно је да облигациони маркери изражавају јаку обавезу. Јака обавеза је усклађена са друштвено прихваћеним и моралним системима вредности док слаба упућује на савет или препоруку (Бајби 1994:263). Јака обавеза имплицира намеру, па тако долазимо до футуралности.

обавеза>намера>футур

За трећу и четврту путању до футура аутори су у свом истраживању забележили по један случај:

Трећа путања:

покушај>намера>футур и

Четврта путања:

способност>коренска могућност> намера>футур

Намера не следи тако често из коренске могућности, па је отуд мали број футура који потичу од способности.

Футур се може изразити и преко глагола кретања који у оваквим конструкцијама функционишу као помоћни глаголи. Ово би представљало и пету путању у граматикализацији футура. Семантика конструкције кретања ка нечему имплицира кретање кроз време и простор, што прелазак у будућност чини много лакшим (Бајби 1994:268). Услов да глагол кретања има будуће значење је компонента алатив која има значење *кретање ка нечему* и она је садржана у глаголу или експлицитно стоји у конструкцији, док је субјекат усмерен ка одређеном циљу. Аспект конструкције је увек прогресиван или имперфективан, будући да се у конструкцији имплицира да је субјекат већ на путањи, а његово кретање у току. Поред алатива и прогресивног аспекта, за сваки глагол кретања неизоставно је и значење намере, с обзиром да субјекат има одређени циљ и стреми да до њега стигне.

Граматички статус футура је једна од главних разлика у енглеском и српском језику по питању лингвистичке категоризације. Футур I се у српској литератури одређује као деиктичко глаголско време које се односи на период након времена говорења, односно време које указује на постериорност и има три функције – индикативну, релативну и модалну. Индикативна функција футура је према српским ауторима примарна за овај глаголски облик и лишена је било каквог субјективног става према реализацији глаголске радње. Белић (1999: 445) тврди да индикатив футура представља његову праву употребу и да се ни са чим другим не може заменити. Пипер (2005: 434) у *Синтакси савременога српског језика* наводи примере индикатива футура истичући да се ова функција разазнаје на основу дате реченичне информације уз минимално учешће ширег контекста. Ако је у оквиру предикатске синтагме присутан и будући временски адвербијал, шири контекст није ни потребан јер се индикативна функција јасно уочава.

(2) *Сутра ћу све надокнадити.* (Пипер 2005: 434)

Футур I у релативној употреби указује на радњу која је будућа према неком другом тренутку, а не према времену говора. У *Историји српског језика* Белић (1999:445) у оквиру релативне употребе футура I говори пре свега о гномичком/ гномском, безвременом или потенцијалном футуру, док Пипер са сарадницима (2005:435) ову употребу сврстава у средство за исказивање неререференцијалне будућности у оквиру индикативне функције футура. У питању је облик који се користи у пословицама, а који Стевановић (1989:678) ставља на крају листе модалних значења будући да говорник „казује оно што се мора десити, што је, по његову мишљењу, сигурно да ће се десити“.

(3) *Ко тражи хлеба преко погаче, желеће и овсенице.* (Стевановић 1989:678)

У литератури се говори и о квалификативном футуру као облику којим се казује о типичном понашању појединца односно облику понашања запаженом у прошлости које се очекује и у будућим ситуацијама. Пипер уочава да се квалификативна употреба футура везује искључиво за свршене облике футура I и, као и у случају са гномским футуром, убраја је у средства за исказивање неререференцијалне будућности у оквиру индикативне функције футура.

(4) *Свакога ће ко у његов дућан уђе љубазно дочекати, послужиће га оним што тражи, а ако нешто нема у своме дућану, он ће свакога научити где то може наћи, тек ће свако из његовог дућана задовољан изаћи.* (С. Сремац, приповетка *Кир Герас*, Стевановић 1989: 673)

Веза футура и модалности у српској литератури посматра се у оквирима семантичког описа, као и било ког глаголског времена, будући да у српској граматици категорија

модалности није издвојена као посебна и независна. Модална вредност неког глаголског облика огледа се у изражавању субјективног става говорника према реализацији глаголске радње. Најдетаљнији приказ модалних употреба футура у српској литератури дао је Стевановић на чијим су се описима базирале и наредне граматике српског језика. Аутор је овде објединио футур којим се изражава жеља или заповест у служби императива, затим жеља уопште, намера, могућност, услов, готовост или спремност за реализацију неке радње, неминовност и сигурност, односно нужност и извесност, претпоставка, нада, сумња и несигурност, потом је навео футур са модалним речцама и изразима као што су *можда*, *ваљда*, *вероватно* и *сигурно* и на крају гномски или пословични футур, који смо претходно већ објаснили.

- (5) *Ти ћеш, Петроније, сутра ићи на Брајића.* (народна приповетка, Стевановић 1989: 674) – заповест
- (6) *Ако ћеш ми учинити добро, учини док ми је потребно.* (народна пословица, Стевановић 1989: 674) – жеља
- (7) *Узе вједро чим ће воду пити.* (народна приповетка, Стевановић 1989: 674) – намера
- (8) *Како ћу ти пустит крпу платна/ Кад је мени снаха Видосава/ Савезала косу за диреке?* (народна песма, Стевановић 1989: 674) – могућност
- (9) *Ако ћу је напит по јунаштву,/ Напићу је Милош Обилићу.* (Стевановић 1989: 675) – услов
- (10) *Милош им одговори да ће он њима бити старешина ако ће они њега слушати.* (Вук, Милош Обреновић, 64, Стевановић 1989: 676) – готовост
- (11) *Па отиде у Клисуру тврду, / куд ће проћи Грчићу Манојо.* (народна песма, Стевановић 1989: 677) – неминовност и сигурност
- (12) *Можда ће се тако ваш стари сан наставити и порастити* (Д. Ћосић, Бајка, 47, Стевановић 1989: 677) – претпоставка и нада уз модалну речцу *можда*

Ако упоредимо описе модалних употреба у релевантној српској литератури, приметимо да су Пипер и сарадници, а нарочито Станојчић и Поповић у односу на Стевановића посветили далеко мање простора овој функцији футура. Проблематика односа футура и модалности види се и на почетку семантичке анализе футура I у томе што аутори различито класификују постојеће употребе овог глаголског времена, тј. облика. Пипер и сарадници у завршном делу о модалним функцијама признају да је неретко тешко утврдити модални карактер футура и да је за ову функцију потребан шири контекст. Осим тога, радње у којима се на будућност реферира неким другим глаголским облицима, указују на то да је проблем већи него што се на први поглед чини. На крају, аутори закључују да се, чак и у модалној функцији, тешко може елиминисати основна темпорална вредност футура, а то их доводи у директну колизију са ставом енглеских лингвиста који читав појам футуралности посматрају кроз категорију глаголског начина.

Код Лајонса футур је стриктно модална категорија, са чиме се и ми слажемо. Концепција глаголског времена према Лајонсу може се објаснити идејом о могућим световима. Сваки исказ смешта се у деиктичком систему у односу на нулту референтну тачку t_0 која је лоцирана у свету w_0 . w_0 и t_0 представљају садашње стање у актуелном свету. Сваки исказ који реферира на будућност биће представљен у времену t_i у могућем свету w_i , где t_i и w_i заузимају простор након нулте референтне тачке. Став да се будућност не може сврстати под категорију глаголског времена произлази из идеје о фактивности. Дијахронијски докази који говоре у прилог томе да будућност није глаголско време већ модалност упућују на чињеницу да је током историје индоевропских језика оно што се звало будућим временом

настало из различитих фраза и лексема које првобитно нису ни исказивале будућност већ нефактивност. У већини индоевропских језика будућа времена су се са једне стране развила из конјунктива, који је класификован као начин генерализоване нефактивности, и са друге стране, лексичких облика или фраза које изражавају одређенија нефактивна значења намере или жеље (Лајонс 1977:817).

3. Резултати истраживања

Резултате спроведеног истраживања сврставамо у два већа одељка. Први се тиче присуства концептуалних метафора у говорима и обраћањима политичких кандидата, док се други односи на модална средства које смо ограничили на слогане или завршна обраћања политичких кандидата у којима се поентира читав говор или читава политичка кампања. Анализу појмовних метафора смо поделили према изворним и циљним доменима и то, изворне домene на основу фреквентности употребе, а циљне на основу доминантних апстрактних тема које су присутне у српском, односно у америчком политичком дискурсу и које се интерпретирају путем појмовних метафора. Модална средства смо сврстали према типу модалности – на динамичку и деонтичку, будући да ова два типа у највећој мери остварују персуазивни ефекат.

Корпусна грађа за анализу у дисертацији за период од 2008. до 2017. године укључује текстове из дневних и недељних листова на српском и енглеском језику, као и обраћања политичких кандидата у току саме изборне кампање и непосредно након објављивања изборних резултата. Корпус са примерима на српском језику преузет је са интернет страница дневних и недељних новина и портала Политика, Вечерње новости, Правда, Б92, Наслови, Блиц, О радио, Телеграф, Пешчаник, РТВ, РТС и 24 сата, док је корпус са примерима на енглеском језику преузет са страница New York Times, Telegraph, Daily Mail, ABC, Economist, Sky News, Guardian, Washington Post, CBN, BBC, Wall Street Journal, Reuters, Manchester Evening News и Mirror, као и са америчких портала. За изборну 2012. годину говори двојице председничких кандидата, Барака Обама и Мита Ромнија, преузети су са портала Председничка реторика (енг. Presidential Rhetoric) <http://www.presidentialrhetoric.com/>. Остали примери на енглеском, који се тичу говора Барака Обама и Џона Мекејна из 2008. и Доналда Трампа и Хилари Клинтон из изборне 2016. године, преузети су са портала <https://www.presidency.ucsb.edu/>. У случају српског језика, говори председничких кандидата су транскрибовани и објављивани у дневним и недељним листовима. За потребе дисертационог истраживања обрађено је укупно 390 текстова на српском језику сразмерно подељених према изборним годинама 2008, 2012 и 2017. и по 50 текстова на српском и енглеском језику који се тичу проблема имиграције која је ескалирала 2015. године. Корпус укључује и по три инаугурациона говора на српском и енглеском језику.

Наше дисертационо истраживање је комбинација квантитативног и квалитативног приступа. Корпусна грађа, која указује да се ради о квантитативном истраживању, добијена је ручном претрагом објављених садржаја у дневним и недељним листовима, као и порталима на интернету. Она нам пружа увид у реалну употребу појмовних метафора и модалних средстава у контексту у коме је персуазивни ефекат један од најважнијих. Након квантитативног проучавања наведених језичких феномена, приступамо и квалитативном, где корпусна грађа представља полазну тачку за квалитативни метод. Квалитативни приступ, дакле, следи након квантитативног и у овом раду се односи на детаљнију анализу функције концептуалних метафора и модалних средстава у датом контексту, тј. на који начин оно што се у политичком дискурсу каже утиче на бирачко тело. У завршном делу дисертације, тј. у закључним разматрањима приказујемо и резултате компаративне методе између српског и енглеског језика.

3.1. Персуазивна сила појмовних метафора

У политичком дискурсу и политичким кампањама, метафора заузима централно место јер има снагу да обликује понашање и ставове бирачког тела. Нарочито се истиче њена персуазивна функција јер се метафором усмерава пажња на оно што је по вољи говорника, а сакрива аспект реалности који говорнику не одговара. Чилтон (2004:45-7) наводи три главне стратешке функције које лингвистички изрази могу имати у политици: принуда, која подразумева утицај на понашање других кроз наредбе, планове или законе; легитимизација и делегитимизација, које се односе на успостављање или умањивање нечијег кредибилитета као представника моћи; и стварање праве или погрешне слике, што се односи на контролисање количине и природе информација које други добијају и на потенцирање одређених виђења реалности. Политика јесте сегмент свакодневног живота појединца, али свет политике представља комплексан и апстрактан домен искуства. Главна функција политичке метафоре је да повеже индивидуално и политичко тако што ће обезбедити начин да се увиде односи, конкретизује апстрактно и уоквири комплексност онако како је то могуће (Томпсон 1996: 185-6). Ти односи и конкретизација апстрактног успостављају се између циљних и изворних домена, па тако делимо и овај сегмент истраживања.

3.1.1. Подела према изворним доменима

3.1.1.1. Путовање

Путовање је у многим језицима врло чест изворни домен који се узима као прототип намерне активности кретања у физичком простору од почетне до крајње тачке. Лејкоф (2003) тврди да је метафора путовања намерна активност која води до дестинације односно циља. Метафора путовања се може свести на сликовну схему стазе, па због тога циљеве метафорички конструишемо као дестинације, проблеме као препреке, а кретање као прогрес. Сливковне схеме су структуре засноване на телесним искуствима која представљају важан начин на који организујемо свој појмовни систем на апстрактном нивоу. Према Кевечешу (2002:37) једно од својстава сликовних схема јесте да представљају основ других појмова. Тако сликовна схема кретања и путање лежи у основи појма путовања и представља схему савладавања промена у простору (Силашки и др. 2009б: 142). Процес уласка у Европску унију представља комплексну друштвену активност која се на апстрактном нивоу концептуализује као метафора путовања, а велика експлоатација ове метафоре говори о значају доласка до крајњег циља.

(1) Србија је *на добром путу*, али тај *пут* треба поплочати сигурношћу, новим акцијама и идејама. (*Нећемо са ДСС, СНС и СРС*, Политика, 10.3.2012)

Кретање које је усмерено ка неком циљу глобално се процењује као добро и позитивно, чак и када се на том путу нађу препреке или потешкоће које треба поднети. Препреке на путовању су очекиване и неизбежне, а решеност за њихово превазилажење говори колико је долазак на циљ важан.

(2) Странка је сада у *једној силазној путањи*, али доћи ће тренутак када ће из те удолине кренути у раст. (*Зар није дирљиво када Николић каже да не смемо одустати од европских интеграција*, НИИ, 2.1.2013)

(3) Од првог дана *кретали смо се кроз блато* које је донела светска економска криза. (*Тадић: Жао ми је што нисмо сменили оне који нису извршавали обавезе*, Блиц, 30.4.2012)

(4) *Преко тог моста прећи ћемо* кад до њега дођемо. (*Тадић: Даље од решења?* РТС, 22.2.2012)

(5) Политика неутралности је политика *заустављања бицикла у месту*. (*Чека нас велики посао*, Б92, 27.4.2012)

Метафоре путовања истичу потребу за стрпљењем пошто је потребно време и напор да се до дестинације дође. У политици је овај моменат итекако битан јер се сугерише да биначко тело не може очекивати брзе резултате, као и да с времена на време треба поднети жртву како би се достигао циљ (Блек 2004: 93). И пут ка Европској унији, који преовлађује српском политичком сценом, и пут ка привредном оздрављењу је имагинаран. За њих мапе не постоје, али постоје вође. Политичари или председнички кандидати су они који тај пут знају, а без њих као да би се сви путници изгубили.

(6) Не могу да кажем да ћемо *брзо бити у Европској унији*. (*Не прихватамо одузимање Косова*, РТС, 21.10.2012)

Идеја прогреса готово увек подразумева корачање унапред. Освртање ка прошлости и враћање уназад равна се са деградацијом и неуспехом. У овом смислу метафоре путовања добијају и временску димензију у којој је корачање унапред корачање ка будућности.

(7) ДС мора да победи на изборима како се не би вратиле снаге које *би пут ка ЕУ вратиле уназад*, поручио председник ДС-а на седници Главног одбора. (Тадић: *Нећемо са СНС, ДСС и СРС*, Политика, 10.3.2012)

(8) Помоћи ћу да Србија *настави европски пут*. Европски пут је пут будућности. (Томислав Николић: *Европски пут – пут будућности*, Политика, 11.6.2012)

Будући да Европска унија Србији поставља услове за улазак у породичну заједницу, сваки испуњени услов представља корак ближе крајњем циљу. Тако број учињених корака указује на напредак земље у доласку на крајње одредиште.

(9) „Нећу се бавити прогнозом, оптимизмом или песимизмом — мој посао је да радим и да не одустајем”, истакао је Тадић, и поручио да ће власти у Београду и наредних дана наставити да чине све како би Србија начинила наредни *корак* у процесу евроинтеграција. (Тадић: *Препорука министара може и да се поништи*, Политика, 28.2.2012)

Амерички политички дискурс такође експлоатише изворни домен путовања. Циљ тог путовања везан је за реформе у привреди, стварању боље социјалне политике и нових радних места нарочито након периода велике економске кризе од 2008. године. Лексика се у односу на српску не мења, па тако у говорима америчких председничких кандидата проналазимо примере настављања путовања напред у будућност и одбијање повратка у прошлост, наилажења на препреке на путу ка бољој будућности, жртве и напора који оправдавају тај циљ и слично (*moving forward, not going backward, roadblocks that stand on our path, taking steps, accelerating, taking the wrong turn*).

Борис Тадић и Барак Обама као председници који треба да продуже свој мандат имају сличну реторику. Обојица истичу како су отпочели реформе, како пут ка бољој будућности још увек траје и да се ту не сме стати.

(10) We ‘re not done yet on this *journey*. We’ve got *more road to travel*. (Обамин говор у Ајови 5.11.2012)

(11) I want to keep fighting for you, we’ve *come too far to turn back now*. (Обамин говор у Охају 3.11.2012)

(12) I don’t believe in *going backward*. I believe in *going forward*. I want us to *go forward*. (Обамин говор у Невади, 8.7.2012)

(13) You know, I just *took a step* today that will save -- shave years off of the renovation of the Jacksonville Port. (Обамин говор у Флориди, 19.6.2012)

(14) Together we will *put the nation on track* to a balanced budget. (Мит Ромни, говор у Висконсину, 2.11.2012)

(15) The choice between *moving forward and going backward* has never been so clear. (Обамин говор у Колораду, 8.8.2012)

(16) It’s up to you to choose the *path we take*. (Обамин говор у Флориди, 23.10.2012)

(17) Rather, it has been the risk-takers, the doers, the makers of things--some celebrated, but more often men and women obscure in their labor--who have carried us up *the long, rugged path toward* prosperity and freedom. (Обамин говор на инаугурацији, 20.1.2009)

(18) We've spent the last three and a half years to *get us back on track*. (Обамин говор у Вирџинији, 30.4.2012)

Путовање је и овде усмерено ка бољем сутра, док враћање у прошлост сугерише повратак на старе проблеме.

(19) Together, we will determine *the course* of America and the world for many, many years to come. (Трампов говор на инаугурацији, 20.1.2017)

(20) We look at that *distant horizon*. We look at that *new frontier*. (Обамин говор у Охају, 26.10.2012)

(21) The problem we've got right now is our politics -- the sort of uncompromising view, the notion that we should be going back to what we were doing that got us into this mess in the first place, instead of *going forward* to achieve a brighter American future. (Обамин говор у Охају, 1.8.2012)

(22) The *path we offer may be harder*, but it leads to a better place, and I'm asking you to choose that future. (Обамин говор у Северној Каролини, 6.9.2012)

(23) And we felt back in 2008 that those ideals were *being lost*, that we *had taken a wrong turn*. (Обамин говор у Пенсилванији, 12.6.2012)

(24) We are on the brink of *moving America in a direction* in which we are going to be more just, more fair. (Обамин говор у Њујорку, 18.9.2012)

(25) I'm asking you to *go forward* with me. (Обамин говор у Флориди, 10.9.2012)

Проблеми се перципирају као препреке на путу, нешто што треба савладати и превазићи.

(26) The main impediment we've got, the main *roadblock* we've got is politics in Washington. (Обамин говор у Ајови, 14.8.2012)

(27) So what's *standing in our way* is not that we don't have ingredients to make the 21st century American Century just like 20th. (Обамин говор у Колораду, 23.5.2012)

3.1.1.1.1. Путовање бродом

На путовању ка Европској унији не истиче се посебно ниједан вид транспорта. Ипак, понекад се догоди да се владајућа странка или председник државе прикаже као вођа или капетан брода који својом државом Србијом управља као каквом лађом. Српски брод се тако налази на тачно одређеном курсу европских институционалних реформи или проевропском курсу, приближавању ЕУ.

(28) Тадић *маневрише* да задржи власт као председник нове владе. (*Николићу почиње мандат*, Новости, 31.5.2012)

(29) Странке које немају визије и план, које су производеле насиље, које су говориле да су за велику Србију, а сада су за европску Србију, које су врдалама странке за које се не зна шта ће сутра рећи, не могу да воде Србију ка сигурној

будућности, оне воде Србију на курсу који нема циљ – објаснио је Тадић. (Примијер из ДС, влада без СНС, Прес, 11.3.2012)

(30) Зато и сматра да предстојећи избори имају изузетан значај и пресудан карактер, јер ако грађани на њима изабере да задрже садашњи политички *правац* и динамику реформи, биће освојен датум за почетак преговора са ЕУ и након тога ће се Србија наћи на путу суштинских промена – и вредносног система и квалитативних промена које су претпоставка бољег живота. Рубикон још није пређен, али ове године се одлучује о томе да ли ће овај процес бити повратан или неповратан. (Тадић: *За ново време требају нам и нови људи*, РТВ, 15.4.2012.)

(31) То је *сидро* за стабилност, *локомотива* за унапређење и поштовање људских права. (Барозо: *Већина земаља чланица за статус Србији*, Блиц, 28.2.2012)

У вези са превозним средством на путу ка крајњем циљу или дестинацији, Семино (2008:93) помиње случај Европске монетарне уније (ЕМУ) коју је 1999. британски *Independent* упоредио са возом. Реч је о ситуацији непосредно пре увођења евра као заједничке валуте за све чланице Европске уније. Изворни домен и сликовна схема се даље развијају тако што се истиче предуслов за успешно кретање возом. Да би се избегла било каква незгода, сви вагони прикачени за локомотиву морају се кретати истом брзином и у истом смеру током читавог путовања, иако сваки од тих вагона има свој мотор и свог инжењера. Очигледно је да сваки од ових вагона представља државу-чланицу ЕМУ, мотор њену економију, а инжењер њену владу. С обзиром да би оваква композиција тешко опстала, новинар упозорава на потенцијалну судбину јединствене валуте за земље чије економије напредују различитим темпом.

Присуство брода неизоставно је како у српском тако и у америчком дискурсу. Осим што се брод односи најчешће на земљу која плива ка зацртаном циљу или пак на њену економију, он има и ту улогу да нас подсети да је најспорије превозно средство. То значи да се ниједна друштвено-економска промена не дешава преко ноћи. За сваку позитивну трансформацију потребно је време, па тако и за реформу институција, стварање плодног тла за инвестиције или улазак у ЕУ. Осим тога, брод се спомиње и у смислу измештања радних места ван територије Америке, преко океана, највећим делом у азијске земље где је радна снага јефтинија.

(32) But because of you, we were able not just to win an election but begin this process of *turning America towards* a better vision for the future. (Обамин говор у Вирџинији, 27.7.2012)

(33) I know how to *change the course* the nation is on. (Ромнијев говор у Висконсину, 2.11.2012)

(34) *Jobs were being shipped* at a record pace. (Обамин говор у Охају, 25.10.2012)

(35) One by one, the factories shuttered and *left our shores*, with not even a thought about the millions and millions of American workers that were left behind. (Трампов говор на инаугурацији, 20.1.2017)

3.1.1.2. Грађевина

Метафоре грађења су у концептуалном смислу веома сличне метафорама путовања. Грађење и путовање указују на активности чији се напредак до постављеног циља догађа по фазама. Зато је и у овом случају неопходно стрпљење јер је потребно време да се нешто изгради. За завршетак сваке фазе потребни су план или мапа, односно архитекта или грађевински инжењер. Све активности које су усмерене ка том циљу се, као и код метафора путовања, позитивно евалуирају. Сличност путовања и грађења у метафоричкој употреби евидентна је и у примерима у којима се појављују мостови и баријере, тј. препреке које се могу класификовати у оба изворна домена. Разлика је једино у томе што је стаза која прелази по некој замишљеној површини хоризонтална у случају домена путовања, док је у случају домена грађења вертикална (Блек 2004: 95).

- (36) Србија стрпљиво *гради* однос поверења и мира у региону који је оптерећен тешком историјом. (Николић о Косову пред Скупштином УН, Политика, 25.9.2012)
- (37) *Платформа* и принципи су органски везан *материјал*. (Николић: Србија не може да чека, Косово нам *цури* кроз *прсте*, Ало, 27.12.2012)
- (38) Верујете да њихов избор није *зацементиран*. (Тадић: *Билас* нема *мисију*, *прави компанију*, Новости, 20.9.2012)
- (39) Ми ћемо данас *поплочати* тај план врло конкретним акцијама. Бићу *мост* између наших малих и средњих привредника. (*Увешћемо Србију у ЕУ*, Демократска странка, 3.3.2012)
- (40) Економски процес у условима садашње кризе мења *архитектуру* савременог света и међународне институције. (Тадић у *Дечанима*, Прес, 12.1.2012)
- (41) Били смо комплементарни; он је оперативац, *извођач* конкретних задатака, метафорички, *грађевинских радова на терену*, а моја доминантна улога је у стратешкој оријентацији земље, политичкој филозофији, дипломатији, комплексним питањима безбедности. (*Желим ДС са јаким програмом, идеологијом и системским вредностима*, Демократска странка, 8.9.2012)
- (42) Today we continue a never-ending journey *to bridge* the meaning of those words with the realities of our time. (Обамин говор на инаугурацији, 20.1.2013)
- (43) We, the citizens of America, are now joined in a great national effort to *rebuild* our country and *restore* its promise for all of our people. (Трампов говор на инаугурацији, 20.1.2017)

Узимајући у обзир чињеницу да је правац грађења вертикалан, не можемо да не приметимо сличност између домена грађења и висине. Концепт висине Лејкоф сврстава у оријентационе метафоре јер је већина њих везана за просторну оријентацију – доле:горе, унутра:споља, напред:назад итд. Оријентационе метафоре нису арбитрарне, већ су утемељене у нашем физичком и културном искуству. Висина симболизује моћ, значај, успех или постигнуће. Гоутли (2007: 37) примећује везу између висине као симбола моћи и склоности ка изградњи високих зграда или небодера. Он спомиње САД као прву земљу која је приказала свој успех, моћ и снагу подизањем зграда Емпајер стејт и Крајслер. У случају Србије, нова власт која долази 2012. најављује пројекат *Београд на води* у оквиру кога ће бити изграђена кула висине 220 метара, уједно и највиша у Београду. Инфраструктурни пројекти гигантских размера који

апсолутно и у корену мењају изглед града треба да укажу на огромну моћ владајуће странке која форсира те пројекте.

3.1.1.2.1. Темелъ

Како у српском, тако и у америчком дискурсу у оквиру метафора грађења појављује се лексема *темелъ* и фраза *поставити темелје* као основа неке активности чија је вредност позитивно оцењена. Темелъ је предуслов за чврсту и стабилну политику или економију. У поређењу са метафором путовања, постављање темелја представља први предузети корак ка достизању крајњег циља. Осим тога, темелъ доказује да имамо свест о читавом процесу изградње док говоримо о долажењу до неког резултата. За оно што желимо да на дуге стазе даје добре резултате морамо поставити прво добар темелъ и истовремено бити стрпљиви док зацртани циљ не остваримо.

- (44) Неко покушава да *утемељи* констатацију да је српска страна бестијално, оргијастички убијала и спроводила геноцид, док је друга седела скрштених руку из чијих редова је правда побегла. (Обраћање председника Томислава Николића у Уједињеним нацијама, Српска напредна странка, 10.4.2013)
- (45) Моје мишљење је да су односи Србије и Хрватске камен *темелјац стабилности* и мира међу земљама западног Балкана. (Говор Бориса Тадића на додели европске медаље за толеранцију, Демократска странка, 16.10.2012)
- (46) Био сам сведок тешких тренутака у модерној српској историји, када смо *постављали темелје* демократије, *обнављали* економију, *градил* међусобно поверење са Европском унијом трудећи се да постанемо одговоран кандидат за чланство. (Говор Бориса Тадића на додели европске медаље за толеранцију, Демократска странка, 16.10.2012)
- (47) Ваљда је већ свима више него јасно да не можемо у савез са онима који су земљу опљачкали, осиромашили, који су у њене *темелје уградил* корупцију и лоповлук. (Правда – Томслав Николић, Српска напредна странка, 17.3.2012)
- (48) Николић је напоменуо да ће штитити Устав Србије, поштовати и чувати територијални интегритет државе и да ће покушати да обједини све политичке снаге у земљи како би се *утврдила* и спроводила заједничка политика према Косову и Метохији. (Николић *инаугурисан: Помоћи ћу да Србија настави европски пут*, Блиц, 11.6.2012)
- (49) Повеља Уједињених нација која нас уједињује, вредности и принципи који из ње извиру и међународни систем који је на њој *заснован*, представљају једину *основу* за развој међународних односа, унапређење људских права и очување мира и безбедности. (Говор Томислава Николића у Уједињеним нацијама, Српска напредна странка, 25.9.2012)
- (50) Србија искрено жели да постане равноправна чланица Европске уније и стрпљиво *гради* однос поверења и мира у региону који је оптерећен тешком историјом. (Говор Томислава Николића у Уједињеним нацијама, Српска напредна странка, 25.9.2012)
- (51) Платили смо страховиту цену борбе против фашистичких и тоталитарних идеологија, губитком готово половине становништва, а борили смо се раме уз раме са нашим савезницима са којима смо потом *утемељили* ову организацију. (Говор Томислава Николића у Уједињеним нацијама, Српска напредна странка, 25.9.2012)

- (52) Он каже и да пред жељом да Косово буде држава стоји један *зид*, који се зове чланство у УН, али да на срећу постоје чланице СБ УН због којих читава *конструкција* о албанским институцијама пада у воду. (Интервју – Томислав Николић, РТС. 30.10.2012.)
- (53) На питање јесу ли Клинтонова и Ештонова упознате са *контурама платформе* и хоће ли је *подржати*, Николић каже да оне нису упознате. (Интервју – Томислав Николић, РТС. 30.10.2012.)
- (54) Никома не би пало на памет да ме зове због *конституисања* власти. (*Бићу премијер када прихвати план Владе*, Новости, 27.5.2012)
- (55) Зато ће нова влада морати да буде *сазdana* на принципима другачијим од садашњих, како би била ефикаснија и *стабилнија*. (*Бићу премијер када коалициони партнери прихвати план Владе*, Новости, 27.5.2012)
- (56) Све што се договоре Албанци на Косову и Срби у Бриселу може бити *имплементирано* само ако на то пристану велике силе. (*Поделу Косова не желе велике силе*, Новости, 3.2.2012)
- (57) У политици су доминантнији принципи *гвоздених* интереса од пуког људског реаговања. (*Тадић: ДС не може да ћути о хапшењу Мишковића*, Ало – интервју за НИИ, 26.12.2012)
- (58) То је била моја политичка филозофија: помирење у региону, отвореност према свету, укључење у Европску унију, тражење *конструктивног* решења на Косову и Метохији. (*Тадић: ДС не може да ћути о хапшењу Мишковића*, Ало – интервју за НИИ, 26.12.2012)
- (59) Добра је околност што поред Европске уније имамо још три *стуба* спољне политике који нам служе као *одступница*. (*Тадић у Дечанима*, Прес, 12.1.2012)
- (60) Увек сам се залагао да се јеврејска заједница као и друге заједнице осећају као равноправни и градивни део нашег друштва. (*Говор Бориса Тадића поводом Међународног дана сећања на жртве холокауста*, Демократска странка, 27.1.2012)
- (61) Од тих људи сам се јако удаљио, а са некима сам *изградио* коректне односе. (*Тадић: ДС не може да ћути о хапшењу Мишковића*, Ало – интервју за НИИ, 26.12.2012)
- (62) Овог тренутка затварамо финансијску *конструкцију*. (*Тадић у Дечанима*, Прес, 12.1.2012)
- (63) *Очеличили* смо се и имамо јасан *план* за проблеме Србије. (*Очеличили смо се и имамо јасан план за проблеме Србије*, Демократска странка, 6.4.2012)
- (64) Наше деловање има за циљ *консолидовање* мира у региону. (*Имамо потпуно јасну визију економског развоја Србије*, Демократска странка, 27.3.2012)
- (65) То је, додао је он, једини пут којим можемо да се избавимо из кризе и можемо да *градимо* друштво социјалне одговорности, у којој је најбоља политика *сазdana* у отварању радних места. (*Верујем да се датум може добити до краја године*, Демократска странка, 2.4.2012)

- (66) Миримо се са свима, *размичемо* простор испред нас, зато што имамо уверења, зато што верујемо у Србију и њену будућност и њену младост! (6. маја Србија мора да се мења на боље, Демократска странка, 2.5.2012)
- (67) Мрежа наслеђених криминалних организација претила је да угрози *стабилност* и саме *темеље* демократског друштва у Србији. (Имамо потпуно јасну визију економског развоја Србије, Демократска странка, 27.3.2012)
- (68) *Градио* сам овај тим — неке од њих сам позивао у политику, неке од њих сам школовао, са неким сам у блиским људским односима, али увек имам и тешку реч за њих кад погреше. (6. маја Србија мора да се мења на боље, Демократска странка 2.5.2012)
- (69) The state of the economy calls for action, bold and swift, and we will act not only to create new jobs but to lay a new foundation for growth. (Обамин говор на инаугурацији, 20.1.2009)

3.1.1.2.2. Кућа

Грађење је према Блеку (2004: 99) прототипична конструктивна активност која задовољава основну потребу за склоништем. Ово се, пре свега, односи на кућу или дом, а такве метафоре су у политичком дискурсу врло честе. Дом се користи с намером да изазове снажна емотивна стања и емпатију, осећање тоpline и заштићености, док кућа упућује на грађевину и поједине делове своје структуре (prozоре, врата) или простор у коме постоје строго контролисана правила. Кућа може бити изворни домен за апстрактне појмове као што су држава или институција, али се на српској политичкој сцени у највећој мери кућа односи на Европску унију. Силашки (2009б) наводи да се у српском политичком дискурсу ЕУ најчешће представља преко сликовне схеме садржатеља.

- (70) Желим Србију коначно уједињену у борби за бољи живот, Србију ослобођену страха од сутрашњице, *кућу која има двоја врата*, на истоку и западу. (Томислав Николић председник Србије, РТС, 31.5.2012)
- (71) Без социјалне стабилности нећемо обезбедити континуитет инвестиција, јер нико неће да инвестира у *кућу немира*. (За ново време требају нам и нови људи, Танјуг, 15.4.2012)
- (72) Сваки други избор би значао да Србија остаје *незавршена кућа*. (Наставак пута ка ЕУ најсигурнији, Демократска странка, 2.4.2012)
- (73) Желим да учествујем у креирању и стабилизовању демократских институција, успостављања политике *развођења* притисака. То вам је као *кров куће*. Када би притисак свега био на једној тачки, кућа би се срушила. И зато постоји систем на кровној конструкцији који разводи притиске. (Тадић у Дечанима, Прес, 12.1.2012)

3.1.1.2.3. Рупе, блато или рђа

Рупа се врло често појављује у политичком дискурсу као метафора за проблеме који настају на путу ка остваривању зацртаног циља. Осим моста и баријере, рупа се такође може двоструко уврстити у изворне домене путовања и грађења, с једне стране као рупа на путу или препрека, а са друге као пукотина која спречава завршетак неке стабилне структуре или је знак пропадања неке структуре.

(74) Нећемо дозволити да Србија буде напуштена земља, да буде *рупа* на европском континенту. (*Очеличили смо се и имамо јасан план за проблеме Србије*, Демократска странка, 6.4.2012)

Блато конципирамо као градивну именицу која у наредном примеру има погрдно значење, а осим тога се користи у економским темама указујући на готово безизлазну, непредвидиву ситуацију или ону пуну изазова.

(75) Много је *блата* бачено у лице политичким опонентима, неки кажу да су поштени а да ми нисмо. (*Тадић: Србија после 6. маја неће бити иста*, Политика, 2.5.2012)

(76) Од првог дана *кретали смо се кроз блато* које је донела светска економска криза. (*Жао ми је што нисам енергичније иницирао смене људи који нису извршавали обавезе*, Блиц, 30.4.2012)

(77) Економске промене су на неки начин *живо блато*. (*Тадић у Дечанима*, Прес, 12.1.2012)

У наредном примеру су политички противници схваћени као грађевинска структура која је споља сређена, нашминкана, а унутра кородира.

(78) Моји противници улажу велики напор да делују *углађено*, али свако мало испод те *фарбе, пробије* она *корозија*, исплива истина на видело. (*Избори су бити или не бити за Србију*, Блиц, 30.4.2012)

3.1.1.2.4. Рушење или деструкција

Ако се подсетимо да је висина метафора за успех, значај и моћ, онда се губитак или нестанак ових квалитета метафорички представља у правцу на доле. Осим тога, неуспех се може приказати и као демонтажа, рушење, уништење, разарање или колапс.

- (79) Јер, ако се сада прихвати *демонтажа* интегритета једне државе, у овом случају Србије, онда ће пре или касније моћи да буде *демантиран* цео регион. (*Очувати достигнућа у региону*, Демократска странка, 13.7.2012)
- (80) Да ли је могуће да се тако *наруше* правила међународног права, али и правде, да се у случају Срба и Србије може основано говорити о дискриминацији? (Говор Томислава Николића у Уједињеним нацијама, Српска напредна странка, 25.9.2012)
- (81) Србија је земља коју *разара* криза. (*Томислав Николић председник Србије*, РТС, 31.5.2012)
- (82) *Разбијена* је бивша Југославија. (*Носимо се боље од других са ванредном ситуацијом*, Демократска странка, 10.2.2012)
- (83) Могло се наћи рационално решење у *расформирању* Југославије. (*Гадић у Дечанима*, Прес, 12.1.2012)

3.1.1.3. Конфликт или рат

Рат подразумева оружани сукоб између најмање две стране уз примену силе, наметање воље и подређивање других сопственој моћи (Силашки 2009а:191). Са гледишта когнитивне лингвистике, политика се као средство експонирања моћи савршено уклапа у рат као конкретнији изворни домен. Метафоре конфликта или рата пре свега се односе на предизборне кампање у којој се свака странка или кандидат бори за опстанак на политичкој сцени или политичком бојном пољу. Узимајући у обзир ратну терминологију, у метафоричком смислу ће политичка сцена бити бојно поље или ратно поприште, зарађене стране ће бити сукобљене политичке партије и њихови кандидати, битка ће бити паралела изборима, оружје политичким изјавама, поступцима или реторици политичара, примирје сарадњи политичких партија или коалицији, док ће жртве рата бити бирачи или бирачко тело. Поред тога ратни термини који преовлађују корпусом су *мобилизација, повлачење, редови, фронт, пуцање, паљба* итд.

- (84) Ресори се не смеју делити као феуди. Влада не сме да буде страначки *ратни плен* после избора. (*Бићу премијер када прихватите план Владе*, Новости, 27.5.2012)
- (85) Онај који у мени буде тражио *савезника* за то наићи ће на затворена врата. (*Николић: Нама траже Косово, а Македонији грб и име*, Новости, 21.10.2012)
- (86) Да ли ће још нека странка да се нађе у *вашим редовима*? (*Правда – Томслав Николић*, Српска напредна странка, 17.3.2012)
- (87) Свако ко је украо током мог мандата *пуцао ми је у леђа*. (*Свако ко је украо током мог мандата пуцао ми је у леђа*, Наслови, 27.12.2012)
- (88) Он је разјединитељ, а ми ћемо му на делу показати како се окупља и *мобиљше* земља око економског опоравка и уништавања лоповлука. (*Победићемо све из власти*, Новости, 15.3.2012)
- (89) Немам право да бојкотујем изборе јер људи у Србији хоће промене, а не *повлачење*. (*Победа због истине*, Новости, 15.5.2012)
- (90) Нико ко је спреман да побегне са *попришта* није наш коалициони партнер. (*Да ли Тадић гура Динкића у руке СНС-а*, Политика, 17.4.2012)
- (91) Могао је да претпостави још тада да ће са тог *фронта* отићи на други – још тежи. (*Тадић: Билас нема мисију, прави компанију*, Новости, 20.9.2012)

Концептуализацијом расправе као рата, Лејкоф долази до подметафоре РЕЧИ СУ ОРУЖЈЕ. Неслагање са политичким противницима се конципира као физички напад, а свака критика као контранапад или муниција која треба да елиминише противника.

- (92) Тадић је нагласио да будућа влада треба да буде *наоружана* циљевима и вредностима. (*Спреман сам да будем премијер*, РТС, 27.5.2012)
- (93) Ако Вас буду прозивали за „*лето у гаћама*“ и *засипали* сличним *арсеналом*, како ћете одговорити? (*Тадић: Билас нема идеологију за ДС*, Новости, 21.9.2012)
- (94) Суштина политике је у *мирењу* разлика. Јасна проевропска политика којом ћемо *бранити* своје легитимне националне интересе и наш народ на Косову једина је која може да функционише. Надам се да ћемо пронаћи партнере за такву политику у ЛДП, УРС, међу странкама мањина. (*Тадић спреман да преузме место премијера*, Време, 27.5.2012)
- (95) То је задатак који треба да *мобиљше* сваког учесника у политичком процесу. (*Санино: Радићемо заједно на путу ка чланству у ЕУ*, 4.4.2012)

Употреба метафора рата има улогу да драматизује конфликт између различитих група и учесника у политици и да нагласи агресивност и озбиљност политичких дебата и избора.

Већина метафора које се појављују у корпусу указује да се рат води из нужде односно да је у питању одбрамбени рат, па се тако бране и чувају радна места или државни интереси.

- (96) *Брани свако радно место, свака инвестиција и будућност земље. (Тадић на отварању фабрике Купертајерса у Крушевицу, Политика, 23.3.2012)*
- (97) *Чување радног места је кључна ствар. (Тадић на отварању фабрике Купертајерса у Крушевицу, Политика, 23.3.2012)*
- (98) *Најзначајнији национални интереси не могу се одбранити без економског раста. (Потписан меморандум са Данијелијем, Политика, 29.3.2012)*
- (99) *И радно место је стратешки циљ. (Србија отвара перспективу својим људима, Демократска странка, 22.2.2012)*

Осим тога, рат се као изворни домен користи и да укаже на озбиљне и дубоко укорењене проблеме у држави и друштву како би се створила иницијатива и развиле стратегије за њихово решавање. Такви проблеми су заправо корупција, криминал, економска криза, незапосленост и слично.

- (100) *Поведен системски рат против организованог криминала. (Имамо потпуно јасну визију економског развоја Србије, Демократска странка, 27.3.2012)*
- (101) *Морамо да се ослободимо сиромаштва, беле куге, мита и корупције и да тражимо пријатеље свуда у свету. (Николић: Србија неће скренути са европског пута, РТВ, 20.5.2012)*
- (102) *Влада није учинила довољно да би сузбила корупцију. (Тадић: За ново време требају нам и нови људи, РТВ, 15.4.2012.)*
- (103) *Напали смо фактички све деонице у Србији. (Тадић: Две трећине грађана ће живети на мрежи аутопутева, Телеграф, 18.4.2012)*
- (104) *Продужили смо рок јер нас је напала ова пошаст кризе. (Модерна, европска, снажна Србија која брине о својим људима – то је наш избор, Демократска странка, 18.4.2012)*
- (105) *Најважнији задатак владе мора бити борба против незапослености и сиромаштва и рат против корупције и криминала. (Бићу премијер када коалициони партнери прихвате план Владе, Новости, 27.5.2012)*
- (106) *Криминал је ушао у све поре друштва. Ми смо онда кренули у рат. (Близу победе над криминалом, Б92, 10.2.2012)*
- (107) *Страдали су пред најездом слепе мржње, политичког и верског фанатизма и распаљених колективних предрасуда. (Говор Бориса Тадића поводом Међународног дана сећања на жртве холокауста, Демократска странка, 27.1.2012)*
- (108) *Никада не знате кад ће да експлодира та направа, политичка направа СНС. (Тадић: Никада не знате када ће да експлодира политичка направа СНС, Прес, 11.1.2012)*
- (109) *Нећу пристати на тај начин борбе. Ја побеђујем у немогућим биткама, а изгубио сам ону која је била завршена 20. маја. (Тадић: Ђилас нема мисију, прави компанију, Новости, 20.9.2012)*
- (110) *Ви се спремате у окришћ са до јуче најближим сарадницима. (Тадић: Ђилас нема мисију, прави компанију, Новости, 20.9.2012)*
- (111) *Је л сте очекивали да ће се људи од највећег поверења наћи на другој страни? (Тадић: Ђилас нема мисију, прави компанију, Новости, 20.9.2012)*
- (112) *Је л ова битка важнија од оне коју сте водили у мају? (Тадић: Ђилас нема мисију, прави компанију, Новости, 20.9.2012)*
- (113) *Уважаваћу своје противнике, водићу фер кампању. (Тадић: Ђилас нема мисију, прави компанију, Новости, 20.9.2012)*

(114) Председнички кандидат коалиције „Покренимо Србију“ говори за Новости о одлучујућој *бици* за шефа државе и изборним *варницама*. (*Победа због истине*, Новости, 14.5.2012)

(115) У штабу ДС у Крунској влада велико интересовање новинара који су *запосели ово здање*. (*Николић: Србија неће скренути са европског пута*, РТВ, 20.5.2012)

(116) У нашем региону има неколико *жаришта* која имају потенцијал да постану ново Косово. (*Очувати достигнућа у региону*, Демократска странка, 13.7.2012)

Блек (2004: 91) тврди да у прагматичком смислу избор метафора рата или конфликта одређује природу говорникових осећања. Стога се говорници опредељују за метафоре рата када је потребно политику приказати као страшну или немилосрдну. Имајући у виду све досадашње међународне интервенције америчке војске као основе за ширење свести о моћи у свету, једноставно је објаснити све чешћу употребу ратних метафора у америчком политичком дискурсу. Амерички председнички кандидати тако показују да је борба против друштвених тешкоћа подједнако важна као победа у војном сукобу. Ако се концептуална метафора ПОЛИТИКА ЈЕ РАТ повеже са метафором ЖИВОТ ЈЕ БОРБА, аналогijом се прелази са друштвеног на индивидуални план, па се тако субјективизацијом остварује боље разумевање друштвених проблема.

(117) Has to *fight for* a job or a roof over their head. (Обамин говор у Илиноису, 7.11.2012)

(118) I'm not talking about the wishful idealism that allows us to just sit on the sidelines and *shirk from a fight*. (Обамин говор у Илиноису, 7.11.2012)

(119) And after all we've been through together; after all we *fought through* together, we cannot give up on change now. (Обамин говор у Ајови, 5.11.2012)

(120) America will start winning again, winning like never before. We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth. And we will bring back our dreams. (Трампов говор на инаугурацији, 20.1.2017)

3.1.1.4. Спорт

Изворни домен спорта блиско је повезан са доменом рата јер се у оба случаја подразумева искуство које укључује стратегију, напор, надметање, две сучељене стране и неизвесни резултат. Лексеме као што су *тим* или *играч* користе се у многим неспортским контекстима, па тако и у политичком дискурсу. Политички термини пренети у домен спорта кодирају се као избори – *утакмица*, опозиција – *противнички тим*, гласови – *поени*, а противнички кандидат – *ривал*. Када прва изборна трка сведе избор на две политичке партије организује се политичка дебата, па су у рингу два ривала, један на један. Изборна трка, која у почетку подсећа на неку аутомобилску или рели, постаје бокс меч у коме су два супарника освојила највише гласова. Прво полувреме се често односи на први круг, а друго на други круг избора. Друго полувреме се, међутим може односити и на наредне изборе, или на други ниво избора, председничких или парламентарних, па они који су освојили један ниво власти имају прилику да освоје и други.

- (121) Највеће разочарање су они који не умеју *спортски да поднесу пораз*, већ накнадно покушавају да измисле некакве изборне нерегуларности иако су три дана раније потписали записнике и ни на шта нису имали примедбе. (*Тадић: Не треба нам ризик ни непредвидљив човек на месту председника*, Прес, 14.5.2012)
- (122) У току је *утакмица* у којој су људи *стали на црту* и грађанима понудили идеје на основу којих треба да донесу одлуку о будућем председнику. (*Резултат другог круга јасно ће показати вољу грађана*, Демократска странка, 14.5.2012)
- (123) Он је, међутим, навео да *борба траје*, како је рекао, до последњег тренутка и да је ово *утакмица* која се *игра до последњег секунда*. (*Већи противници су ми они који у ДС-у раде за своју ствар*, Блиц, 8.5.2012)
- (124) „Сасвим сам сигуран да ћемо *победити*“, рекао је Тадић, и додао да ће рећи кога сматра главним *ривалом* када буде познато ко ће се све кандидовати за шефа државе. (*И Тадић на изборима*, Политика, 4.4.2012)
- (125) У старту сам у *заостатку*, али могу да надокнадим. (*Тадић: Билас нема мисију, прави компанију*, Новости, 20.9.2012)
- (126) Хоћу озбиљно да *учествујем у трци* за председника. (*Тадић: Билас нема мисију, прави компанију*, Новости, 20.9.2012)
- (127) И баш зато се никад нећу *предати*, јер онај ко жели да води ову странку, мора да ме *победи*. (*Зашто је Тадићу проблем Дачић*, Политика, 10.4.2014)
- (128) Он је прецизирао да ће председници парламента Славици Ђукић Дејановић сутра проследити своју одлуку, тако да ће председник у садашњем мандату бити још данас и сутра, а да ће у *нову изборну трку* ући уверен у *победу*. (*И Тадић на изборима*, Политика, 4.4.2012)
- (129) Председник Србије је нагласио да ће поштовати сваког свог *ривала*, јер на изборе гледа и из *спортског угла*. (*И Тадић на изборима*, Политика, 4.4.2012)
- (130) Према његовим речима, *прво полувреме је завршено* и демократе су у *предности*, али је сада неопходно ту *победу* оверити и завршити све започете процесе. (*Не дозволити да надвлада атмосфера страха коју наши опоненти покушавају да наметну*, Танјуг, 15.5.2012)

Имајући у виду да популарност спортова није иста у различитим земљама и културама, одређене спортске метафоре ће бити чешће или доминантне у једној култури у односу на другу. Како се, на пример у Америци фаворизују бејзбол и амерички фудбал, то ће и спортске метафоре претежно бити из ова два спорта. У Италији ће, пак, спортске метафоре бити везане за фудбал. Семино (2008: 98) даје пример бившег италијанског премијера Силвија Белрусконија који се у својим говорима и обраћањима јавности нарочито служио спортским метафорама. Учешће на изборима за њега је излазак на терен, а коалиција тим који побеђује. Италијанска политика за њега је фудбалски терен, а све оно што се у њој дешава налази се у оквиру казненог простора. Семино примећује да узрок употребе ових метафора не лежи само у популарности фудбала у Италији као националног спорта, већ и у чињеници да је Белрускони био власник успешног фудбалског клуба Милан. Отуда и жеља да се користећи спортске метафоре наметне и као успешан политички вођа. У српском политичком дискурсу, код метафора спорта смењују се фудбал, кошарка, тенис и борилачки спортови.

- (131) Нашој политици требао би неко попут Франца Бекенбауера, да је добар *одбрамбени играч* који је у стању да *даје голове*, да је упоран, одговоран и да има изврстан преглед *игре*. (*Избори су бити или не бити за Србију*, Блиц, 30.4.2012)

Популарност спортских метафора у политичком језику заснива се на поједностављивању. Реч је о терминологији која је позната и доступна огромном проценту популације или јавности. Сценарио и правила игре су готово свима познати и очигледни. Постоји јасна намера, познати су могући исходи – победа или пораз, а учесници, тј. политичке партије недвосмислено хрле ка јасном циљу – победи. Осим тога, ове метафоре имају и ту улогу да изазову емоције и ентузијазам код бирача којима је касније лакше манипулисати. Поједностављивање кроз спортске метафоре, са друге стране, може имати и негативан ефекат. Док политичари активно учествују на утакмици и повлаче одређене потезе, јавност се може идентификовати са навијачима који, као посматрачи, немају већи утицај на игру. Такође, женски део бирачког тела, који је традиционално мање заинтересован за фудбал, остаје занемарен јер се кроз спортске метафоре глорификују физичка снага и компетитивност, па тако и доминација мушкараца у политици.

Српски политички дискурс обилује метафором ПОЛИТИКА ЈЕ КОШАРКА, што није случајно ако се узме у обзир значај овог спорта код нас. Кошарка је први спорт који је земљи донео медаље након распада Југославије и спорт у коме је Србија традиционално успешна. Поред тога, кошаркашка утакмица буди емоције, јер грађани памте драматичне и узбудљиве завршнице финала у којима су тројке биле одлучујуће за победу. Стога и Борис Тадић, који се и сам некада бавио овим спортом, претендује да од свих спортских метафора користи баш оне из домена кошарке. Наредни примери очигледно илуструју утемељење метафоре у култури.

- (132) Нема опуштања, треба нам *тројка* у последњој секунди. (*Тадић: Треба нам тројка у последњој секунди*, Демократска странка, 30.4.2012)

- (133) Председнички кандидат коалиције „Избор за бољи живот“ Борис Тадић поручио је данас присталицама у Беочину да се не опуштају зато што су сигурни у *тријумф* јер је потребно да политичке опоненте *победи са највећом могућом разликом*. (*Тадић: Треба нам тројка у последњој секунди*, Демократска странка, 30.4.2012)

Србија је постала позната и по успешним тенисерима, па се данас неретко у политичком дискурсу срећу и метафоре везане за овај спорт.

(134) *Противник је водио са два сета, сада је два два и сада су грађани Србије на сервису и одлучују шта ће са лоптом. (Јеремих: Само један човек може да води Србију, РТВ, 6.4.2012)*

Као што је већ поменуто, друго полувреме или други круг председничких избора резервисан је за две политичке партије из којих се два кандидата са највећим бројем гласова смештају у политички ринг. Тако борба један на један односно борба двеју најмоћнијих и најјутицајнијих страна подсећа на бокс или на неки други борилачки спорт.

(135) *У недељу очекује одлучујући судар са љутим ривалом Борисом Тадићем. (Николић: Победа због истине, Б92, 14.5.2012)*

(136) *То је било на прошлим изборима и Николић је изашао на црту. (Тадић: Никада не знате када ће да експлодира политичка направа СНС, Прес, 11.1.2012)*

Борилачки спортови у политичком дискурсу се не помињу само када је реч о политичким опонентима, већ и када се политичке вође сучељавају са највећим проблемима у држави попут организованог криминала. Криминал се схвата као непријатељ коме се задаје ударац или се обара на колена или плећа.

(137) *Ми смо водили рат против организованог криминала, оборили смо га на колена и још га је само требало срушити на леђа. (Очувати достигнућа у региону, Демократска странка, 13.7.2012)*

(138) *Србија је данас веома близу да организованом криминалу зада ударац од којег не може да се опорави наредних неколико деценија. (Тадић: Задаћемо организованом криминалу одлучујући ударац, Блиц, 10.2.2012)*

(139) *То више није могуће јер смо криминал оборили на колена. Оборићемо га и на плећа у најскорије време и завршити ту причу за Србију. (Тадић: Оборили смо криминал на колена, Куир, 26.4.2012)*

(140) *Циљ ми је да победимо све странке власти и да бацимо на колена актуелну политику која разара друштво. (Николић: Победићемо све из власти, Новости, 14.3.2012)*

3.1.2. Подела према циљним доменима

3.1.2.1. Економија

Будући да се економија налази у сржи скоро сваке политичке дебате, примери које ћемо навести у овом сегменту рада су најбројнији. О метафорама везаним за економију и привреду једне државе сазнајемо како у домаћем тако и у страном политичком дискурсу. Блек (2004: 140) је дао предлог да се концептуалне метафоре везане за тему финансија и економије могу класификовати у три општа концептуална кључа. Први, који ћемо овде детаљније навести, је антропоморфан и аниматан јер финансијске процесе описује кроз метофору ЕКОНОМИЈА ЈЕ ЉУДСКО БИЋЕ, односно ЕКОНОМИЈА ЈЕ ОРГАНИЗАМ. Други концептуални кључ подразумева метафору ЕКОНОМСКИ ПРОБЛЕМИ СУ ПРИРОДНЕ КАТАСТРОФЕ, док се трећи занима на конкретизацији – ПРОМЕНЕ НА ТРЖИШТУ СУ ФИЗИЧКА КРЕТАЊА. У овом потпоглављу, имајући у виду фреквентност употребе, навешћемо примере за метафоре ЕКОНОМИЈА ЈЕ ЉУДСКО БИЋЕ, ЕКОНОМСКИ ПРОБЛЕМИ СУ ПРИРОДНЕ КАТАСТРОФЕ И ЕКОНОМИЈА ЈЕ БИЉКА, коју Блек овде није класификовао.

3.1.2.1.1. Економија је људско биће

Ако се вратимо на први концептуални кључ, можемо да видимо да се свака економска промена на горе представља као нека врста болести. Тако се за економске проблеме тражи лек, грађани се надају *опоравку* (српске) привреде, економске промене треба да буду *лековите* и слично. Значај економије употребљује се са значајем људског живота, па тако економија представља организам за чији се живот треба борити и коју брзо треба излечити да не би дошло до фаталних последица.

- (141) Како је истакао, Србија ће морати да у своју привреду *убризга* фактор иновативности како би осигурала конкурентност, али иновативност је неопходна и у политици. (*Тадић: Без бајковитих решења*, РТС, 1.2.2012)
- (142) Спољнотрговински дефицит је *хронична бољка* српске привреде. (*Статус је велико остварење, али није епохално*, Политика, 2.3.2012)
- (143) Сматрам да ће производња аутомобила у Крагујевцу заједно са домаћим кооперантским фирмама, снажно утицати на *оздрављење* српске привреде. (*Очекујем да добијемо датум преговора са ЕУ до краја године*, Блиц, 8.3.2012)
- (144) Кратак рок стално *исцрпљује* предузећа, уместо да им даје ваздуха да се обнове постројења и запосли већи број људи. (*Победићемо и трећи пут*, Демократска странка, 7.4.2012)
- (145) Београд је у инфраструктурном и саобраћајном смислу био *тромб* у систему, а престао је то да буде управо у тренутку када смо кренули са развојем инфраструктуре. (*Конкретна добит спољне политике*, РТС, 16.4.2012)
- (146) Ово је *срце* транспортног система и најоптерећенији пут у Србији. (*Обилазница срце система*, РТС, 27.4.2012)
- (147) Пребацивали су ми то и док Демократска странка није била у влади, а ја сам се увек трудио да земљи која се налази у *тешком стању*, какву смо је затекли после деведесетих година, помогнем да успостави мир, помирење са суседима, да се доведу страни инвеститори који ће променити *крвну слику* наше привреде. (*Жао ми је што нисам енергичније иницирао смене људи који нису извршавали обавезе*, Блиц, 30.4.2012)

- (148) Ово је систем који смо изградили и који је дао велике резултате и тек треба да да резултате после кризе, и тек ће се видети како ће функционисати када криза нестане и када финансијски удар који сви трпимо у националном организму прође. (Показали смо висок степен социјалне одговорности, Демократска странка, 11.5.2012)
- (149) Тадић је указао да смо деведесетих доживели слом привреде. (Показали смо висок степен социјалне одговорности, Демократска странка, 11.5.2012)

Када је у питању енглески језик, можемо уочити да се појмовне метафоре везане за економију у потпуности поклапају са српским. И Барак Обама и Мит Ромни су у својим говорима током предизборне кампање за председничке изборе употребљавали већ поменути концептуални кључ ЕКОНОМИЈА ЈЕ ОРГАНИЗАМ. Економији се издаје рецепт како би се ревитализовала или опоравила.

- (150) Their basic *prescription* for America is to get rid of more regulations on big banks and big corporations, give more tax breaks to the very wealthiest Americans, and their belief is somehow that prosperity then will trickle down on everybody else. (Обамин говор у Ајови, 14.8.2012)
- (151) One of the most urgent tasks is *recovering* from this immediate crisis -- but the *economy won't be truly healthy* until we reverse that much longer erosion of the middle class -- (applause) -- until we restore the basic American bargain that says if you work hard in this country, you can get ahead, and own a home, and send your kids to college, and retire with dignity and respect. (Обамин говор у Ајови, 22.6.2012)
- (152) We have almost forgotten what a real *recovery* looks like – what Americans can achieve when we limit government instead of limiting the dreams of our fellow Americans. (Ромнијев говор у Висконсину, 2.11.2012)
- (153) Our campaign is about that kind of change--confronting the problems that politicians have avoided for over a decade, *revitalizing* our competitive *economy*, modernizing our education, restoring our founding principles. (Ромнијев говор у Ајови, 26.10.2012)

3.1.2.1.2. Економски проблеми су природне катастрофе

Проблеми и криза у привреди или економији се у политичком дискурсу интерпретирају и кроз концептуалну метафору ЕКОНОМСКИ ПРОБЛЕМИ СУ ПРИРОДНЕ КАТАСТРОФЕ. Употреба овог изворног домена све је распрострањенија како у српском, тако и у енглеском језику. Највећи број оваквих примера проналази се у оба језика у моментима кад наступа глобална економска криза. Применом ових метафора прикрива се идентитет оних који су одговорни за одређена стања у друштву (Блек 2004:154). Употребом хиперболе интензивира се озбиљност промена на тржишту и тако прикрива агенс. С обзиром на далекосежне последице, интензитет и размере економског краха метафорички се приказују кроз природне потресе и појаве које је тешко или готово немогуће ни предвидети ни контролисати. Тако је најједноставније објаснити немоћ и преусмерити одговорност за озбиљност услова на тржишту. Деструктивне силе и појаве у природи које су нашле своје место и у економском регистру најчешће су вода, земљотрес, ерозија и ветар.

- (154) Држали смо главу изнад воде у економском цунамију и сачували развојни капацитет. (Тадић: Само је наш пут сигуран, Новости, 19.4.2012)
- (155) Није било могуће због цунамија европске кризе отворити стотине хиљада радних места у протеклом периоду.

- (156) Србија има највећи проблем у незапослености и то нисмо успели да решимо због *налета и удара* економске кризе.
- (157) But we knew we would get through those challenges the same way this nation always has -- with that determined, unconquerable American spirit that says no matter how bad the *storm* gets, no matter how tough times are, we're all in this together.
- (158) Their basic prescription for America is to get rid of more regulations on big banks and big corporations, give more tax breaks to the very wealthiest Americans, and their belief is somehow that prosperity then will *trickle down* on everybody else.
- (159) Jobs and prosperity will *rain down* from the sky.
- (160) But what we also recognize is that that basic bargain has been *eroding* over the course of a decade.
- (161) And it was in that context that I was sworn into office almost four years ago, at a time when the banking system was *melting down*, at a time when -- the month I was sworn in, we lost 800,000 jobs, the worst crisis since the Great Depression.
- (162) It would be not only a huge *blow* to those families, it would be a big *blow* to our entire economy at a time when we need all the help we can get.
- (163) One of the most urgent tasks is recovering from this immediate crisis -- but the economy won't be truly healthy until we reverse that much longer *erosion* of the middle class.

3.1.2.1.3. Економија је биљка

Кевечеш (2010: 129) идентификује метафору АПСТРАКТНИ СЛОЖЕНИ СИСТЕМИ СУ БИЉКЕ и са њом неколико повезаних концепата. Под апстрактним сложеним системима Кевечеш подразумева друштвене организације или компаније, научне дисциплине, људе, политичке и економске системе, људске односе, разне идеје итд. Овде се тај апстрактни сложени систем односи на привредни систем једне земље, тј. на њену економију. Конститутивна пресликавања на којима се заснива метафора АПСТРАКТНИ СЛОЖЕНИ СИСТЕМИ СУ БИЉКЕ су а) биљка је сложени систем, б) делови биљке су делови сложеног система и в) биолошки раст биљке је апстрактни небиолошки развој сложеног система. Свакодневно знање које поседујемо о биљкама као обични људи односи се на конститутивно пресликавање према којем природни, биолошки и физички раст биљака кореспондира са напретком или развојем сложених апстрактних система. Наше подробно знање о развоју биљака у великој мери структурира знање о развојним аспектима комплексних система. Највећи број метафора из домена биљака како у српском тако и у америчком политичком дискурсу односи се на економски развој. Зато се као најфреквентније лексеме у српском појављују *раст*, *развој* и *гајење*, док се у енглеском смењују *growth* или *grow* и *thrive*. Блек (2004) примећује да конвенционалну метафору за *раст* (*growth*) користе све партије како би говориле о економској експанзији, као и да метафора за *цветање* (*flourish*) указује да обе партије високо вреднују одређене промене. Осим поменутих лексема, у метафоре биљака класификоваћемо све лексеме и фразе које су у вези са животом биљних врста – *плодно тло*, *помањати се*, *уродити плодом*, *плод*, *зрело* као и *rooted in*, *cut the growth* и слично. *Стварање плодног тла* за развој биљке пресликава се као припрема или стварање погодних услова за развој сложеног система; почетак раста биљке је иницијална фаза развоја система (*помањати се*); култивисање биљке је одржавање на развоју система (*гајити*); зрела биљка је развијен

систем или систем који функционише и настоји да даје добре резултате (*зрео*); плодови биљке су позивни резултати (*уродити плодом, плодови*).

- (164) Седење код куће и причање о вечној неутралности и националном поносу је *бесплодно* јер нема поноса без радних места.
- (165) Само европске интеграције и евентуално чланство у ЕУ може нам помоћи да превазиђемо тешке последице економске кризе и да постигнемо економску стабилност, с обзиром на то да свако продубљивање кризе креира *погодно тло* за *развој* национализма и екстремизма.
- (166) Пре четири године рекао сам на изборима који су се *помањали*, није наша стратегија политике нити циљеви које дефинишемо и којима стремимо одређена мишљењем о нашим прецима.
- (167) Није могуће живети у једној држави, *гајити* демократију, ако институције не постоје
- (168) Све *мирише* на голи рат за придобијање делегата који носе гласове.
- (169) У Савету за инфраструктуру смо креирали систем који даје *плодове*. Овај систем треба да даје *плодове* у будућности.
- (170) Надам се да ће преговори, које од 8. маја воде Демократска странка и коалиција око Социјалистичке партије Србије, *уродити плодом* и да ћемо ускоро имати мандатара, а ако не, онда ћу морати да 'гурам' да се преговори о формирању владе убрзају.
- (171) Њена мисија је да учини од Србије модерно и демократско друштво са *зрелим* институцијама.
- (172) Because we know this nation cannot succeed without a *growing, thriving* middle class and sturdy ladders for everybody who is willing to work to get into that middle class.
- (173) Madison, what we are rallying around is a new economic patriotism that is *rooted in* the core belief that built this country -- the belief that the economy *grows* when we have a strong and thriving middle class and everybody who works hard has a shot.
- (174) Help us work with colleges and universities like this one to *cut the growth* of tuition costs so that you guys aren't overburdened with debt when you graduate.
- (175) What we need is somebody who's going to fight every single day to *grow* the middle class -- (applause) -- because that's how our economy *grows*, from the middle out, from the bottom up, where everybody has got a shot. That's how the economy *grows*.

3.1.2.2. Имиграција

Мигрантска криза као доминантна медијска тема актуелна је од 2014, са кулминацијом 2015. године. Све већи прилив миграната са Блиског Истока добијао је и све већу медијску пажњу. О њиховом надирању из Сирије, Авганистана и других поменутих земаља западноевропски медији су извештавали као о глобалном проблему коме се не назире крај. У свакој вести осећали су се страх и паника, што због непрестаног прилива читавих нација, што због ризика од тероризма и болести. Ставовe и мишљења о мигрантима и мигрантској кризи пронаћи ћемо у структури појмовних метафора које су идентификоване у корпусу новинских чланака на енглеском и српском језику.

Санта Ана (1999, 2002) је анализирајући метафоре из новинских чланака (LA Times) у периоду од августа 1993. до новембра 1994. у тренутку када је био актуелан референдум о укидању права на образовање и социјално осигурање за мигранте из Мексика дошао до закључка да је доминантна метафора ИМИГРАНТИ СУ ЖИВОТИЊЕ. Ова метафора је врло честа када је циљ да се избеглице или азиланти прикажу у негативном светлу. Асоцирањем на животиње имигранти су трајно деградирани и дехуманизовани. Животиње се могу поседовати, могу се припитомити, али никада не могу постати људи. ИМИГРАНТИ СУ ЖИВОТИЊЕ је и расистички концепт којим се једна друштвена група са мање људским атрибутима одваја у опозицији грађанин и неграђанин и категорише на погрешној хијерархији. Овде је реч о природној хијерархији која се користи за оправдавање друштвене неједнакости. Урођени квалитети се рангирају од базичних до племенитих. Санта Ана тврди да се појам животиња не користи искључиво за имигранте као посебну друштвену групу. У покушају да пронађе примере у којима су спортисти и пословни људи окарактерисани на сличан начин нашао је само два. Први је био за Мајка Тајсона, због његовог криминалног живота ван ринга, док је други био за Чарлса Китинга, представника из пословног света осуђеног за превару инвеститора. Резултати нису били очекивани. Тајсон је виђен као предатор и ни у једном тренутку није понижен анималним метафорама. У случају Китинга није пронађена ниједна анимална метафора. Санта Ана је тако закључио да се доминантан животињски изворни домен у америчкој штампи у том тренутку користио само за имигрантску друштвену групу. Будући да новине имају привилеговану улогу као главно средство за политички дискурс у Калифорнији, ова метафора говори и о општем погледу према феномену имиграције и указује да постоји језичка пракса да се на овај начин о имиграцији извештава. Осим ове метафоре, у америчком дискурсу у истом временском периоду појавила се и метафора ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ИНВАЗИЈА, као и ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ТЕРЕТ. Инвазија се овде тумачи као борба за бољи живот или борба за радна места, што лежи у суштини идеје остваривања америчког сна. Америка у периоду просперитета промовише ту идеју и могућност да вредан радник оствари све што пожели. Имиграција је терет у периоду економске стагнације, а тада имигранти почињу да сметају чак и као јефтина радна снага и постају непожељни. Улога метафоре је стога да укаже на разарајуће последице, претњу економској стабилности, као и културној стабилности.

3.1.2.2.1. Вода као доминантан изворни домен у медијима на енглеском и српском језику током мигрантске кризе 2015. године

Вода је како у корпусу примера на српском, тако и у корпусу примера на енглеском доминантан изворни домен за метафоре о имиграцији. Постоји неколико могућих објашњења због чега се маса људи представља баш као течност. У Британији се имиграција и вода доводе у везу са географским положајем земље и значајем који море има за британски културни и историјски идентитет. Током историје, све инвазије на британско острво долазиле су са копеног дела Европе преко воде (Блек 2006: 10). Осим тога, многи имигранти су у Британију стизали управо воденим путевима. Слично је и са имигрантима из Сирије и из северног дела Африке. До западне Европе избеглице из Сирије најчешће стижу из Турске бродовима или чамцима до грчких острва, а мигранти из северне Африке стижу бродовима до обала Италије.

Вода као изворни домен не обухвата само једну врсту речи. У немачком језику, на пример, слагање као процес грађења речи говори много о натурализацији метафоре. Ако је метафора полусложеница, значи да је још увек нова и неприхваћена, а ако је написана као једна реч, значи да је стандардизована и општеприхваћена (Ел Рефаје 2001: 360). У корпусу се јављају именице и именичке синтагме, глаголи, придеви и придевске синтагме.

У српском језику су то: ПЛИМА ИЗБЕГЛИЦА, ТАЛАС ИЗБЕГЛИЦА/МИГРАНАТА, ПРИЛИВ, ПРОТОК, МИГРАЦИОНИ ТОК, КАНАЛИ, ИЗБЕГЛИЧКА РЕКА, ЉУДСКИ ЦУНАМИ, ЦУРИТИ, НАДИРАТИ, ПРЕЛИВАТИ, ПРЕПЛАВИТИ, ВАЉАТИ СЕ, ПРЕПЛАВЉЕН ЗАХТЕВИМА ЗА АЗИЛ.

- (176) Судећи према прогнозама, ово је тек први *талас миграције* који већ сада описују као највећу избегличку кризу од Другог светског рата. (*Србија на путу сеобе народа*, Политика, 12.7.2015)
- (177) *Плима миграната* је натерала власти земаља ЕУ да признају велике безбедносне проблеме у ноу-гоу зонама. (*Сорош захтева: Европо, прими милион миграната годишње*, Новости, 4.10.2015)
- (178) Када Мађари подигну зид од најмодерније бодљикаве жице, *реке људи* кренуће према Хрватској. (*Избеглице су људи, а не врућ кромпир*, Политика, 1.9.2015)
- (179) Мађарски отпор према мигрантима није ових дана – уочи гласања о „Јункеровом плану“ – усамљен у Европској унији, упркос јасним захтевима УН да Брисел предузме хитне кораке за заштиту невољника који пред лето масовно *надиру* ка ЕУ. (*Мађарска прети затварањем јужних граница*, Политика, 9.6.2015)
- (180) Ако их занемаримо сада [европске вредности], док Медитеран *кључа* а деца се утапају, највећи губитник ће бити сама Европа. (*Миграциона криза и Европа*, Пешчаник, 28.6.2015)
- (181) Да сам зао, рекао бих како се некако потрефило да *цунами миграната* *запљусне Европу* и са мора и са копна, управо у тренутку када је тај исти свет покушао да уреди арапске земље, па и шире, све до Авганистана, по моделу западне демократије. (*Мигранти и ми*, Политика, 25.6.2015)

У корпусу на енглеском језику јављају се: FLOOD, INFLUX, STREAM, CANAL, POOL OF REFUGEES, TIDE, WAVE, DELUGE, THE RISING TIDE OF ASYLUM SEEKERS, FLOW, SURGE, PLUNGE, POUR INTO, POUR OVER, STREAM, ABSORB, SOAK, INUNDATE, SATURATE, TRICKLE, IMPERMEABLE, PERMEABLE, OVERWHELMED, BEDRAGGLED.

- (182) In Western Europe, countries are dealing with the biggest *wave of asylum seekers* and refugees since the 1990s when the war in the former Yugoslavia and the collapse of Soviet Union sparked a massive migration west. (*A Global Surge in Refugees Leaves Europe Struggling to Cope*, The Washington Post, 21.4.2015)
- (183) Non-Western migrants had already been flooding into Europe for decades. (*Immigration wave: Will Europe still be Europe?* CBN, 9.2.2015)
- (184) But the refugee influx into Europe has created unprecedented issues, including mass brawls at overcrowded refugee centres. (*Anti-Immigrant Protests Grow as Thousands of Refugees Flood Europe*, abcnews.go.com, 21.12.2015)
- (185) Longford resident Leon said: "You know, (with) what's going on around the world at the moment, they've got a right to move from dangerous areas, but it's just saturated where I live, with immigrants. (*Migrant crisis: Asylum seekers 'overwhelm' village*, BBC, 12.10.2015)
- (186) Even as European officials struggle with an unrelenting tide of migrants trying to enter the Continent, tranquil villages like this one in a picture-book valley in northern Bavaria are coping with the legions who have already arrived. (*Germany's Small Towns Feel the Cost of Europe's Migrant Crisis*, NYT, 22.4.2015)
- (187) Migrants first started trickling here in 2011, when the annual number of arrivals to Hungary was around 4% of what it is now. (*Migrants on Hungary's border fence: 'This wall, we will not accept it'*, The Guardian, 22.6.2015)

Да бисмо могли да упоредимо примере на српском језику са примерима на енглеском, неопходно је да сагледамо контекст у коме се ти примери јављају. У корпусу на српском језику *талас* или *бујица* која надлази личе на летњи пљусак који ће проћи. Извештава се о главном догађају који потреса Европску унију, а Србија је канал којим та бујица и талас морају да прођу. Лексема као што су *поплава* или *преплавити* нема у српском корпусу као потенцијалном сценарију на територији Србије, јер је кулминација воденог тока на територији Европске уније, односно најразвијенијих земаља Западне Европе. *Поплава* и *преплављивање* се најчешће јављају у контексту начина извештавања страних медија и реакција европских званичника на актуелан и горући проблем. Током 2015. године, српски медији извештавају о збрињавању неколико десетина хиљада избеглица, о помоћи грађана који саосећају муку имиграната јер им је ратна прошлост и те како блиска. Србија све време, знајући да није циљна држава за имигранте, користи положај транзитне земље и у процесу придруживања ЕУ указује на европске вредности хумано се односећи према избеглицама. Србија није место које ће бити преплављено имигрантима, већ је земља кроз коју као да пролази контролисани канал и река избеглица која ће се улисти негде у Немачкој, Француској или Шведској.

- (188) „*Поплава миграната*“ су наслови светских медија који најављују долазак новог таласа избеглица које се крећу ка македонској граници. (*Орбан тврди да прилив избеглица подрива хришћанску Европу*, Наслови, 3.9.2015)
- (189) На стотине миграната поново је у јутарњим сатима *преплавило* железничку станицу Келети у Будимпешти после повлачења полиције која им је претходне ноћи наложила да се преместе у подземни пролаз, или посебно одређену транзитну зону. (*Орбан тврди да прилив избеглица подрива хришћанску Европу*, Наслови, 3.9.2015)

- (190) Енглески корпус обилује лексемама FLOOD, INFLUX, STREAM, TIDE, WAVE, FLOW. Западна Европа је крајње одредиште свих имиграната, а балканска рута је поред западномедитеранске, централномедитеранске, источномедитеранске, источне, циркуларне руте из Грчке и Албаније, само једна од постојећих која води ка ЕУ. Таласи избеглица из тог разлога пристижу са много страна. Извештавање о надирању имиграната са неколико различитих рута неизоставно долази уз лексеме нестабилност, конфликт, тензија, (хуманитарна) криза, исламизација и тероризам као и уз забринутост за могуће последице по домицијелно становништво и читав континент.
- (191) What will happen to Europe if the *refuge surge* doesn't stop? (*Immigration wave: Will Europe still be Europe*, CBN, 9.2.2015)
- (192) *Immigration wave: Will Europe still be Europe?* (*Immigration wave: Will Europe still be Europe*, CBN, 9.2.2015)
- (193) The unsettling knowledge that at least some of the Paris attackers whose Nov. 13 assaults killed 130 people entered Europe by infiltrating the throngs of migrants who have *inundated* Greek islands has now made security as much of a priority as humanitarian relief. (*Regulating Flow of Refugees Gains Urgency in Greece and Rest of Europe*, NYT, 25.11.2015)

3.1.2.2.1.1. Поткатегије метафоре – запремина, кретање, контрола

Метафора ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ВОДА има своје поткатегије (Санта Ана 2002:73). Прва је запремина (енг. volume), а њом се истиче релативност укупног броја имиграната. О групи имиграната говоримо као о маси, реци или таласу у коме се губи свака индивидуалност. О њиховом конкретном броју се само нагађа јер је сваки појединац утопљен у воденој стихији која некуда надире. Свођење имиграната на неки градивни појам, као што је вода, нарочито у случају метафоре ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ОПАСНА ВОДА, у потпуности дехуманизује ову друштвену групу пребацујући фокус искључиво на могуће разорне последице по модерно европско и већином хришћанско друштво.

- (194) Већ за месец или два Србија ће се наћи пред новим изазовом - пролепшање времена донеће са собом *нови талас избеглица са Блиског истока* који ће, према проценама, надмашити прошлогодишњи. (*Током 2016. Србијом ће проћи милион миграната*, Новости, 7.2.2016)
- (195) Central and Eastern EU leaders say they *are already flooded by refugees* from the crisis in Ukraine, and question whether they have more resources than Italy and Greece to handle an additional *influx* from the Middle East and North Africa. (*EU Immigration Dispute Splits Leaders*, The Wall Street Journal, 26.6.2015)

Друга поткатегија је кретање које се односи на смер којим маса избеглица иде. Пут којим се избеглице из Сирије, Авганистана и Пакистана крећу од Грчких острва, преко Македоније, а затим на територији Србије назива се балканска рута. Глаголи на српском језику који указују на кретање имиграната су најчешће *надирати*, *преливати*, *преплавити*, *ваљати се* (као талас), *усмерити*, а на енглеском *flow*, *plunge*, *pour into*, *pour over*, *stream*, *inundate*, *saturate*, *trickle*.

- (196) „За почетак, Пољска ће пожелети добродошлицу 60 породица”, поручила је премијерка Пољске Ева Копач у среду, дан уочи објаве коначне верзије плана

Европске комисије (ЕК) за борбу са *плимом миграната*, која ове године јужним прилазима *надире* у ЕУ. (*Мигранти – окидач за нову кризу у ЕУ*, Политика, 28.5.2015)

- (197) У извештајима и телевизијским и радио репортажама се описују нереди, сукоби имиграната с полицијом на границама и указује на у ЕУ незапамћено оштре свађе Будимпеште и Букурешта, а нарочито власти Хрватске и Мађарске која је владу у Загребу оптужила да је „лажима и преваром Мађарске и ЕУ“ насилно усмерила хиљаде миграната у Мађарску (*На Балкану сви против свих, а мигранти надиру*, Б92, 20.9.2015).
- (198) Hundreds of thousands of asylum-seekers *are streaming* through Europe’s porous borders, decamping from entry nations such as Italy to countries such as Germany, where they are creating new challenges and tensions (*A Global Surge in Refugees Leaves Europe Struggling to Cope*, The Washington Post, 21.4.2015).
- (199) As migrants *poured over* EU borders, the bloc’s foreign ministers met on Saturday in Luxembourg to discuss how to respond to the unfolding migration crisis. (*Tide of Migrants Pours into Austria, Germany*, The Wall Street Journal, 6.9.2015)

Вода се, уколико наиђе на притисак, не може компресовати, већ се само може каналисати и променити смер кретања. Оваква динамика указује на кинетичку или хидрауличну снагу. Снага се, такође, захтева када је нужно контролисати кретање водене масе. Контрола представља и трећу поткатегорију метафоре. Ако карактеристике воде пресликамо на имиграцију, контрола се овде доводи у везу са ситуацијом када драматичан прилив имиграната прети да угрози земљу. У том тренутку се траже сва средства која водену масу могу да зауздају, спрече или зауставе.

- (200) Главно питање је има ли званични Загреб стратегију за случај да се избегличка криза *прелије* у ту државу (*Хрватска у страху од избегличког таласа, Словенија се припрема*, РТВ, 24.8.2015).
- (201) Суштински, лидери ЕУ покушавају да *зауздају прилив избеглица* у Грчку, где се већ налази 30 000 људи, а до краја марта очекује се читавих 100 000. (*Балкан затвара врата*, Новости, 8.3.2016)
- (202) Croatian Interior Minister Ranko Ostojic said the country would close its border with Serbia if another 8,000 were to *pour over* the border in one day (*Croatia overwhelmed by flood of migrants, EU calls summit*, REUTERS, 17.9.2015)
- (203) The deaths of around 1,800 people in the Mediterranean so far this year has also led to increasing discussion of how best to *stem the flow of migrants* from North Africa. (*Mediterranean migrant crisis: number of arrivals in Italy in 2015 passes 50,000*, The Guardian, 7.6.2015)

Подизање зида или бодљикаве ограде од стране мађарских власти један је од начина како се у пракси спроводила та контрола. Циљ је био да се изградњом физичке баријере застраши и од уласка у ЕУ преко Мађарске одврати огроман број миграната који свакодневно пристиже. На овај начин, бујица миграната је у тренутку била приморана да потражи алтернативни канал и крене ка Хрватској.

- (204) Влада Мађарске донела је дефинитивну одлуку да подигне зид на граници са Србијом како би *спречила даљи прилив азиланата* и то по хитном поступку. (Србија

као у нацистичком логору: Мађари подижу зид од бодљикаве жице висок 4 метра, вредан 70 милиона евра!, Телеграф, 25.6.2015)

(205) Што се тиче спекулације да ће зид имати позитивне ефекте јер *ће одвраћати мигранте* да путују у земље одредишта преко Србије, и она је такође неутемељена (*Жица*, Пешчаник, 20.6.2015).

(206) “This is a necessary step,” the government’s spokesman, Zoltán Kovács, told the Guardian by phone from Budapest. “We need to stop the flood. “ (*Migrants on Hungary's border fence: 'This wall, we will not accept it'*, The Guardian, 22.6.2015)

(207) Hungary has finished building a fence along its border with Croatia and may *shut migrants out* this week, a move that would force the thousands of asylum seekers from the Middle East and Afghanistan entering Hungary each day to seek a new route to Germany and Northern Europe. (*Hungary Completes Croatia Border Fence to Keep Migrants Out*, The Wall Street Journal, 15.10.2015)

3.1.2.2.1.2. Емотивни аспект метафоре ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ВОДА

Емотивни аспект метафоре ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ВОДА се пре свега односи на појачавање страха од све већег прилива мигрантског становништва. Надолажење миграната активира слику поплаве као природне катастрофе против које је човек често немоћан. Ова метафора искључује емпатију према имигрантима, радије их третирајући као предмете него као носиоце неке тешке људске судбине. Да су изворни домени везани за породицу или за пут који мигранти свакако прелазе, изазвали би већу емпатију, саосећање и интересовање за овај сада глобални проблем. Метафора која је заснована на некој течности има потенцијал да домаће становништво представи као жртве друштвене катастрофе. Кретање, што је и карактеристика воде, не односи се на померање или измештање миграната или дужину пређеног пута, већ о контролисању стопе промене кроз време. Имиграција се може концептуализовати као катастрофа јер доноси промене у друштву, а вода или течност се могу свести на примарну метафору ПРОМЕНЕ СУ КРЕТАЊЕ. Страх од природне катастрофе нараста у страх од промене. Ако узмемо у обзир да је ислам религија већине миграната, страх од промене би, у ствари, био страх од исламизације Старог континента. Оглашава се културни аларм из страха да ће нови талас миграната спрати европску културу и да ће европска цивилизација у неком тренутку бити угрожена. Осим културног, не треба занемарити и економски аспект. Све већи прилив избеглица онемогућава њихову успешну интеграцију, што додатно отежава и угрожава читав економски систем земље. На крају, страх од несигурности, који је вероватно и најинтензивнији, односи се на безбедност која је угрожена услед немогућности да се контролише прилив миграната међу којима су и потенцијални екстремни исламисти.

- (208) *Миграциони талас* који је 2011. покренуло „арапско пролеће“ претворило се у цунами који незаустављиво и суштински мења Европу. (Сорош захтева: Европо, прими милион миграната годишње, Новости, 4.10.2015)
- (209) Међу стотинама хиљада миграната, који су преплавили целу Европу, могло би да буде и неколико стотина или чак хиљада *терориста*, објавио је „Вечерњи лист“ позивајући се на стручњаке за безбедност. (*Терористи се крију међу имигрантима: На стотине њих прошло кроз Србију, сумња се да су неки од њих још увек у нашој земљи*, Телеграф, 22.8.2015)
- (210) In recent months, Kovács's colleagues have conflated *immigrants with extremists*, announced a national consultation on the *twin themes of migration and terrorism*, and floated the idea of placing all migrants in what would be some of Europe's first internment camps since the second world war (*Migrants on Hungary's Border Fence: 'This wall, we will not accept it'*, The Guardian, 22.6.2015).

3.1.2.2. Држава је садржатељ

Ако о имиграцији говоримо као о течности, тешко ћемо је раздвојити од метафоре ДРЖАВА ЈЕ САДРЖАТЕЉ (енг. A COUNTRY IS A CONTAINER). У имиграционом дискурсу, становници неке државе су чиниоци садржатеља. Харт (2011) тврди да такав садржатељ има четири структурне особине: унутрашњост и спољашњост, које су дефинисане ивицом и запремином. Постоје две импликације које се јављају у овој метафори. Прва је да садржаји припадају или не припадају садржатељу, а друга да је садржатељ ограничених капацитета. Тако се за прву импликацију намеће дихотомија *ми* и *они*, односно они који се већ налазе у садржатељу насупрот онима који желе да постану део њега. Друга импликација упућује на стварање рестриктивне политике према имигрантима. Постојање јасно дефинисаног садржатеља имплицира да постоји тело које регулише односе у садржатељу – попуњава је или празни. На безбедност садржатеља утичу екстерни, али и интерни притисци који имају свој процес. Први се односи на постепено повећавање садржаја, други на достизање критичне тачке, а трећи на пуцање или преливање садржатеља. (Блек 2006:577)

Ако је садржатељ већ пун, односно, ако је нека земља за прихватање миграната достигла своје лимите, границе те земље ће се затворити, тј. садржатељ ће бити зачепљен. Тако се на српском јављају примери *преплављен, достићи своје лимите или капацитете, херметичко затварање*, а на енглеском *flood, inundate, deluge, swamp, saturate, drown, overwhelm, pour over, full up, the boat is full*. Пример (213) “*the boat is full*” не односи се само на начин на који мигранти углавном долазе на тло Европе, већ има и библијске елементе и упућује управо на потоп.

- (211) Европа је очигледно уморна од избегличког таласа *досегла своје лимите*, а визна либерализација за грађане Турске већ од јуна је изнуђена одлука. (Балкан затвара врата, Новости, 8.3.2016)
- (212) Већ је позната мађарска одлука да хоће *херметички да затвори своју границу са Србијом* за илегалне имигранте, почев од 15.9. када ће прескакање оgrade са бодљикавом жицом, постављене дуж границе, бити кажњиво затвором. (*Мигранти руше Шенген*, Политика, 13.9.2015)
- (213) Budapest said it was suspending the rule in order to protect Hungarian interests as “*the boat is full*”, government spokesman Zoltan Kovacs told Austrian media, referring to the recent influx of migrants. (*‘The boat is full’: Hungary suspends EU asylum rule, blaming influx of migrants*, The Guardian, 24.6.2015)
- (214) Greece starts to *fill up* as its neighbours restrict the flow of migrants to Germany. (*No Way Out*, The Economist, 27.2.2016)
- (215) Europe is set to be *deluged by an influx of migrants*, *Migration is pushing the EU towards a new crisis*, The Telegraph, 15.11.2015)

Ивице садржатеља су заправо границе држава које мигранти морају да пређу. Пролази у мађарском зиду које мигранти траже личе на пукотине или рупе на самом садржатељу кроз које се може проћи и постати део садржатеља. Ако је шупаљ, садржатељ се мора херметички затворити. У случају Србије, иако је само транзитна земља, затварање граница би створило панику и страх међу грађанима због могућег преплављивања избеглицама које Србија није спремна да прихвати. Стиче се утисак да би се српске власти понашале на сличан начин да их задеси проблем распоређивања миграната унутар својих граница.

- (216) Већина, која би се најрадије вратила кући ако то буде могуће, и даље очајнички тражи *рупе у мађарском зиду* према Србији, бугарском према Турској, ускоро и хрватском зиду. (*Европа штити границе, заборавља људе*, Политика, 22.8.2015)
- (217) Дачић је упозорио и да би за Србију и читав регион била посебно опасна ситуација уколико би дошло до ланчане реакције драстичног смањења *пропусне моћи или затварања граница*, чиме би се зауставио проток миграната и узроковало њихово масовније и дуже задржавање. (*Током 2016. Србијом ће проћи милион миграната*, Новости, 7.2.2016)
- (218) Hungary is to seal its border with Croatia from midnight in a bid to halt the influx of migrants. (*Hungary to Seal Border with Croatia*, Sky News, 16.10.2015)
- (219) Macedonia, Croatia and Slovenia – three of the countries that lie between Greece and the preferred refugee destinations in northern Europe – all announced on Wednesday that *their borders were now shut*. (*Balkan Countries Shut Borders as Attention Turns to New Refugee Routes*, The Guardian, 9.3.2016)

3.1.2.2.1. Деикса

Деикса, која се подробно изучава у прагматици, у когнитивној лингвистици ће бити поменута као концептуални процес у разумевању метафора. Када смо говорили о структури садржатеља, његовој спољашњости и унутрашњости, поменули смо и деиксу кроз дихотомију *ми и они*. Деикса се овде односи на ситуациони елемент дискурса и на позиционирање актера и догађаја на дискурсној бини. Актери и догађаји могу бити позиционирани на различитим дистанцама од говорника у друштвеној, просторној или термпоралној димензији. Деиктички изрази, на пример личне заменице и присвојни детерминатори, могу се користити за позиционирање слушалаца на истим ситуационим координатама као што је говорник (Харт 2011:12). Истовремено, деиктички изрази позиционирају друге актере у различитим друштвеним категоријама у односу на говорника, на просторним, вредносно-оријентисаним које нису заједничке за говорника и друге актере, па се тако успоставља однос дистанце или разлике између припадајућих и неприпадајућих група, у овом случају оних који су унутар садржатеља и који су ван њега. Релевантна карактеристика деиксе тиче се угла гледања концептуализатора, односно позиција са које концептуализатор посматра неку сцену. Тако постоје два угла гледања, један из унутрашњости садржатеља и други изван садржатеља. У имиграционом дискурсу конструал који преовлађује лоцира концептуализатора унутар заједнице. То значи да ми, који смо већ део те заједнице, имамо обичај да ситуацију конструишемо из личне перспективе, пре него из позиције оних који су у ту заједницу тек ушли или желе да постану њен део.

(220) “This is the culture *we* have in *Europe* -- an old Christian, Jewish culture. *We* don't have an Islam culture here,” Bachmann said. “Islam is no religion. It's an ideology. A fascistic ideology.” (*Anti-Immigrant Protests Grow as Thousands of Refugees Flood Europe*, ABC, 21.12.2015)

(221) Испоставило се, заправо, да имамо далеко више заједничког са *тим* људима различите боје коже и вере. Ствар је једноставна, тешко прихватамо истину *и ми и они*. Велики свет не жели *ни њих, ни нас*. Отуда се ваљда тако добро разумемо када се погледамо. (*Мигранти и ми*, Политика, 25.6.2015)

Ако упоредимо ова два примера на енглеском и српском, тј. примере (220) и (221), видећемо да дихотомија *ми и они* није једнака. У примеру (220) концептуализатор је неко ко се већ налази у „садржатељу“, тј. у Европској унији и посматра свет из личне перспективе наглашавајући да је тај који жели да постане део заједнице толико другачији од осталих, да му ту не може бити место. Осим тога, види се и да угао гледања из перспективе унутар заједнице има такав ефекат да се долазак миграната доживљава као нешто што је ризично и опасно по читаву заједницу. У примеру (221) такође постоји опозиција *ми и они*, али је разлика ублажена пошто се и концептуализатор и актер, тј. мигрант налазе на истој емпиријској координати. Блискост са *тим људима различите боје коже и вере* заснива се на ратном искуству, па се стога и може очекивати одређени степен емпатије и разумевања.

3.1.2.2.3. Могућност коришћења других изворних домена

У актуелном имиграционом дискурсу и на енглеском и на српском језику доминантна метафора гласи ИМИГРАЦИЈА ЈЕ ВОДА. Међутим, вода није једини изворни домен који се користи у контексту мигрантске кризе. Други изворни домени попут ИНВАЗИЈЕ или РАТА, ТЕРЕТА говоре о томе да постоје и секундарне, па и повремене метафоре које могу бити потенцијал за промену најпопуларнијег изворног домена. Метафоре као што су ИМИГРАНТИ СУ КОРОВ, РОБА ИЛИ ЖИВОТИЊЕ, што је била доминантна метафора у имиграционом дискурсу у Америци, говоре погрдно о овој друштвеној групи у потпуности их деградирајући у односу на домицијелно становништво. Ел Рефаје (2001) у свом раду тврди да метафоре које су укорењене у језику нису универзално одређене, већ је неопходно сагледати културно-политички контекст. Упоређујући или контрастирајући резултате различитих студија може се закључити које метафоре су културно одређене, које су привремене или ограничене одређеним дискурсом, а које су универзалне, ако такве постоје.

Ако се подсетимо тврдње ауторке Семино о конвенционалним метафорама, видећемо да је реч о метафорама које су лексикализоване, тј. да је у речницима поред основног или дословног значења наведено и метафорничко значење. У случају имиграционог дискурса и изворних домена, лексеме попут поплаве, таласа, плиме итд. са фигуративним значењем заиста стоје у речницима.

[1] преплавити

2. фиг. а. покрити површину нечега изузетно великом количином нечега – Гамад преплави собу. б. обузети снажним осећањем – Жену преплави туга.

[2] талас

2. а. скупина, део неке масе у покрету: ~навијача, ~демонстраната. б. уопште оно што се шири, надлази, захвата кога или што: ~незадовољства, ~непријатних ситуација. • у **таласима** у више наврата, згуснуто и у великом броју (нпр. о налетима авиона)

[3] плима

2. фиг. појава, настајање, нарастање нечега у великој количини, навала: ~одушевљења, ~незадовољства⁶⁷.

[1] flood

3 GO/ARRIVE IN LARGE NUMBERS

[intransitive always + adverb/preposition] to arrive or go somewhere in large numbers [= pour, flow]:
Refugees are still flooding across the border.

[2] wave

3 PEOPLE AND THINGS

[countable] a sudden increase in the number of people or things arriving at the same time
wave of *a new wave of immigrants*

[3] tide

5 [singular] a large number of people or things moving along together
tide of *the tide of refugees flowing over the border*⁶⁸

Да бисмо истражили потенцијал изворног домена ВОДА у неком другом контексту који није везан за имиграцију, одабрали смо неколико новинских чланака у којима маса људи

⁶⁷ Vujanić, M. (2007). *Rečnik srpskoga jezika*. M. Nikolić (Ed.). Matica srpska. Novi Sad

⁶⁸ Mayor, M. (2009). *Longman dictionary of contemporary English*. Pearson Education.

и њихово кретање ка истом циљу играју кључну улогу. Упореджени су чланци на тему Егзита, музичког фестивала у Србији, и Гластонбери музичког фестивала у Великој Британији, као и анти-Брегзит протеста у Лондону 2016. године, односно протеста против изласка Велике Британије из Европске уније, и протеста у Београду „Не давимо Београд“ против рушења Савамале у циљу изградње пројекта „Београд на води“. На основу обрађених чланака о Егзиту и о фестивалу Гластонбери, као и у случају оба протеста, резултати су показали да је употреба изворног домена ВОДА знатно мања у овим контекстима у поређењу са имиграцијом. У случају музичког фестивала, на српском језику су се појавиле лексеме *преплавити, надирати, талас, река и прилив*. На узорку на енглеском језику пронађена су свега три примера која одговарају изворним доменима воде и садржатеља – *pour, flooded* и *cram*. Што се тиче протеста, на српском је пронађен само један пример *река људи*, док се у случају Брегзита појавила само лексема *flooded* у контексту када је маса демонстраната преплавила улице Лондона. Лексеме попут *таласа, плиме* или *цунамија* се нису појавиле ни у једном новинском чланку.

- (222) Главна бина је током Њуманоовог наступа била готово крцата, а након његовог, како посетиоци тврде, концерта за памћење, нови *талас људи* пристизао је на мејн стејџ ишчекујући наступ Ману Чао с бендом „La Ventura“ (*На Тврђави ђускало 52000 људи*, Наслови, 12.7.2015)
- (223) Након ове свирке, било је готово немогуће кретати се Тврђавом, а *реке људи надирале* су са свих страна и преливале се по стејдевима одбијајући уопште идеју да иду кући. (*Последњег дана Егзита реке људи преплавиле Тврђаву*, Орадио.рс, 11.7.2016)
- (224) Гужва на сваком кораку: Данас се очекује још већи *прилив* кампера. (*У Нови Сад стиже 10000 странаца жељних партијања*, 24 сата, 10.7.2013)
- (225) The success of their performance is about as close to a foregone conclusion as you can get – the sun comes out during Our House, It Must Be Love retains its nonpareil ability to make everything seem temporarily all right with the world, the crowd let out a collective “aw” when the stage is *flooded* with the band’s children and grandchildren. (*Glastonbury 2016 verdict: Mase, Adele, Coldplay and more*, The Guardian, 27.6.2016)
- (226) The 175,000 Glastonbury ticket-holders planning to *cram into* the 900-acre farm will be hoping the good weather holds out, with early birds treated to a glorious sunrise over the festival. (*You’re wearing what? With another day before the music starts in earnest, Glastonbury revellers show off their finest - and most outlandish – threads*, The Daily Mail, 25.7.2015)
- (227) Thousands *pour* through gates as Glastonbury gets underway. (*You’re wearing what? With another day before the music starts in earnest, Glastonbury revellers show off their finest - and most outlandish – threads*, The Daily Mail, 25.7.2015)
- (228) Wednesday will see the start of arrivals at the event, with more than 180,000 festival-goers expected to *pour in* over the rest of the week. (*Glastonbury festival-goers warned not to travel after wet weather caused ten-hour queues*, Manchester Evening News, 22.6.2016)
- (229) Како јављају репортери, тешко је проценити број окупљених јер је пун плато испред Скупштине града који прима више од 7.000 више, а упркос киши, *реке људи*

долазе Булеваром Краља Александра, као и са Теразија. (*Одржан протест „Не давимо Београд“*, Правда, 11.6.2016)

3.1.2.3. Европска унија

Европска унија је као циљни домен важна за српски политички дискурс, па ћемо је овде и посматрати у тим оквирима. Европска унија није у фокусу у америчком политичком дискурсу ни близу колико је у српском. Уколико бисмо истраживали изворне домене којима би се ЕУ представљала у америчком дискурсу, то би се у значајној мери разликовало с обзиром на перспективу и значај ЕУ у спољној политици САД-а. Претпоставка је да би се ЕУ третирао као једнаки члан породице, као пословни партнер или ривал имајући у виду компетитивне економије ове две заједнице држава.

Корпусна грађа за ово истраживање указала је да се сликовна схема Европске уније може представити као садржатељ, тј. сликовна схема садржавања, као породица и кућа, и као дестинација⁶⁹. Овде треба нагласити да се концептуализација ЕУ као садржатеља, породице или куће разликује у односу на дестинацију. Ако се ЕУ интерпретира као садржатељ, породица или кућа, истовремено долази и до концептуализације ЕУ као ентитета са ауторитетом или као надређеног појма у домену категоризације. ЕУ се у том случају може тумачити као организација са јасном структуром која функционише јер има јак ауторитет и интегритет, као успешна компанија, као строги шеф или строги родитељ. Европска унија као крајња дестинација заправо указује на тежњу ка достизању зацртаног циља или остварење жеља.

⁶⁹ Музолф (2004) указао је на најважније изворне домене преко којих се концептуализује ЕУ. Ту спадају љубав-брак-породица, путања-кретање-путовање, живот-тело-здравље и грађење-становање.

3.1.2.3.1. Европска унија као садржатељ

Европска унија као садржатељ конципира се као простор са јасно утврђеним границама. Импликација која се појављује у случају који смо већ наводили у вези са имиграцијом и метафором ДРЖАВА ЈЕ САДРЖАТЕЉ је да постоје ограничени капацитети за примање имиграната. Садржатељ се код овог циљног домена може упоредити са некаквом посудом у коју се одређени садржај сипа, па ако течност пређе ивице посуде, долази до преплављивања или цурења. Европска унија не мора нужно да се интерпретира као једна таква посуда чији је садржај у течном стању. Доказ за то су и примери у којима се говори о проширењу Европске уније, а то су заправо проширења граница у простору, тј. на европском континенту. Сегмент у коме се метафоре ЕВРОПСКА УНИЈА ЈЕ САДРЖАТЕЉ и ДРЖАВА ЈЕ САДРЖАТЕЉ уклапају тиче се припадности. Европска унија садржи друге ентитете или државе које ту припадају на основу јасно утврђених критеријума. У овом смислу можемо говорити и о категоризацији и о теорији прототипа у когнитивној лингвистици имајући у виду да су поменути ентитети овде груписани по некој сличности. Према класичном схватању о припадности категорији једна од теза гласи да поседовање скупа особина које дефинишу неку категорију представља потребан и довољан услов за припадност тој категорији. Такође, према Аристотеловој дефиницији, не постоје нивои припадања некој категорији, тј. не постоје ентитети који су бољи чланови категорије у односу на друге (Тејлор 1995: 24). Ови услови захтевају наш додатни коментар. У случају потребних и довољних услова за припадање некој заједници, у нашем случају ЕУ, постоје стандарди које државе морају да достигну, што се, када је реч о Србији као кандидату, односи на отварање и затварање приступних поглавља. Ипак, не можемо рећи да су сви чланови категорије подједнако добри. Сигурно је да све чланице ЕУ испуњавају јасно прописане услове за чланство у заједници у којој се налазе и да уживају исти равноправни статус. На то се односе потребни и довољни услови за чланство у горе наведеном услову. Бољи ентитети свакако постоје унутар заједнице јер се њихов квалитет одражава кроз економску снагу државе.

(230) Србија је спремна да буде чланица ЕУ. (Србија је спремна да буде чланица ЕУ, Курир, 25.12.2012)

(231) Не могу да кажем да ћемо брзо бити у Европској унији. (Николић: Ствара се албанска држава на Балканском полуострву, Политика, 22.10.2012)

Пример (231) *Не могу да кажем да ћемо брзо бити у Европској унији* може се третирати и као дестинација и као садржатељ. Ако га посматрамо као садржатељ, онда сматрамо да пример говори о томе да нећемо тако брзо постати чланови заједнице која се зове Европска унија, што имплицира да ћемо још неко (извесно) време бити изван њених граница. У случају да говоримо о дестинацији као крајњем одредишту о чему нам говори прилог *брзо*, импликација је да ће пут ка жељеној дестинацији трајати дуго, да ће се читав процес одвијати споро и да је тај пут пун разних препрека за које је потребно извесно време да се превазиђу. У српском политичком дискурсу, било да се тумачи као садржатељ или као дестинација, ЕУ представља једну од највећих преокупација политичких партија и експлицитно дефинисан циљ ка бољем начину живота.

3.1.2.3.2. Европска унија као кућа

Европска унија је кућа која се концептуализује као грађевина са омеђеном и организованом структуром. У концептуализацији ЕУ као куће, неопходно је дати значај и деловима куће јер они метафорички могу прецизно да покажу однос који је успостављен између држава чланица, као и однос ЕУ заједнице према земљама кандидатима. Силашки, Ђуровић и Бојанић (2009б:123) препознају да се метафора куће чак негативно концептуализује и преко израза *слаба конструкција*, чија су врата само полуотворена за нове кандидате. У случају Србије, која је земља кандидат за улазак у ЕУ, врата, двориште и капија су концепти који у највећој мери говоре о томе колико је Србија близу или далеко од уласка у европску кућу. Покретљивост капије или врата указују на динамичну игру између ЕУ као идејног творца или креатора правила игре и Србије као кандидата који ту игру мора да прихвати. У тој непрестаној игри, ЕУ наизменично одшкрине врата када Србија успешно одради задатак, па их потом брзо затвори ако Србија не одради задатак како је предвиђено. Поред познатих услова под којим се врата ЕУ отварају за кандидате, постоје и ситуације када се врата затварају због унутрашње политике ЕУ, па се тако не може ни предвидети у ком тренутку ће доћи до примања нових чланова. ЕУ тако непредвидиво мења правила игре. У примеру који следи, негативно се концептуализује однос ЕУ и земаља кандидата за чланство на основу њихове позиције у односу на двориште, капију или врата.

(232) Србија на европском путу тапка готово у месту још од краја 2009. када су укинуте визе за туристичка путовања у шенгенски простор. Кораци који су уследили – званично добијање статуса кандидата, свечани почетак преговора, отварање овог или оног поглавља – бирократски су трице, *вратанца која су одшкринута* због тога што је Србија била добар ђак из предмета сарадње са Хашким трибуналом и Приштином. Утисак да Србија *исту мету циља са сличног одстојања* настаје, јер се ни до сада Брисел није устезао да преговоре развлачи или стомира по политичким критеријумима – као у случају Македоније (кандидат за чланство од 2005. или Турске (1999)). (*Крајња станица чекаоница*, Време, 8.6.2017)

(233) И на том путу наилазићемо на *затворена врата*. Ако и даље буду *затворена*, *куцаћемо* и нећемо се предати или клонути духом и на крају... *има да их отворимо!* (Инаугурациони говор Бориса Тадића, 2008)

(234) „Људима у немачкој администрацији сам рекао да је цела ова игра слалом на малом простору – још ако су вам *капије покретне*, онда никада не можете да дођете до циља“, рекао је Дачић у свом првом премијерском интервјуу који је у Берлину дао за DW јула 2012. (*Крајња станица чекаоница*, Време, 8.6.2017)

У наслову чланка из ког је преузет претходни пример, примећујемо још један негативни метафорички приказ ЕУ као куће. Ако је крајња станица чекаоница, а не ЕУ, закључујемо да се на крају путовања до ЕУ⁷⁰ долази, у ствари, до чекаонице и великог разочарања. Насупрот топлој добродошлице, љубазности и срдачности коју бисмо могли да очекујемо приликом самог уласка у европску кућу или у њено предворје, земљама кандидатима остаје само да још чекају у незнању и неизвесности када ће нека од њих бити позвана. Силашки, Ђуровић и Бојанић (2009б:129) предворје пореде са чекаоницом по основу емоције коју ове две просторије у процесу концептуализације могу да изазову. За разлику од предсобља (предворја) куће ЕУ, које макар из далека изазива осећај тоpline и заједништва, предворје и чекаоница као структурни елементи садржатеља као институционализоване зграде,

⁷⁰ Овде се преплићу схеме путовања и садржатеља.

појачавају слику ЕУ као затвореног простора где владају правила која се не могу лако мењати. У примеру (235) примећујемо да се чекаоница налази испред предворја Европске уније, па закључујемо да до дневне собе, у којој седе друге пуноправне чланице, има још много да се чека и да се пређе.

(235) Чекаоница у предворју ЕУ за људе на Балкану значи жестоку борбу за преживљавање. (*Западни Балкан у вечитој чекаоници Европске уније*, Дојче веле, 12.7.2017)

Европска кућа се може даље тумачити и као европска породица у којој живе и налазе се пуноправни и равноправни чланови те породице. ЕУ се тако често концептуализује хијерархијски као родитељ, док су чланови те породице деца.

(236) Међутим, *Хрватска је миљеник ЕУ*, увек је била фаворизована, па тако и сада. (*Томислав Николић: Пре ћу да се склоним него да омогућим да у ЕУ уђемо без Косова*, Блиц, 21.10.2012)

(237) Николић је поручио да та странка никад неће урадити било шта што би *наљутило ЕУ*. (Томислав Николић: СНС никад неће наљутити ЕУ, Танјуг, 6.4.2012)

3.1.2.3.3. Европска унија као дестинација

Европска унија као дестинација је сликовна схема коју смо већ помињали у оквирима изворног домена путовања. Силашки, Ђуровић и Бојовић (2009b:143) кажу да у основи метафоричког сценарија ПУТОВАЊА сама активност промене места представља прототипичну сврсисходну активност кретања у физичком простору са јасно утврђеном почетном и крајњом одредишном тачком. Према Лејкофу, у метафори СТРУКТУРА ДОГАЂАЈА одредиште је изворни домен појма сврхе, а свака сврсисходна активност је самоиницирано кретање ка одредишту, што се представља метафором СВРСИСХОДНА АКТИВНОСТ ЈЕ ПУТОВАЊЕ ПО ПУТАЊИ КА ОДРЕДИШТУ. Блек (2004:74) сматра да повезивање кретања и одредишта, које имплицира остварење циља, у политичком дискурсу кореспондира са друштвеном активношћу усмереној ка постизању циља и два домена повезује у појмовну метафору СВРСИСХОДНА ДРУШТВЕНА АКТИВНОСТ ЈЕ ПУТОВАЊЕ ПО ПУТАЊИ КА ОДРЕДИШТУ. ЕУ као дестинација представља остварење жеља и тријумф после кога се очекује осећање задовољства. Путовање је мотивисано статусом који се добија остварењем циља, постајањем пуноправног члана политичке заједнице, чиме се и обнавља покретачка сила након сваке постављене препреке. Читав процес прикључивања Европској унији, који се концептуализије схемом путовања, је на једној линеарној скали која бележи прогрес у смеру ка крајњем одредишту. То одредиште се концептуализује кроз схему садржатеља у који опет треба стратешки ући јер има добро утврђене границе. Током трајања процеса придруживања, чини се да Европска унија прогресивно прелази из концепта дестинације до концепта садржатеља. Из перспективе путника који још увек савладава препреке, а то је у српском политичком дискурсу држава Србија, ЕУ је дестинација ка којој се корача оптимистично због визије о бољој будућности. Концепт ЕУ као садржатеља се појављује у тренутку када је пут савладан, када је земља кандидат пред капијом или вратима ЕУ или се налази у њеној чекаоници.

- (238) Не могу да кажем да ћемо *брзо бити у Европској унији*. (*Не прихватамо одузимање Косова*, РТС, 21.10.2012)
- (239) Колико је Србија *ближа Европској унији* него што је била пре неколико година? (*Јелена Триван: Вучић процењује да ли сам добра*, Политика, 10.5.2014)
- (240) „Верујем да ће цео Балкан *бити у Европској унији* 2014. године“, рекао је Папандреу који председава седницом Савета СИ која се одржава у Бечићима код Будве. (*Папандреу: Балкан у ЕУ 2014*, РТВ, 2009)
- (241) Његови коментари долазе само дан пошто је Европска комисија прогнозирала да ће до 2017. године, три милиона избеглица и миграната, бежећи од рата и сиромаштва, *стићи у Европску унију*. (*Прети нова финансијска криза: Упозоравајуће прогнозе инвестиционе банке*, Курир, 6.11.2015)

3.2. Персуазивна сила модалних средстава

Персуазивну силу модалних средстава видимо у оквирима деонтичке и динамичке модалности, али и у прагматичким кроз директивне и комисионе исказе. У анализи персуазивних модалних средстава превасходно се опредељујемо за њихову употребу у политичким слоганима имајући у виду да слогани као кратке форме у односу на друге остварују најинтензивнију резонантну функцију код бирачког тела. Слијепчевић (2016: 51) у својој дисертацији наводи Славујевићеву дефиницију слогана тврдећи да је то најпотпуније одређење слогана које синтетиче све његове основне одлике: „Политички, односно изборни слогани најчешће се одређују као синтетизоване, кратке и атрактивне поруке које пласирају партије и кандидати да би публици презентовали, учинили схватљивим и прихватљивим своје кључне политичке садржаје, односно садржаје са којима наступају у кампањи. Презентовање широј публици програмских ставова и изборних обећања странака и кандидата не може бити успешно ако они нису преточени у кратке и сажете, лако памтљиве, допадљиве и, најзад, прихватљиве поруке-слогане“ (Славујевић 2007: 153-154). Осим слогана у којима се модални садржај експлицитно исказује модалним глаголима или императивом, обратићемо пажњу и на њихову позицију и проширења у инаугурационим говорима председника Србије и Сједињених Америчких Држава у релевантним изборним годинама 2008, 2012. и 2016. У случају Сједињених Америчких Држава церемоније инаугурације се традиционално одржавају 20. јануара наредне године, па су говори Барака Обаме из 2009. и 2013, а говор Доналда Трампа из 2017. године.

Персуазивна сила модалних средстава се може испољити на неколико начина. У наредном потпоглављу, уз тумачење примера у реалним дискурсима, српском и америчком, препознајемо персуазивни ефекат прво код динамичке модалности, а потом и код деонтичке. Корпусна грађа за политичке слогане у српском и америчком политичком дискурсу за период од 2008. до 2017. године показује да је употреба динамичких модала много ређа у односу на деонтичку модалност, што не значи да примери слогана у којима је присутна динамичка модалност остварују мањи персуазивни ефекат. Уколико се слогани у оба дискурса сагледају дијахронијски, примећује се да постоје извесна понављања како у избору лексике, у виду кључних речи које код бирачког тела активирају све рецепторе, тако и кроз читаве слогане који се у одређеним интервалима изнова експлоатишу чак и међу странкама које су историјски опоненти.

3.2.1. Динамичка модалност

Један од најпознатијих слогана у америчком политичком дискурсу је слоган *Yes, we can!* Барака Обаме који настаје на почетку политичке кампање за председника Америке јануара 2008. године и утркивања са другим кандидатом за представника из редова Демократске партије Хилари Клинтон. *Yes, we can!* је пример употребе динамичке модалности у америчком политичком дискурсу, који по Палмеровој дефиницији садржи модални глагол *can* и указује на способност. Ова способност се у Обаиној кампањи не односи само на Обаму као говорника већ је инклузивне природе и упућена је читавом бирачком телу, не само симпатизерима демократа, већ и симпатизерима републиканаца, целом америчком друштву. Још на први поглед, Обаин слоган *Yes, we can* указује на синтезу неколико различитих лингвистичких области и приступа проучавања у језику. У прагматичким оквирима говоримо о односу говорника и слушаоца, у овом случају америчког бирачког тела. Ако се сетимо Нормана Ферклафа, који у својој књизи *Језик и моћ* тврди да је једнак однос моћи између говорника и слушаоца само утопијска слика, Барак Обама својим слоганом то демантује. Заменицом *we* Обама успоставља такав однос са бирачким телом да се позиција говорника и слушаоца изједначавају у заједничкој мисији. Остварење Грајсовог кооперативног принципа је овде очигледно. Између говорника и слушалаца се успоставља интерактивни однос, што се нарочито види кроз реакцију публике на садржај говора из кога је проистекао слоган за читаву кампању, као и кроз одјек овог слогана и у демократском ривалском клубу Хилари Клинтон.

Слоган *Yes, we can* функционише оптимистички, адхортативно и мотивишуће и тако покретачки делује на електорат. Позитивна енергија која се преноси слоганом делује афирмативно на гласаче који препознају потребу за променом и интензивира њихову вољу за проактивним приступом у решавању социјалних и економских проблема. Хоџиз (2014: 351) наводи да се настанак овог слогана везује за митинг Обаиних присталица у Њу Хемпширу јануара 2008. Слоган као да је спонтано настао из говора и потом постао независан да обележи читаву политичку кампању те године. Интересантно је да је посвећена публика понављала овај слоган током Обаиног говора и да је у неком тренутку слоган одзвањао као рефрен.

У сваком обраћању публици, а нарочито када се ради о кандидатима за председника, задатак говорника у прагматичком смислу подразумева конструисање модела знања слушаоца који је релевантан за актуелни ситуациони контекст. Слушалац такође треба да конструиса модел знања говорника за тај исти контекст да би се комуникација глатко одвијала. Тај модел знања је у случају Обаиног слогана и говора у Њу Хемпширу одређен културно-историјским информацијама и искуству које дели цело америчко друштво. Кроз заједничку основу, Обама иступа као равноправни члан тог америчког друштва, као „један од нас“ који дели судбину свих Американаца. Он није ауторитаран већ има улогу да покрене, подсети и пробуди гласачко тело као визионар. Слоган *Yes, we can* долази из пркоса свима онима који не верују у способност и вољу народа који је спреман за промене⁷¹. Ту способност Обама прати кроз историју Америке доказујући свима да су преци имали јаку вољу и да су успели да помере границе. *Yes, we can* се односи на подухвате из прошлости на разним пољима – укидање ропства, имиграцију, гарантовање слободе за све грађане, владавину права, једнакост свих грађана, право гласа код жена и многе друге. *Yes, we can* је такође оријентисано и ка будућности јер представља подстицајну поруку упућену гласачком телу ослабљеног ентузијазма да имају моћ да се изборе за боље.

⁷¹ Ове промене се могу односити на мењање друштва на боље, али и на промену власти јер је до Обаине победе и инаугурације као 44. председника Америке на челу био републиканац Џорџ Буш Млађи.

Хоџиз (2014: 352) тврди да слоган *Yes, we can* није нов у политичкој историји. Седамдесетих година 20. века у Шпанији се као пандан енглеском *Yes, we can* појавио слоган *Si, se puede*. Овај слоган на шпанском језику постао је поклич радничког покрета Уједињени фармери који је предводио Сесар Чавез. Осим исте верзије слогана на различитим језицима, Шпанцима и Американцима је заједничко и то што се кроз овај слоган показује континуирана борба за друштвену промену. Обамина слоган личи и слогану *Honest. Able. Fearless* Ала Смита, који је био гувернер Њујорка и демократски кандидат за председника САД на изборима 1928. године. Овај концизни слоган такође даје до знања гласачком телу да постоје способност и воља за бољу будућност, с тим што се ови придеви претежно перцепирају као лични квалитети кандидата. Динамичка модалност је присутна у још једном сличном слогану. Реч је о слогану *Jeb can fix it* из 2016. бившег гувернера Флориде Џона Буша, млађег брата бившег америчког председника Џорџа Буша Млађег, који је уз Трампа био један од кандидата за председника из редова републиканаца. Овај слоган је изразито персонализован и намерава да кандидата прикаже као месију који уме да поправи ствари које су кренуле наопако након двоструког мандата Барака Обаме.

Интензитет Обаминог слогана одјекнуо је и у ривалском табору исте странке где се за кандидатуру из редова демократа борила Хилари Клинтон. Хоџиз наводи (2014: 362) да је њен слоган *Yes, she will* реформулација Обаминог слогана у коме критички напада противкандидата и за себе каже да обећања претвара у акцију, речи у решења, а наду у реалност. Из перспективе лингвистичке прагматике, слоган *Yes, she will* представља комисион којим се кандидаткиња обавезује на испуњење обећања датог пред аудиторijумом. Истовремено, модални глагол *will* указује и да је реч о вољи и спремности кандидаткиње да буде иницијатор промена које су потребне америчком друштву.

Персуазивни ефекат који се постиже употребом модалних и других језичких средстава у политичким слоганима је и први ниво у стварању персуазивног низа елемената који могу бити и ванлингвистичке природе. За повећање интензитета персуазивности лингвистички садржаји попут модализованих исказа се умотавају у слојеве различитих маркетиншки стратешких поступака нарочито у жеку политичких кампања. Два таква интегрисана поступка догађају се како у америчком, тако и у српском политичком дискурсу кроз употребу слогана у песмама и кроз ангажовање познатих личности који због свог утицаја и угледа бивају одабрани да изговарају или певају слогане политичких партија. Конкретно, Обамина слоган *Yes, we can* нашао се у песми америчког репера Вил Ај Ема која је забележила преко 25 милиона прегледа на Јутјубу, па је интензитет слогана постао већи када су вербалном коду прикључени аудитивни и визуелни ефекти.

И у српском политичком дискурсу је избор примера динамичке модалности у слоганима мањи у односу на деонтичку. Слоган *Ко сме, тај и може* политичке опције Двери за изборе 2.4.2017. интерпретирамо као пример динамичког модализованог исказа јер упућује на условљену способност агенса или вршиоца радње. Овај слоган није оригиналан, већ представља скраћену верзију цитата српског генерала Живојина Мишића у Првом светском рату који у целини гласи: „*Ко сме тај може. Ти не знаш за страх, а ко не зна за страх, тај бије и иде напред*“. У случају слогана покрета Двери карактеризација кандидата или гласача ове политичке опције говори о непоколебљивости, смелости, неустрашивости и одлучности у уклањању препрека на путу ка бољој будућности и упоређује се са подухватима Живојина Мишића, једне од најважнијих личности у српској историји. Слоган *Ко сме, тај може* се може упоредити са Обаминам *Yes, we can* јер се у оба случаја имплицирају подухвати предака који су значајни за историју народа, а у лингвистичком смислу имају исте модалне форме које нам говоре да се ради о инхерентној динамичкој модалности.

Десет година раније Покрет снага Србије иступио је са слоганом *Србија има снаге*, који би се могао категорисати као декларатив, али га овде интерпретирамо и као парадигму инхерентне динамичке модалности, где *Србија има снаге* кореспондира са *Србија може*, односно *Србија има потенцијал*, али је због назива покрета лексема *снага* имала овде више смисла. Суштина ове идеје је да се пошаље кључна стимулација српском бирачком телу које може да покрене промене на боље. Србија је овде представљена метонимијски као особа која делује уморно и којој треба подстицај да би се активирала.

Вук Јерemiћ је на изборима априла 2017. године наступио у групи грађана под слоганом *Морамо боље*. Иако садржи модални глагол *морати*, који доминира пољем деонтичке модалности, овај слоган препознајемо као инхерентну потребу говорника, а не као наметнуту обавезу из спољашње средине, те је стога смештамо у динамичку модалност. Код слогана *Морамо боље* примећујемо унутрашњу силу која мотивише субјекта и даје му до знања да корен промене лежи у њему самом и да је неопходно да се сам покрене ако жели да му буде боље. Инхерентна потреба која се манифестује у Јерemiћевом слогану се, због првог лица множине, не односи само на индивидуалну унутрашњу потребу, већ указује на свест о колективној потреби за променом. Овај слоган наставља касније своју динамичку путању и алтернативно се употребљава са *Србија може боље* где је кроз глагол *моћи* евидентно значење способности у динамичкој модалности.

3.2.2. Деонтичка модалност

Слогани у којима је заступљена деонтичка модалност знатно су бројнији у односу на динамичку и у српском и у америчком политичком дискурсу. Деонтичка модалност се најдиректније изражава модалним глаголима и предикативним придевима (попут *be allowed to* за означавање дозволе), као и императивом и лексичким глаголима. Корпусну грађу за деонтичку модалност делимо у две групе. Прва група садржи експлицитне примере деонтичке модалности која се исказује лексичким или модалним глаголима, док другу групу чине елидовани директиви. Персуазивни ефекат се код деонтичке модалности, пре свега директива, постиже усмеравањем деловања адресата.

Први слоган који овде издвајамо је *Make America Great Again*, слоган америчког председника Доналда Трампа који је инаугурисан 20. јануара 2017. године као 45. амерички председник. Историја слогана који је Трамп користио у својој кампањи води нас до председничке кампање републиканца Роналда Регана из 1980. године када је у оригиналу овај слоган гласио: *Let's Make America Great Again*. Слоган се појављује и у кампањи Била Клинтона из 1992. године, али не у склопу назива кампање као што је то случај био са Реганом и Трампом, већ као сегмент који је провучен у његовим обраћањима.

У лингвистичком смислу овај слоган се састоји од лексичког глагола *make* који је употребљен у императиву. Дакле, реч је о директивном исказу који се упућује бирачком телу коме се споља намеће обавеза да гласањем за републиканског кандидата Трампа Америку поново учини великом (сјајном и јаком). Деонтичка нужност овде долази од ауторитета који своју илокуциону силу усмерава на гласаче и чека извршење наредбе, тј. реализацију своје намере. Директиви су већином временски неограничени, осим ако не садрже адвербијалне фразе које их могу ограничити (Лајонс 1977:831). У случају Трамповог слогана, директив се смешта у временски ограничен простор у коме је могуће извршење, тј. рестаурација америчких вредности и економске моћи. Слоган не садржи адвербијал попут *soon, next week* итд, али садржи лексему *again* која указује на актуелно слабљење државе у економском, образовном и друштвеном смислу и имплицира нужност за тренутно предузимање одговарајућих мера.

Друга перспектива из које бисмо могли да посматрамо овај слоган је ако бисмо подразумевали да се испред глагола *make* налази *I will*. Тако бисмо дошли до комисивног исказа *I will make America great again* који се негде и имплицира на основу тога коме слоган припада и ко га изговара. Овакав исказ намеће и моралну одговорност да се испуни обећање дато у јавности и обавезује говорника на његову реализацију. Персуазивни ефекат код комисивних исказа постиже се уверавањем слушаца у истинитост својих намера. Обећања која су јавно дата у извесној мери су и гаранција читавом бирачком телу за искреност говорника. Имајући у виду да се не заборављају тако лако, политичка обећања, уколико се не испуне, могу постати контрапродуктивна по политичког кандидата. Комисивна проширења оригиналног директивног исказа присутна су у завршном делу Трамповог инаугурационог говора у коме Трампова мисија постаје заједничка употребом заменице *we*:

(242) *Together, we will make America strong again. We will make America wealthy again. We will make America proud again. We will make America safe again. And, yes, together, we will make America great again.* (Трампов инаугурациони говор 20.1.2017)

Слоган *Make America Great Again* би имао и својства исказа способности који припада динамичкој модалности уколико бисмо имплицирали да се испред глагола *make* налази *I can*.

Овакав приступ је и сувише личан и подразумевао би искључиво индивидуалне заслуге за постигнуте резултате. Ефекат би био сличан слогану *Jeb can fix it*, који смо објаснили у делу о динамичкој модалности. Осим тога, у оба слогана се двома лексемама указује на незавидну ситуацију у привреди. Код Трампа је то *again*, а код Буша *fix*.

У случају Реганове верзије слогана *Let's Make America Great Again* добијамо кооперативну слику односа између Регана као политичког кандидата и гласача који заједно са њим треба да делују удруженим снагама како би дошли до заједничког циља. Читава фраза је подстицајна и охрабрујућа, а ефекат на публику је сличан као код Обаминог слогана *Yes, we can*. Реганова верзија слогана илуструје примену теорије учтивости коју су први пут објавили Левинсон и Браунова 1978. године у једној публикацији, а 1987. утемељили у делу *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Реган је овом верзијом слогана свесно или несвесно разумео да људи не прихватају команде тек тако и да не воле да им се одузима или ограничава слобода мишљења или деловања. У том смислу је овде примењена и теорија акомодације, односно прилагођавање исказа слушаоцима (енг. *audience design*) ради стварања јачег убеђивачког ефекта.

Ипак, без обзира на Трампову одлуку да га представи као директив, овај слоган је у тренутку када је то било потребно одјекнуо у америчкој јаности у тој мери да је, показало се, био драстично бољи од слогана Хилари Клинтон *Stronger Together*. Поред Хиларине реакције и покушаја деманта да је Америка одувек била велика (и још увек је), Трампов слоган је победио из више очигледних разлога. Пре свега, деонтички модализован исказ тренутно позива на деловање. Кључна порука је та да би поново била велика, Америка мора да се активира и да ради, а такав ефекат се постиже директивним исказима. Други разлог је једноставна језичка форма директивног исказа у слогану која је успела да обухвати читав културно-историјски контекст, односно да у кратком облику каже много тога. Трећи разлог је хијерархијска позиција онога који изовара слоган, у лингвистичком смислу извор деонтичке нужности, говорник од ауторитета и угледа који се интерпретира као вођа са непоколебљивим самопоуздањем и јаком амбицијом.

У српском политичком дискурсу експлицитне парадигме директива илуструју се у следећим слоганима *Подржи Србију!* (ДСС-НС, 2008), *Устани, Србијо!* (СПС-ПУПС-ЈС, 2008), *Покренимо Србију* (СНС, 2012) у којима лексема Србија метонимијски стоји за гласаче, односно грађане државе Србије. Сви наведени слогани су примери деонтички модализованих исказа који садрже покретачку силу која треба да активира, чини се, летаргично и успавано друштво. Поред модализације исказа, ови слогани изузетно кратке форме, садрже и лексеми *Србија*, која код рецепијената лакше побуђује различите емоције - емпатију, љубав, понос, пркос или нетрпељивост (Слијепчевић 2016: 63). Овде посебно издвајамо партиотске емоције будући да се кроз слогане као кратке садржајне форме могу обухватити и културно-историјски елементи. У примеру *Устани, Србијо!* тако постоји алузија на родољубиву песму *Востани Србије!* коју је пред почетак Првог српског устанка написао Доситеј Обрадовић као охрабрење у борби против Османског царства. Емотивни патриотски садржај као део заједничке основе усмерава деловање гласача и манипулативно утиче на доношење одлука.

Модална употреба лексичког глагола у слогану *Србија побеђује* Српске напредне странке 2016. године на парламентарним изборима огледа се у употреби презенте за будућност глагола *победити*. Облик презенте за будућност указује на висок степен убеђености лидера и саме политичке партије у извесност будућег догађаја или намере која треба да се оствари. Дакле, илокуциона сила се овде исказује помереном употребом презенте.

Примере облика деонтичке модалности разликујемо и у елидованим конструкцијама у којима нема глагола, али се он подразумева, као и у конструкцијама *за + акузатив*. Један од таквих слогана је и *Напред, Србијо!* Српске радикалне странке из 2008. године којим одјекује војнички командни тон и војничка дисциплина. Због својих импликација чини се да је ова команда по хијерархији највиша, а да је персуазивна сила, макар у теорији и имајући у виду послушност војске, најинтензивнија. Исти слоган, али у још краћој форми, употребио је на изборима за председника Америке 2012. године Барак Обама. Слоган гласи *Forward* и, након једног од најуспешнијих слогана из 2008. *Yes, we can*, односи се на потребу за континуитетом у спровођењу започетих реформи за време Обаминог првог мандата. Варијанта истог слогана појавила се и у редовима Демократске странке 2008. коју је тада предводио Борис Тадић. *Само напред* је слоган који је готово истоветан у истом тренутку са потпуно супротном политичком струјом – радикалима. Тадићев слоган је употребљен и у завршном делу његовог инаугурационог говора којим се сумира читава његова кампања.

За + акузатив је конструкција у којој се може подразумевати директив *гласај/ гласајте*. *За европску Србију* (ДС-Г17 плус-СДП-СПО-ЛСВ, 2008), *За јаку и стабилну Србију* (ДС, 2008), *За Србију без страха* (Саша Јанковић, 2017) су неки од препознатљивих слогана у претходном периоду који говоре много о политици деловања српских власти. У слогану Бориса Тадића синтагма *европска Србија*, иако према географском али не и политичком припада Европи, указује на стремљење ка пуноправном чланству у ЕУ и значају процеса придруживања. *За Србију без страха* је слоган Саше Јанковића из 2017. године чији је убеђивачки ефекат интензивирањем уз подршку стотине јавних личности. Конструкција *за + акузатив* неминовно се тумачи и као изказ у коме се изражава јака жеља за нечим, те тако у овим слоганима уочавамо и јаку волитивну илокуциону силу⁷².

Брже, јаче, боље! је слоган Српске напредне странке из 2017. године који је пример елидованог директива командног карактера. Компаративни облици *прилога брз, јак и добар* указују прво на самоевалуацију истичућег мандата владајуће странке, а потом и на намеру за континуитетом у политици деловања у истом смеру. Дакле, могуће је уочити компарацију између дотадашњег начина рада владајуће странке и будућег на које се обавезује. Исказ којим се говорник обавезује на реализацију будуће радње указује да се ради о комисију, што је поред директива још једно могуће тумачење. Носилац илокуционе силе је оријентација ка будућности.

Брже, јаче, боље! је слоган настао крајем 19. века чији је аутор Анри Дидон, францускодоминикански проповедник који је речима на латинском језику *Citius, altius, fortius!* у значењу *Брже, више, јаче* бодрио своје ученике да се уз формално и теоријско образовање баве и спортом. Ова латинска сентенца је постала мото Олимпијских игара, а њена адхортативна или мотивациона функција усмерена је ка свим спортистима. Вучићев слоган је и графички обрађен тако да је компаративни прилог *јаче*, који корелира са компаративним прилогом *више* тако и представљен. *Брже, јаче, боље* осим интерпретације у којој има подстицајну функцију, може имати и критичку командну функцију усмерену на оперативце или извршитеље реформи од којих се очекује више. Предизборни спот у коме се слоган појављује део је рефрена *Ми идемо напред брже, јаче, боље*, па овде уочавамо и да се компарација не врши само са резултатима које је до тада постигла владајућа странка, већ и са способношћу опозиције.

⁷² Искази којима се изражава жеља (и способност) припадају динамичкој модалности.

4. Закључак

У овом истраживању предмет анализе била је персуазивна сила у политичком дискурсу остварива кроз употребу појмовних метафора и модалних средстава у два језика – енглеском и српском. За потребе истраживања и описивање свих добијених резултата ослонили смо се на интегративни когнитивнолингвистички и прагматички модел, односно, метафорички модел уоквиривања за анализу појмовних метафора и социо-когнитивни приступ у интеркултурној прагматици. Метода коју смо користили је комбинација квантитативне, имајући у виду ручно сакупљену корпусну грађу, и квалитативне, која подразумева тумачење и интерпретацију корпуса на српском и енглеском језику. Корпусна грађа за анализу у дисертацији за период од 2008. до 2017. године укључила је текстове из дневних и недељних листова на српском и енглеском језику, као и обраћања политичких кандидата у току саме изборне кампање и непосредно након објављивања изборних резултата. У фокусу језичке анализе нашле су се најфреквентније метафоричке структуре, односно, доминантни примери метафоричког језика у политичком дискурсу на два језика – српском и енглеском, као и централни слогани политичких партија који имају модални карактер. Сви наведени примери посматрани су као језичка средства са великим персуазивним и манипулативним потенцијалом.

Као главне циљеве у истраживању поставили смо следеће:

- описати теоријске одређености појма персуазивности, односно убеђивања, у реторичким оквирима од античких дана;
- прегледати и критички размотрити доступну научну литературу из области когнитивне лингвистике, критичке анализе дискурса, прагматике и модалности релевантне за сам предмет истраживања;
- утврдити начин концептуализације и структурирање апстрактног искуства помоћу изворних домена појмовних метафора у енглеском и српском;
- утврдити ефекат убеђивања у политичком дискурсу кроз употребу појмовних метафора и модалних средстава, пре свега кроз деонтичку и динамичку модалност у политичким слоганима у енглеском и српском језику;
- утврдити разлоге и начине прилагођавања говора и садржаја говора према типу или врсти слушаоца;
- утврдити сличности и разлике у језичкој реализацији појмовних метафора и модалних средстава у политичком дискурсу у енглеском и српском језику.

Персуазивност смо временски лоцирали још у антички свет када се она препознаје као кључни циљ у комуникацији између говорника и слушаоца. Реторичка вештина која се бави језичким средствима уверавања дефинисана је од Коракса, преко софиста, затим до Сократа, Платона и Аристотела. Персуазивни ефекат у овој дисертацији посматрали смо у домену политичког дискурса, те смо у теоријском делу рада описали најзначајније концепте из области анализе дискурса, критичке анализе дискурса и на крају дефинисали политички дискурс. Однос између говорника и слушаоца (слушалаца) у комуникацијском процесу, као и процес стварања значења, посматрали смо из угла прагматике и интеркултурне прагматике. Објаснили смо да је успешна комуникација условљена интеракцијом између говорника и слушаоца кроз динамичко и интерактивно генерисање заједничке основе и контекста. Такође, утврдили смо и да је за прихватање говорникових истина, односно, остварење персуазивних циљева неопходно вишеструко прилагођавање слушаоцима. Начин концептуализације апстрактних појмова објаснили смо кроз теорију појмовних (концептуалних) метафора које се од објављивања капиталног дела Џорџа Лејкофа и Марка Џонсона 1980. године не сматрају више књижевним и стилским украсима, већ механизмима

за структурирање реалности. Смештањем метафора у домен мишљења појавио се потенцијал за усмеравање начина концептуализације апстрактних појмова попут друштвено-политичких и економских проблема који је најочигледнији у политичком дискурсу. Квалитативном методом смо утврдили да се персуазивни ефекат постиже тзв. намерним метафоричким уоквиривањем, односно, игнорисањем и занемаривањем непожељног садржаја и наглашавањем пожељног садржаја. Што се тиче модалних средстава, уочили смо присуство деонтичке и динамичке модалности у слоганима у оба политичка дискурса и да персуазивну функцију обављају у највећој мери директивни, затим комисиони и волитивни искази, као и искази способности (абилитиви). Компаративном методом дошли смо до закључка да присуство појмовних метафора и модалних средстава, како у српском тако и у америчком политичком дискурсу, одређује начин концептуализације друштвене реалности и утиче на доношење одлука.

На почетку истраживања постављене су и следеће хипотезе које су анализом у другом делу рада и потврђене:

- употребом метафоре у политичком дискурсу постиже се боље разумевање сложенијих ситуација и апстрактног искуства и консолидује сазнање бирачког тела о одређеном проблему или теми;
- употребом метафоре и модалних средстава гласачко тело се може усмерити ка одређеном начину размишљања, па чак и манипулисати;
- помоћу метафоре и модалних средстава неповољне чињенице или проблеми у друштву се могу замагљивати, док се позитивне промене могу ставити у први план;
- будући да је употреба метафора и модалирање исказа својствено како српском, тако и енглеском политичком дискурсу, персуазивни ефекат кроз употребу појмовних метафора и модалних средстава ће у ова два дискурса у најмању руку бити сличан.

У српском и америчком политичком дискурсу појмовне метафоре и модална средства посматрана су као доминантна језичка средства која имају убеђивачку функцију. На површинском нивоу употреба метафора у политичком дискурсу је пожељна због тема које су предмет тог дискурса. Просечан гласач прихвата метафорички начин изражавања јер му је на тај начин лакше да интерпретира комплексне појмове са којима се сусреће. Уз помоћ метафоричке концептуализације стварности, просечан бирач је упознат са актуелним друштвено-политичким дешавањима и осећа припадност онима са којима дели своје ставове, што у психолошком смислу изазива осећај задовољства. На дубинском нивоу је употреба метафора стратешко средство за постизање манипулативних циљева и то метафоричким уоквиривањем и избором пожељних изворних домена.

Персуазивност модалних средстава остварује се у највећој мери у политичким слоганима. Кратке модализоване дискурсне форме попут слогана постају резонатори и служе као сиже једној свеукупној пропагандној поруци усмереној на гласачко тело. Вишеструка интерпретација модализованих слогана показала је потенцијал који овако кратке језичке форме имају за остваривање персуазивних циљева. На основу спроведених анализа можемо закључити да персуазивност у политичком дискурсу у највећој мери зависи од лингвистичког садржаја, па се због тога мора нагласити значај свих језичких средстава који доприносе стварању убеђивачког перлокуционог ефекта на бирачко тело. Сва остала убеђивачка средства, која могу бити ванлингвистичке природе, се на језички ниво само надограђују. У будућности нам остаје да испитамо које комбинације језичких и ванјезичких инструмената доводе до најинтензивнијих персуазивних ефеката.

LITERATURA

- Aristotel (1987) *Retorika 1/2/3*. Nezavisna izdanja 40. Beograd
- Austin, J. L. (1975) *How to do things with words* (Vol. 88). Oxford university press.
- Bandura, A. (1989) Social cognitive theory. In R. Vasta (Ed.), *Annals of child development*. Vol. 6. Six theories of child development (pp. 1-60). Greenwich, CT: JAI Press.
- Bell, A. (1984). Language style as audience design. *Language in society*, 13(2), 145-204.
- Birner, B. J. (2012) *Introduction to pragmatics* (Vol. 38). John Wiley & Sons.
- Bogetić, K. (2018) *Metafore o engleskom i srpskom jeziku u britanskom odnosno srpskom novinskom diskursu*, doktorska disertacija, Beograd: Filološki fakultet
- Bosman, J. (1987) Persuasive effects of political metaphors. *Metaphor and Symbol*, 2(2), 97-113.
- Bosman, J. & Hagendoorn, L. (1991) Effects of literal and metaphorical persuasive messages. *Metaphor and Symbol*, 6(4), 271-292.
- Bougher, L. D. (2012) The case for metaphor in political reasoning and cognition. *Political Psychology*, 33(1), 145-163.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987) *Politeness: Some universals in language usage* (Vol. 4). Cambridge University Press.
- Bybee, J, Perkins, R, & Pagliuca, W. (1994) *The evolution of grammar: Tense, aspect, and modality in the languages of the world*. University of Chicago Press.
- Cameron, L. & Deignan, A. (2003). Combining large and small corpora to investigate tuning devices around metaphor in spoken discourse. *Metaphor and Symbol*, 18(3), 149-160.
- Charteris-Black, J, *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. Palgrave-MacMillan.
- Charteris-Black, J. (2006) Britain as a container: immigration metaphors in the 2005 election campaign. *Discourse & Society*, 17(5), 563-581.
- Chilton, P. (2004) *Analysing political discourse: Theory and practice*. Routledge.
- Clark, H. H. (1996) *Using language*. Cambridge university press.
- Copleston, F. (1999) *History of philosophy* (Vol. 8). Bloomsbury Publishing.
- Cruse, A. (2006) *Glossary of semantics and pragmatics*. Edinburgh University Press.
- Deignan, A. (2005). *Metaphor and corpus linguistics* (Vol. 6). John Benjamins Publishing.
- Deignan, A. (2015). MIP, the corpus and dictionaries: What makes for the best metaphor analysis?. *Metaphor and the Social World*, 5(1), 145-154.
- Duranti, A, (1997) *Linguistic anthropology*. Cambridge University Press.
- Đurić, M. N. (1996) *Istorija helenske književnosti*. Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Đurić, M. N, Dimitrijević, D. & Pijanović, P. (1997) *Istorija helenske etike*. Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Evans, V. & Green, M. (2006) *Cognitive linguistics: An introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Evans, V, Bergen, B, & Zinken, J. (2007) *The cognitive linguistics reader*. Equinox Publishing Ltd.
- El Refaie, E, (2001) Metaphors we discriminate by: Naturalized themes in Austrian newspaper articles about asylum seekers. *Journal of Sociolinguistics*, 5(3), 352-371.
- Enfield, N. J. (2008) Common ground as a resource for social affiliation. *Intention, common ground and the egocentric speaker-hearer*, 223-254.
- Fairclough, N. (2001) *Language and power*. Pearson Education.
- Fillmore, C. J. (1975) An alternative to checklist theories of meaning. In *Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society* (Vol. 1, pp. 123-131).
- Geach, P. & Black, M. (1960) *Philosophical writings of Gottlob Frege*. Oxford: Blackwell.
- Geeraerts, D. (Ed.), (2006) *Cognitive linguistics: Basic readings* (Vol. 34). Walter de Gruyter.
- Geeraerts, D., & Cuyckens, H. (Eds.), (2007) *The Oxford handbook of cognitive linguistics*. Oxford University Press.

- Gibbs, R. & Colston. Image schema. In: Geeraerts, D. (Ed.), (2006) *Cognitive linguistics: Basic readings* (Vol. 34). Walter de Gruyter.
- Gibbs, R. W. (2007) Why cognitive linguists should care more about empirical methods. *Methods in cognitive linguistics*, 2-18.
- Gibbs Jr, R. W. (Ed.), (2008) *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. Cambridge University Press.
- Giles, H. (Ed.). (2016). *Communication accommodation theory: Negotiating personal relationships and social identities across contexts*. Cambridge University Press.
- Giora, R. (2003) *On our mind: Salience, context, and figurative language*. Oxford University Press.
- Goatly, A. (2007) *Washing the Brain Metaphor and Hidden Ideology* (Vol. 23). John Benjamins Publishing.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Gross, A. G., & Dearin, R. D. (2002). *Chaim Perelman*. SIU Press.
- Hart, C. (2011) Moving beyond metaphor in the cognitive linguistic approach to CDA. *Critical discourse studies in context and cognition*, 43, 171.
- Horn, L., & Kecskés, I. (2013) Pragmatics, discourse and cognition. *Yale University*, 355-375.
- Hodges, A. (2014) Yes, we can: The Social Life of Political Slogan, *Critical Discourse Studies*, Carnegie Mellon University, 349–366.
- Jeger, V, Kostrešević, O. & Gojković, D. (1991). *Paideia: oblikovanje grčkog čoveka*. Književna zajednica Novog Sada.
- Johnson, J. T., & Taylor, S. E. (1981) The effect of metaphor on political attitudes. *Basic and Applied Social Psychology*, 2(4), 305-316.
- Johnson, M. (1987) *The body in the mind: The bodily basis of meaning, imagination, and reason*. University of Chicago Press.
- Kecskes, I. & Mey, J. (Eds.), (2008) *Intention, common ground and the egocentric speaker-hearer* (Vol. 4). Walter de Gruyter.
- Kecskes, I. (2014) *Intercultural pragmatics*. Oxford University Press.
- Keysar, B. (2008) Egocentric processes in communication and miscommunication. *Intention, common ground and the egocentric speaker-hearer*, 277-296.
- Kövecses, Z. (2003) *Metaphor and emotion: Language, culture, and body in human feeling*. Cambridge University Press.
- Kövecses, Z. (2008) Conceptual metaphor theory: Some criticisms and alternative proposals. *Annual review of cognitive linguistics*, 6(1), 168-184.
- Kovecses, Z. (2010) *Metaphor: A practical introduction*. Oxford University Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2003) *Metaphors we live by*. University of Chicago press.
- Lakoff, G. (2006) “The contemporary theory of metaphor.” in: *Cognitive Linguistics: Basic Reading*, ed. Dirk Geeraerts, 185-239. Berlin-New York: Mouton de Gruyter,
- Lee, S. & Schwartz, N. (2014) Metaphor in Judgement and Decision Making. In: Landau, M. E., Robinson, M. D., & Meier, B. P. (2014). *The Power of Metaphor: Examining its influence on social life*. American Psychological Association.
- Leech, G. N. (1989) *Principles of pragmatics*. Routledge.
- Leech, G. N. (2014) *The pragmatics of politeness*. Oxford University Press, USA.
- Leezenberg, M. (2001) *Contexts of metaphor*. Brill.
- Levinson, S. C. (1983) *Pragmatics*, Cambridge University Press. *Cambridge UK*.
- Low, G., & Cameron, L. (1999) Operationalising ‘metaphor’ for applied linguistic research. In *Researching and applying metaphor*. Cambridge University Press.
- Lyons, J. (1977) *Semantics*. (2 vols.) Cambridge.
- Mao, L. R. (1994) Beyond politeness theory: ‘Face’ revisited and renewed. *Journal of pragmatics*, 21(5), 451-486.

- Mey, J. (2001) *Pragmatics. An Introduction*. Blackwell Publishing
- Mio, J. S. (1997) Metaphor and politics. *Metaphor and symbol*, 12(2), 113-133.
- Muhić, E. (2016) *Strategije konstruisanja značenja u savremenom američkom diskursu*, doktorska disertacija, Beograd: Filološki fakultet
- Musolff, A. (2004) *Metaphor and political discourse: analogical reasoning in debates about Europe*. Palgrave Macmillan.
- Nuyts, J. (2001) *Epistemic modality, language, and conceptualization*. John Benjamins.
- Ottati, V, Renstrom, R, Price, E. (2014) The Metaphoric Framing Model: Political Communication and Public Opinion. In Landau, M. E., Robinson, M. D., & Meier, B. P. (2014). *The power of metaphor: Examining its influence on social life*. (pp. 179–202). American Psychological Association.
- Palmer, F. R. (1986) *Mood and modality*. Cambridge University Press.
- Palmer, F. R. (2001) *Mood and modality*. Cambridge University Press.
- Palmer, F. R. (2013) *Modality and the English modals*. Routledge.
- Partington, A., & Taylor, C. (2018) *The language of persuasion in politics: An introduction*. Routledge.
- Perelman, C, Olbrechts-Tyteca, L, Wilkinson, J, & Weaver, P. (1971) *The new rhetoric: A treatise on argumentation*. London
- Piper, P. (2005). *Sintaksa savremenoga srpskog jezika: prosta rečenica*. Institut za srpski jezik SANU.
- Portner, P. (2009) *Modality* (Vol. 1). Oxford University Press.
- Prčić, T. (2010) Mali englesko-srpski rečnik pragmatičkih termina. In V. Vasić (Ed.), *Diskurs i diskursi: Zbornik u čast Svenki Savić* (pp. 399-416). Novi Sad: Filozofski fakultet
- Radovanović, A. (2016) *Modalna značenja sredstava za izražavanje futuralnosti u engleskom i srpskom jeziku*, doktorska disertacija, Beograd: Filološki fakultet
- Rakić, J. (2014) *Kulturološki aspekti konceptualizacije prototipičnih emocija u engleskom jeziku*, doktorska disertacija, Beograd: Filološki fakultet
- Rasulić, K. & Klikovac, D. (2014) *Jezik i saznanje. Hrestomatija iz kognitivne lingvistike*. Beograd. Filološki fakultet.
- Sadock, J, Speech Acts. In L. Horn, & G. Ward (Eds.), (2006) *The Handbook of Pragmatics* (pp. 53-73). Oxford: Blackwell Publishing.
- Santa Ana, O. (2002) *Brown tide rising: Metaphors of Latinos in contemporary American public discourse*. University of Texas Press.
- Santa Ana, O. (1999) *Like an animal I was treated'*: Anti-immigrant metaphor in US public discourse. *Discourse & society*, 10(2), 191-224.
- Searle, J. R. (1969) *Speech acts: An essay in the philosophy of language* (Vol. 626). Cambridge university press.
- Searle, J. R. (1979) *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts*. Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1983) *Intentionality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Semino, E. (2008). *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Semino, E., Demjén, Z., & Demmen, J. (2016). An integrated approach to metaphor and framing in cognition, discourse, and practice, with an application to metaphors for cancer. *Applied Linguistics*, 39(5), 625-645.
- Silaški, N., Đurović, T., & Radić-Bojanić, B. (2009a) *Politička scena kao ratno poprište-politički diskurs Srbije sa aspekta kognitivne lingvistike. KROZ JEZIKE I KULTURE ACCROSS LANGUAGES AND CULTURES*, 189.
- Silaški, N., Đurović, T., & Radić-Bojanić, B. (2009b) *Javni diskurs Srbije: kognitivističko-kritička studija*. Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta.

- Slavujević, Z. (2007) *Izborne kampanje: pohod na birače: slučaj Srbije od 1990. do 2007. godine*, Beograd: Friedrich Ebert Stiftung: Fakultet političkih nauka: Institut društvenih nauka.
- Slijepčević, S. (2016) *Jezičko-stilske odlike reklamno-propagandnog žanra u političkom diskursu*, Doktorska disertacija, Filološki fakultet, Beograd
- Stanojčić, Ž, & Popović, Lj. (1992). *Gramatika srpskoga jezika. Udžbenik za I, II, III i IV razred srednje škole. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva – Novi Sad Zavod za udžbenike i nastavna sredstva–Нови Сад: Завод за издавање уџбеника.*
- Stevanović, M. (1989). *Savremeni srpskohrvatski jezik: (gramatički sistemi i književnojezička norma). Sintaksa 2*. Naučna knjiga.
- Sweetser, E. (1984) *Semantic Structure and Semantic Change. A cognitive linguistic study of modality, perception speech acts and logical relations*, PhD Dissertation, Berkeley
- Sweetser, E. (1990) *From etymology to pragmatics: Metaphorical and cultural aspects of semantic structure* (Vol. 54). Cambridge University Press.
- Talmy, L. (1988) Force dynamics in language and cognition. *Cognitive science*, 12(1), 49-100.
- Taylor, J. R. (2003). *Linguistic categorization*. Oxford University Press.
- Thibodeau, P. H., & Boroditsky, L. (2011) Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning. *PLoS one*, 6(2), e16782.
- Thompson, S. (1996) Politics without metaphors is like a fish without water. *Metaphor: Implications and applications*, 185-201.
- Trbojević Milošević, I. (2004) *Modalnost, sud, iskaz: epistemička modalnost u engleskom i srpskom jeziku*, Beograd: Čigoja štampa
- Trbojević Milošević, I. (2016) *Poruke neizrečenog: ključevi pragmatičke analize*, Beograd, Filološki fakultet
- Schaffner, C. (1996) Political speeches and discourse analysis. *Current issues in language & society*, 3(3), 201-204.
- Schegloff, E., Jefferson, G., & Sacks, H. (1974) A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. *Language*, 50(4), 696-735.
- Shimko, K. L. (1994). Metaphors and foreign policy decision making. *Political Psychology*, 655-671.
- Van Dijk, T. A. (1995). Aims of critical discourse analysis. *Japanese discourse*, 1(1), 17-28.
- Van Dijk, T. A. (Ed.), (1997a) *Discourse as structure and process* (Vol. 1). Sage.
- Van Dijk, T. A. (Ed.), (1997b) *Discourse as social interaction* (Vol. 2). Sage.
- Van Dijk, T. A. (1998) *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage.
- Van Dijk, T.A. (2002) *Political discourse and political cognition*. In: Chilton, P., & Schäffner, C. (Eds.) *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse* (Vol. 4). John Benjamins Publishing.
- Van Dijk, T. A. (2006) *Politics, ideology, and discourse*. <http://www.discourses.org/OldArticles/Politics,%20Ideology%20and%20Discourse.pdf> приступљено 10.2.2020.
- Vesić – Pavlović, T. (2015) *Metaforička preslikavanja slikovne sheme putanje u engleskom i srpskom jeziku*. Doktorska disertacija. Beograd: Filološki fakultet
- Vitgenštajn, L. (1980) *Filozofska istraživanja*, prev. K. Maricki Gađanski. Beograd: Nolit.
- Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.), (2015) *Methods of critical discourse studies*. Sage.
- Yu, N. (2008) *Metaphor from body and culture*. The Cambridge handbook of metaphor and thought, 247-261.
- Yule, G. & Brown, G. R. (1986) *Discourse analysis*. Cambridge University Press.
- Yule, G. (1996) *Pragmatics*. New York.

Речници

- Mayor, M. (2009) *Longman dictionary of contemporary English*. Pearson Education.

RMS: Rečnik srpskoga jezika, Novi Sad: Matica srpska, 2007.

БИОГРАФИЈА

Марија Лончар је рођена 16.4.1986. године у Београду, где је завршила основну школу и Филолошку гимназију, смер за класичне језике. Школске 2005/2006. године уписала је Филолошки факултет Универзитета у Београду, студијску групу Енглески језик и књижевност и дипломирала 2009. године. Исте године уписала је мастер студије на Филолошком факултету, смер Наука о језику, где је октобра 2010. одбранила мастер рад *Употреба садашњих глаголских облика у енглеском и грчком језику – контрастивна анализа* под менторством доц. др Иване Трбојевић Милошевић. Током школовања учествовала је у Српско-америчком пројекту дописивања који је подржала Америчка амбасада у Београду.

Области научног интересовања: когнитивна лингвистика, контрастивна анализа, социолингвистика, језичка политика и планирање, методика наставе енглеског језика, билингвизам и билингвална настава, критичка анализа дискурса.

Редовно учествује на семинарима и конференцијама у земљи и иностранству. Објавила је два стручна и научна чланка:

1. Билингвална настава на немачком и српском језику на примерима ОШ „10. октобар” у Суботици, Прве нишке гимназије „Стеван Сремац” и Ваљевске гимназије / Марија Лончар // Живи језици: часопис за стране језике и књижевности. - Vol. 37, No. 1 (2017), p. 137-166
2. Статус српског језика на територији Косова и Метохије/ Марија М. Лончар // Анали Филолошког факултета. - Vol. 31, No. 1 (2019), p. 155-181

Од октобра 2011. до августа 2018. године радила је у Угоститељско-туристичкој школи у Београду на позицији наставника енглеског језика. Од 3.9.2018. запослена је у Филолошкој гимназији у Београду као наставник енглеског језика и књижевности.

Изјава о ауторству

Име и презиме аутора Марија Лончар

Број досијеа М074Д

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

Персуазивности у политичком дискурсу кроз употребу
подловних метафора и модалних средстава у енглеском и српском језику

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да дисертација ни у целини ни у деловима није била предложена за стицање дипломе студијских програма других високошколских установа;
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио/ла интелектуалну својину других лица.

Потпис аутора

У Београду, 1.9.2020.

Марија Лончар

Прилог 2.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора Марија Јотар

Број досијеа 1074

Студијски програм Језик, књижевност, култура

Наслов рада Персуазивност у стилистичком дискурсу кроз медијску подршку лексичке и

Ментор др Мара Милошевић

Изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла ради похрањивања у **Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци за добијање академског назива доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис аутора

У Београду, 1.9.2020.

Марија Јотар

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

Персонализација у истраживачком дискурсу кроз употребу логичких метафора и безалтернативних средстава у енглеском и српском језику
која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду, и доступну у отвореном приступу, могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла:

1. Ауторство (CC BY)

2. Ауторство – некомерцијално (CC BY-NC)

3. Ауторство – некомерцијално – без прерада (CC BY-NC-ND)

4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)

5. Ауторство – без прерада (CC BY-ND)

6. Ауторство – делити под истим условима (CC BY-SA)

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци.

Кратак опис лиценци је саставни део ове изјаве).

Потпис аутора

У Београду, 1.9.2020.

Marko Lomuz

1. **Ауторство.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.

2. **Ауторство – некомерцијално.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.

3. **Ауторство – некомерцијално – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.

4. **Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.

5. **Ауторство – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.

6. **Ауторство – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.