

# Načini i sredstva uvjeravanja i ograđivanja u publicističkom stilu hrvatskog i makedonskog jezika

---

Lukić, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:542016>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-10**



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
University of Zagreb  
Faculty of Humanities  
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
Ivana Lučića 3, 10000 Zagreb  
Odsjek za južnoslavenske jezike i književnosti  
Diplomski studij južnoslavenskih jezika i književnosti  
Jezično-prevoditeljski smjer

**NAČINI I SREDSTVA UVJERAVANJA I OGRAĐIVANJA U  
PUBLICISTIČKOM STILU HRVATSKOG I MAKEDONSKOG JEZIKA**

Diplomski rad

Studentica: Martina Lukić  
Mentorica: dr. sc. Virna Karlić, doc.

Zagreb, 2022.

Student/ica: MARTINA LUKIĆ

Mentor/ica: DR. SC. URENA KARLIĆ

U Zagrebu, 20. 7. 2022.

### Izjava o neplagiranju

Ja, MARTINA LUKIĆ, kandidat/kinja za magistra/u južne slavistike, izjavljujem da je ovaj magistarski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da niti jedan dio magistarskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno prepisan iz kojega necitiranog rada. Isto tako izjavljujem da nikoji dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Martina Lukić

POTPIS

# **SREDSTVA OGRAĐIVANJA I SREDSTVA UVJERAVANJA U NOVINARSKO-PUBLICISTIČKOME STILU HRVATSKOGA I MAKEDONSKOGA JEZIKA**

## **Sažetak**

U moderno doba, prvenstveno zahvaljujući internetu, nove su informacije lako dostupne javnosti te se ažuriraju iz minute u minutu. Razvoj tehnologije rezultirao je promjenom načina komunikacije u masovnim medijima. Jedna od promjena odnosi se na sve veću zastupljenost sredstava manipulacije u medijskome diskursu. Tema ovoga rada načini su i sredstava uvjeravanja i ograđivanja u publicističkome stilu hrvatskoga i makedonskog jezika. Rad je organiziran u dva dijela. Prvi, teorijski dio posvećen je utvrđivanju teorijskoga i pojmovnoga okvira istraživanja, dok drugi dio uključuje diskursnu analizu novinskih članaka s internetskih portala na hrvatskome i makedonskome jeziku koji se bave temom cijepljenja za vrijeme pandemije koronavirusa. Analiza se provodi s ciljem utvrđivanja jezičnih (leksičkih i gramatičkih) sredstava uvjeravanja i ograđivanja, njihovih obilježja i komunikacijskih funkcija. Posebna pažnja posvećena je njihovoj upotrebi u svrhu manipulacije, kojoj se pristupa iz perspektive kritičke analize diskurse.

**Ključne riječi:** diskursna analiza, kritička analiza diskursa, uvjeravanje, ograđivanje, manipulacija, publicistički stil, hrvatski jezik, makedonski jezik

# MEANS OF HEDGING AND PERSUASION IN JOURNALISTIC STYLE OF CROATIAN AND MACEDONIAN LANGUAGES

## Abstract

In modern times, primarily because of the Internet, new information is easily available and updated minute by minute. The development of technology changed the ways of mass media communication. One of the changes refers to the increasing representation of manipulation strategies in the media discourse. The thesis deals with means of hedging and persuasion in the journalistic style of Croatian and Macedonian languages. It is organized into two parts. The first, theoretical part is dedicated to establishing the theoretical and conceptual framework of the research, while the second part includes a discourse analysis of newspaper articles from Internet portals in Croatian and Macedonian languages that deal with the topic of vaccination during the coronavirus pandemic. The main goal of the analysis is to determine linguistic (lexical and grammatical) means of persuasion and hedging, and to define their properties and communicative functions. Special attention is paid to their use for manipulation, which is approached from the perspective of critical discourse analysis.

**Keywords:** discourse analysis, critical discourse analysis, persuasion, hedging, manipulation, journalistic style, Croatian language, Macedonian language

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. ANALIZA DISKURSA .....	2
3. NOVINARSKO-PUBLICISTIČKI STIL.....	6
3.1. JEZIČNA OBILJEŽJA .....	8
3.2. SREDSTVA UVJERAVANJA.....	10
3.3. SREDSTVA OGRAĐIVANJA .....	14
4. SREDSTVA UVJERAVANJA I OGRAĐIVANJA U NOVINSKIM ČLANCIMA O CIJEPLJENJU PROTIV COVID-19 .....	15
4.1. METODOLOGIJA .....	15
4.1.1. Korpus članaka na hrvatskome jeziku .....	16
4.1.2. Korpus članaka na makedonskome jeziku.....	17
4.1.3. Tijek analize.....	17
4.2. REZULTATI ANALIZE.....	18
4.2.1. Sredstva ograđivanja.....	18
4.2.2. Sredstva uvjeravanja .....	23
4.3. DISKUSIJA.....	36
4.3.1. Provjera hipoteza .....	36
4.3.2. Metodološki problemi.....	39
5. ZAKLJUČAK.....	41
POPIS LITERATURE:.....	43
LISTA ANALIZIRANIH ČLANAKA:.....	46
Index.hr: .....	46
Slobodenpečat.mk: .....	49

## 1. UVOD

Naš svakodnevni život nezamisliv je bez masovnih medija. Razvojem novih tehnologija masovni mediji postali su maksimalno dostupni korisnicima, a nove informacije koje se u njima objavljuju ažuriraju se iz minute u minutu. Digitalni mediji sadržaje obrađuju i prezentiraju na drugačiji način nego tradicionalni mediji, pa tako počinju razvijati i nove funkcije. Putem masovnih medija ljudi se primarno informiraju. Osim toga, masovni mediji svoje korisnike ponekad nastoje zaintrigirati i oduševiti svojim senzacionalističkim naslovima, ponekad ih tjeraju na razmišljanje, a ponekad jednostavno zabavljaju. Međutim, od velike je važnosti imati na umu da svaki medij poruku oblikuje sukladno vlastitu jeziku, a sastavni dio jezika masovnih medija nerijetko su razna sredstva manipulacije.

Jezik se obično definira kao sustav znakova za komuniciranje, odnosno kao sredstvo kojim prenosimo informacije. Njime se koristimo kako bismo svojim sugovornicima prenijeli svoje misli, iskazali svoje emocije i stavove, umjetnički se izrazili, utjecali na svoju okolinu i dr. Jezik oblikuje naše misli te je sredstvo našeg djelovanja i socijalizacije. Analiza diskursa predstavlja metodološki pristup koji u posljednjih nekoliko desetljeća sve češće susrećemo u društvenim i humanističkim znanostima, a koji omogućava bolje razumijevanje napisanog ili izgovorenog teksta. Kao zaseban pristup iz nje se razvila kritička analiza diskursa, koja se bavi društvenim i političkim aspektima diskursa. Ove dvije discipline u južnoslavenskim su filologijama još uvijek slabo zastupljene. Stoga, ovim radom nastojimo ukazati na mogućnosti koje analiza diskursa i kritička analiza diskursa pružaju u tumačenju diskursa na južnoslavenskim jezicima.

Rad se bavi analizom načina i sredstava uvjeravanja i ograđivanja u publicističkome stilu hrvatskoga i makedonskog jezika. Primjenom metoda diskursne analize i kritičke analize diskursa nastoje se utvrditi jezična (leksička i gramatička) sredstva uvjeravanja i ograđivanja – njihova obilježja i komunikacijske funkcije, s posebnom pažnjom posvećenom njihovoj upotrebi u svrhu manipulacije. Rad je organiziran u dva dijela. Prvi, teorijski dio posvećen je utvrđivanju teorijskoga i pojmovnoga okvira istraživanja, dok drugi dio uključuje diskursnu analizu novinskih članaka s internetskih portala na hrvatskome i makedonskome jeziku koji se bave temom cijepjenja za vrijeme pandemije koronavirusa.

## 2. ANALIZA DISKURSA

Analiza diskursa interdisciplinarno je područje istraživanja koje se bavi opisom i analizom jezika u upotrebi, jezičnim odlikama govora i pisanoga teksta kao njegovih glavnih oblika te društvenim i kulturnim čimbenicima koji utječu na njihovo razumijevanje (Willig 2014 u: Flick 2014: 341). Analiza diskursa primjenjuje se u okviru različitih disciplina humanističkih i društvenih znanosti, uključujući lingvistiku, sociologiju, psihologiju, antropologiju, socijalni rad, obrazovanje, komunikacijske studije, studije prevođenja i dr. (ibid. 342). Predmet istraživanja analize diskursa funkcije su i načini korištenja jezičnih elemenata u kontekstu komunikacijskoga čina u svrhu postizanja različitih interakcijskih, društvenih, političkih i kulturnih ciljeva – kako u govornoj interakciji tako i u pisanim tekstovima (ibid. 341).

Pretečom analize diskursa smatra se tekstna lingvistika ili lingvistika teksta, koja je za razliku od analize diskursa primarno usredotočena na tekst, a ne na sudionike komunikacije. Tekstna lingvistika pristupa tekstu kao osnovnoj i početnoj točki jezične analize, pomičući fokus s rečeničnoga iskaza i međurečeničnih veza na sam tekst i njegova obilježja, tj. na njegovu tekstualnost (Jurčević 2021: 73).

Kako bismo odredili područje bavljenja analize diskursa, potrebno je odrediti definiciju pojma *diskurs* te utvrditi po čemu se on razlikuje od pojma *tekst*. Ta dva pojma nisu nužno jednoznačni, već im različiti autori u okviru različitih škola, disciplina i razdoblja pridaju različita značenja. Primjerice, prema nekim lingvističkim teorijama *tekst* i *diskurs* su istoznačnice, dok se prema drugima razlikuju. Prema *Hrvatskoj enciklopediji*, u lingvistici se tekstom obično naziva najviša razina organizacije jezičnoga iskaza. Tekst je ograničen slijed jezičnih znakova koji je povezan i koji kao cjelina ima komunikacijsku funkciju. Dok neki lingvisti tekst smatraju proizvodom, rezultatom diskursa, drugi smatraju da je diskurs ostvaraj teksta kao apstrakcije. Tekstom se često naziva ono što je napisano, a diskursom ono što je izgovoreno. Pojam *tekst* često se nalazi i u definiciji rečenice, kao nadrečenična jezična jedinica, dok je riječ jezična jedinica na razini nižoj od rečenice. Tekst se uvijek sastoji od jedne ili više rečenica. Ako se sastoji od više rečenica, one se po sintaktičkim zakonitostima ustrojavaju u tekst. S druge strane, diskurs je u



lingvistici nadređeni pojam za različite tipove teksta koji se upotrebljava u različitim značenjima.<sup>1</sup>

*Hrvatska enciklopedija* također navodi da je *diskurs* u lingvistiku uveo američki lingvist Zellig Sabbatai Harris (1952) i definirao ga kao vezani slijed rečenica ili izričaja, uključujući sve skupine rečenica koje nisu slučajne već povezane u slijedu izgovora ili su napisane od strane jedne ili više osoba. Time se obuhvaća svaki stvarni jezični događaj. Kenneth Lee Pike (1954) kasnije određuje diskurs kao proizvod interaktivnoga procesa u sociokulturnom kontekstu, dok Malcolm Coulthard (1977) diskurs definira kao konverzacijsku interakciju i predmet je proučavanja antropologije, spoznajnih (kognitivnih) znanosti, pragmatike i tekstne lingvistike.<sup>2</sup> Kada se ti izrazi smatraju sinonimima, misli se na „jezičnu i komunikacijsku jedinicu (u pravilu) kompleksniju od rečenice koja se sastoji od jedinica koje su povezane i čiji sintaktički i semantički odnosi velikim dijelom određuju smisao teksta ili diskursa kao cjeline” (Orešković Dvorski 2010: 82).

Ponekad se diskurs i tekst definiraju jednako, pa ih tako Halliday i Hasan (1976) definiraju kao jedinicu jezika u upotrebi, a Fasold (1990: 65 prema Kalogjera 1997: 18) smatra kako „izučavanje diskursa jest izučavanje bilo kojega vida jezične upotrebe”. Brown i Yule (1983) analizu diskursu definiraju kao analizu jezika u upotrebi, dok bi tekst predstavljao zapis diskursa (Tanskanen 2006: 3 prema Šaina 2016: 17). Tekst se često smatra dijelom diskursa, prema tome tekst bi bio diskurs lišen konteksta (Badurina 2008: 83–93 prema Šaina 2016: 17). Za Katičića (2002: 21–23 prema Šaina 2016: 17) tekst je cjelina veća od rečenice, a diskurs jezični izraz koji sadrži sve što je govornik htio reći.

Analiza diskursa bavi se, dakle, mehanizmima kojima jezik konstruira društvenu i psihološku stvarnost. Analitičari diskursa u prvi plan stavljaju konstruktivna i performativna svojstva jezika, obrađujući posebnu pozornost na utjecaj govornikova izbora riječi kojima se služi da bi nešto izrazio ili opisao. Analiza diskursa uključuje pažljivo ispitivanje govora i tekstova kako bi se

---

<sup>1</sup>Preuzeto s <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=60685>

<sup>2</sup>Preuzeto s <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=15415>

pratili načini na koje diskursi stvaraju objekte i subjekte o kojima govore (Willig 2014 u: Flick 2014: 341).

Uz analizu diskursa razvila se i kritička analiza diskursa, koja prema Van Dijk (u: Tannen, Hamilton, Schiffrin 2015: 466) predstavlja „analizu diskursa sa stavom”, tj. kritičku perspektivu koja se primjenjuje u različitim područjima studija diskursa kao što su gramatika diskursa, analiza razgovora, pragmatika diskursa, retorika, stilistika, narativna analiza, analiza argumentacije, multimodalna analiza diskursa i socijalna semiotika, sociolingvistika i etnografija komunikacije ili psihologija obrade diskursa (ibid.). Kritička analiza diskursa se kao zasebna perspektiva počinje razvijati osamdesetih godina prošloga stoljeća, a njezin temelj predstavlja kritička lingvistička teorija iz šezdesetih godina. Središnje teme kojima se kritička analiza diskursa bavi društveni su i politički problemi. Na problematičnim temama ona prikazuje povezanost jezika i društva, koristeći jezik kao snažno sredstvo manipulacije, čime potiče razvoj kritičke jezične svijesti u društvu (Vuković u: Perović 2014: 97–98). Stoga, Van Dijk napominje kako tipični rječnik većine kritičkih analitičara diskursa sadržava pojmove kao što su *moć*, *dominacija*, *hegemonija*, *ideologija*, *klasa*, *spol*, *rasa*, *diskriminacija*, *interesi*, *reprodukcija*, *institucije*, *društvena struktura* i *društveni poredak* (Schiffrin, Tannen, Hamilton 2001: 354). Shodno Van Dijk (ibid.) postoje dvije razine analize: (1) mikrorazinska analiza, koja se bavi upotrebom jezika, diskursa, verbalne interakcije i komunikacije, te (2) makrorazinska analiza, koja se bavi odnosima moći, dominacijom i nejednakošću između društvenih skupina. U svakodnevnoj se interakciji predmeti bavljenja ovih dviju razina analize isprepliću i čine jedinstvenu cjelinu (ibid.).

Van Dijk (ibid.) navodi četiri pretpostavke koje su potrebne za ostvarivanje sjedinjene kritičke analize:

1. Članovi–skupine: Korisnici jezika sudjeluju u diskursu kao članovi nekih društvenih skupina ili organizacija – grupe tako mogu djelovati posredstvom svojih članova.
2. Radnje–proces: Društvena djelovanja pojedinačnih aktera sastavni su dio grupnih djelovanja kao što su zakonodavstvo, stvaranje vijesti ili reprodukcija rasizma.

3. Kontekst – društvena struktura: Situacije diskurzivne interakcije na sličan su način dio konstitutivne društvene strukture. Na primjer, konferencija za tisak može biti tipična lokalna praksa organizacija i medijskih institucija kao struktura na makrorazini. Drugim riječima, „lokalni” i više „globalni” konteksti usko su povezani, a oba imaju utjecaj na diskurs.
4. Osobna i društvena spoznaja: Korisnici jezika kao društveni akteri imaju i osobnu i društvenu spoznaju (osobna sjećanja, znanja i mišljenja) kao i onu koju dijele s članovima svoje grupe ili kulture u cjelini. Korisnici jezika kao društveni akteri mentalno predstavljaju i povezuju obje razine.

Kritički analitičari, dakle, jezik ne promatraju samo kao sustav sastavljen od znakova i pravila koji se koristi za međusobnu komunikaciju i razmjenu značenja i iskustva, već i kao sredstvo kojim se odražava i stvara društvena nejednakost. Vuković (u: Perović 2014: 97) navodi da sudionici u komunikaciji nisu društveno jednaki, odnosno jedan sudionik uvijek ima nadmoć nad drugima. Nadmoć može biti direktna, kao na primjer u slučaju naredbe koja direktno utječe na postupke drugih, ili indirektna, u kojoj nadmoćni sudionik uz pomoć jezika (suptilna manipulacija i uvjeravanje) utječe na mišljenje drugih. Prema tome, kritička analiza diskursa ima za cilj razotkriti kako se zloupotreba društvene moći realizira u tekstu i govoru te kako im se suprotstavlja u društvenom i političkom kontekstu (ibid.).

### 3. NOVINARSKO-PUBLICISTIČKI STIL

Postoje različiti stilovi standardnoga jezika, a najsloženijim funkcionalnim stilom smatra se publicistički stil. Primarna svrha mu je javno priopćavanje, koje se ostvaruje u pisanim i govornim medijima. Njime se služe novinari i publicisti za pisanje i objavljivanje tekstova u novinama, knjigama, na portalima i periodici koja obrađuje teme iz javnoga i kulturnoga života (Gojević 2009: 23–24). Tekstovi napisani u ovome stilu služe za informiranje čitatelja, slušatelja ili gledatelja te omogućavaju autoru da izrazi svoj emotivan stav i mišljenje prema određenoj temi. Iznošenjem svojih emotivnih stavova autor pokušava publiku zadiviti i navesti je da se složi s određenim stavovima koji su uglavnom nametnuti određenim autoritetom. Medijski tekstovi snažno su sredstvo prijenosa ideološkoga utjecaja i propagandnoga sadržaja (Bilović 2020: 6). Novinarstvo je djelatnost javnoga priopćavanja o događajima i činjenicama važnim za spoznavanje svijeta koje ljudima pomažu u snalaženju u društvu i građenju kvalitetnoga načina života (Vertovšek i Tomović 2015: 953). Publicistika i novinarstvo se u moderno vrijeme povezuju s globalizacijom i razvojem tehnologije, koji su glavni „krivci” za ubrzan način života. Nekada su novine izlazile periodično (mjesečno, tjedno ili dnevno), i to je bio jedini način informiranja javnosti, no u današnje vrijeme s pojavom interneta novinski se članci na internetskim portalima mogu brzo pripremiti i ažurirati svakih nekoliko minuta (Kurtić i Đukić 2013: 3).

Silić (2006: 75) napominje da novinarstvo i publicistika nisu nužno sinonimni pojmovi. Prema takvom tumačenju pojam *novinarstvo* odnosi se na pisanje i izdavanje dnevnih ili periodičnih novina, dok se pojam *publicistika* definira kao materija koja govori o aktualnim kulturnim, književnim i društveno-političkim temama, a koja može biti tiskana u dnevnim i periodičnim listovima, časopisima ili zasebnim tiskovinama. S druge strane, Katinić-Bakaršić (1999) razlikuje novinarski<sup>3</sup> i publicistički stil te navodi da postoje dvije osnovne jezične funkcije novinarskoga stila: referencijalna i konativna. Referencijalna funkcija je funkcija priopćavanja, dok je konativna funkcija orijentirana na primatelje od kojih se očekuje reakcija i često ima uvjeravačku namjeru. Novinarski stil autorica dijeli na: informativne žanrove (informacija,

---

<sup>3</sup> Katinić-Bakaršić koristi naziv *žurnalistički stil*. U ovome radu koristimo naziv *novinarski stil*.

vijesti, kronika događanja) i analitičke žanrove (članak, feljton, kolumna, intervju, komentar, reportaža i slično). Također ističe da medijima često upravlja osoba koja upravlja i državom, stoga čak i informativni žanrovi mogu biti u funkciji uvjeravanja i nametanja određene ideologije (Katinić-Bakaršić 1999: 59). Publicistički stil je prema ovoj autorici stil koji je zastupljen u medijima kao što su novine, ali i u većim publikacijama kao što su knjige, serije ili ciklusi radio-emisije. Prema tome, dijeli ga na: „(...) *publicistički stil u užem smislu*, koji podrazumijeva publicistiku shvaćenu kao 'ozbiljnije', analitičko novinarstvo (odatle i feljtoni ili knjige posvećene nekim temama, političkim, sportskim, kulturnim), *književno-publicistički* (putopis, reportaža, kritika koja nema osobine naučne, polemika), *naučno-popularni*, čiji su žanrovi knjige, feljtoni i članci i *memoarski podstil* (memoari, sjećanja, uspomene, dnevnici)” (Katinić-Bakaršić 1999: 62).

S druge strane, Minova-Gjurkova (2003: 277) u studiji posvećenoj funkcionalnim stilovima u makedonskome jeziku, publicistički stil dijeli na dva podstila: novinarski i monografsko-publicistički. Novinarski podstil dijeli na informativni, analitički i beletristički (tj. književnpublicistički) rod. Tošović (prema Minova-Gjurkova 2003: 277) izdvaja još stripove i zagonetni rod, u koji ubraja križaljke i zagonetke. Informativni rod nalazi se u vijestima, priopćenju, intervjuu, pa čak i u reklamama i oglasima; analitički podstil u uvodnicima i komentarima, a beletristički u recenzijama, kritikama, kolumnama, reportažama i feljtonima. Baš kao i u hrvatskome jeziku, ovaj stil pokriva širok spektar tema kao što su politika, ekonomija, znanost, kultura, vjera, umjetnost, sport, zabava, baš kao i teme iz svakodnevnoga života za koje postoji velik društveni interes. Drugim riječima, novinarski stil obuhvaća sve društveno-političke aktualne teme.

Budući da je teško odrediti jasne granice između novinarskoga i publicističkoga stila, Silić (2006) ih povezuje u jedinstveni, novinarsko-publicistički stil. Funkcija takvoga stila prvenstveno je informativna, može biti i propagandna, popularizatorska, agitativna, pedagoška i zabavna. Novinarsko-publicistički stil u širem smislu, dakle, ima zadaću obavještavati o suvremenim zbivanjima, pridobivati ljude za neku djelatnost, proučavati, odgajati i širiti učenje o društvu, kulturi, vjeri ili politici (Silić 2006: 77). Vijest kojoj je glavna funkcija informiranje ljudi zahtjeva upotrebu neutralnih (stilski neobilježenih) jezičnih sredstava, dok je u

propagandnim i zabavnim žanrovima učestalija uporaba ekspresivnih (stilski obilježenih) jezičnih sredstava. Neutralna jezična sredstva pronalazimo u vijestima, komentarima, kronikama, recenzijama, intervjuima, anketama i reportažama, a ekspresivna jezična sredstva u kratkim pričama, koserijama, humoreskama, esejima, feljtonima, parodijama i slično (ibid. 77–78). Vijest treba biti kratka, objektivna, zanimljiva, lišena osjećaja i mora nuditi odgovor na sljedeća pitanja: *Što se dogodilo?*, *Tko je u tome sudjelovao?*, *Gdje se dogodilo?*, *Kad se to dogodilo?* i *Zašto se dogodilo?*, a može odgovoriti i na pitanje *Kako se to dogodilo?* (Gojević 2009: 24).

### 3.1. JEZIČNA OBILJEŽJA

U kontekstu teme ovoga rada nameće se pitanje o tome što se događa s novinarsko-publicističkim stilom u kriznim situacijama, tj. u situacijama koje su ljudima stresne i uznemirujuće. Krizna stanja praćena su strahom od gubitka bliskih osoba ili materijalnih vrijednosti važnih za pojedinca ili zajednicu. Za vrijeme njihova trajanja ljudi se često pokušavaju umiriti traženjem informacija u medijima, a masovni mediji to mogu okrenuti u svoju korist na dva načina: nametanjem mišljenja i stavova čitateljima te povećavanjem čitanosti, a time i profita (Jurić, 2021). Pažnju čitatelja pritom često privlače *clickbait* naslovima.<sup>4</sup>

Naslovi u novinarsko-publicističkome stilu imaju važnu ulogu, a prema Katinić-Bakaršić (1999: 60) uz referencijalnu i konativnu jezičnu funkciju mogu imati poetsku funkciju, jer privlače pažnju na sebe. Takvi naslovi često u sebi sadržavaju retoričko pitanje, ekspresivne usklične rečenice, neodređeno lice, stilske figure ili poslovice u funkciji izricanja ironije ili komike (ibid.). Novinarsko-publicistički stil odlikuje se zastupljenošću stilskih figura (kako u naslovima tako i u tekstovima), a među učestalijima su poredba, metafora, metonimija, alegorija, simbol, kontrast, hiperbola, eufemizam, ironija i igra riječima (Silić 2006: 81–82). Osim stilskih figura u novinarsko-publicističkome stilu u funkciji manipulacije može biti i rečenični ustroj (ibid.). U

---

<sup>4</sup> *Clickbait* je pokušaj autora da pomoću senzacionalističkog naslova privuče što više čitatelja da kliknu na link i pročitaju članak čiji sadržaj često nije povezan sa samim naslovom. <https://pcchip.hr/internet/sto-je-clickbait/>

novinarsko-publicističkome stilu zastupljeni su ustaljeni izrazi (*žurnalizmi*) preuzeti iz područja politike, ekonomije, sociologije, prava i drugih disciplina (npr. *neriješeno pitanje, biti pod velikim pritiskom, doseći kritičnu točku, obznaniti novost, strateški interes, pod prijetnjom sankcija, izigravati povjerenje, nepobitne činjenice, ukazati povjerenje*) (ibid. 92). Novinari se nerijetko služe internacionalizmima – kako u hrvatskome tako i u makedonskome jeziku. Silić (ibid. 92–93) navodi sljedeće primjere iz hrvatskoga jezika: *inicirati, komunicirati, privilegirati, prolongirati, blokirati, kulminirati, plasirati, legalizirati, nebuloznost, beskrupuloznost, protekcija, radikalnost, marginalnost, demokracija*. Autor pritom ističe da su takvi izrazi uslijed učestale upotrebe postali dijelom novinarskoga standarda, a često se koriste i kako bi izazvali snažniju emociju i naglasili određeni pojam ili misao. Minova-Gjurkova (2003: 283) navodi sljedeće primjere internacionalizama u makedonskome jeziku: *лидер, организиран криминал, меѓународен тероризам, политичка сцена, етничко чицтење, блокада, спикер и мониторинг*. Osim internacionalizama autorica kao obilježje novinarsko-publicističkoga stila navodi slikovito izražavanje i igre riječima (npr. *перење пари, армија невработени, море од луѓе, бројките зборуваат*) te metaforičke izraze (npr. iz sporta: *Вардарци во дуел со новинарите, реми во вечното дерби, поради добиени црвени картони*). Navedena sredstva autori odabiru ne bi li utjecali na emocije čitatelja (ibid. 284). Važnu ulogu u novinarsko-publicističkome stilu igraju vlastita imena, pogotovo u analitičkim žanrovima, jer privlače pažnju čitatelja (Katinić-Bakaršić 1999: 61). Minova-Gjurkova (2003: 288) slaže se s tom tvrdnjom te dodaje da se uz vlastita imena koriste i kratice. Autorica nadalje navodi da je rječnik novinarskoga stila makedonskoga jezika heterogen je i promjenjiv (ibid. 287). Uvijek je moderan i u pravilu bi trebao biti lagan za razumjeti, a leksičke elemente crpi iz ostalih funkcionalnih stilova – kao i u novinarsko-publicističkome stilu hrvatskoga jezika.

Prema Siliću (2006: 95–96) novinarsko-publicistički stil hrvatskoga standardnoga jezika sve je varijantne morfološke oblike sveo na jedan (npr. genitive jednine muškoga i ženskoga roda i akuzative jednine muškoga roda *-og* i *-oga* sveo je na *-og*, dative i lokative jednine pridjeva muškoga i srednjega roda *-om*, *-omu*, *-ome* sveo je n/a *-om*, i slično, neodređene oblike pridjeva izjednačuje s određenima, sva postojeća prošla vremena zamijenila su se perfektom te su zaživjele određene konstrukcije koje sadrže pleonazme, npr. *tijekom prošlog tjedna*). Prema Minovoj-Gjurkovoju (2003: 288) u makedonskome je jeziku uočljiva visoka zastupljenost

apstraktnih imenica sa sufiksom *-ost* (npr. *солидарност, особеност, берност*) i pridjevskih složenica poput *социјално-економски, општопознати* itd. Također, glagoli su u makedonskome novinarskom stilu sve češće u pasivnom obliku, a predikati su analitički (ibid. 288–289). Minova-Gjurkova (ibid. 288) ističe kako se ograde u makedonskome jeziku često postižu korištenjem perfekata (Минато определено време). Na taj se način izražava vjerodostojnost izvora. S druge strane, prošlo neodređeno vrijeme (Минато неопределено време) koristi se u slučaju iskazivanja ironije (ibid. 288).

U narednim poglavljima slijedi prikaz sredstava uvjeravanja i ograđivanja u novinarskome stilu hrvatskoga i makedonskoga jezika kao oblika manipulacije čitateljstvom.

### **3.2. SREDSTVA UVJERAVANJA**

Mediji u današnje vrijeme igraju važnu ulogu u oblikovanju javnoga mišljenja. Njihova zadaća nije samo prijenos informacija već i nametanje stavova te utjecaj na razmišljanje čitatelja. Uz sve promjene koje je donijela u svijetu, globalizacija se odrazila i na medijsku komunikaciju. Ona u sve većoj mjeri postaje multikulturalna i globalna, čemu je najviše doprinio razvoj društvenih mreža i elektroničkih medija, koji su putem interneta dostupni cijelom svijetu (Španjol Marković 2008: 12). Uvjeravanje ili persuazija jedan je od najvažnijih elemenata u kreiranju javnoga mnijenja. „Persuazija je proces komunikacije koji se odnosi na svjesni pokušaj utjecaja na ljude i njihove stavove, mišljenja i ponašanja tako da ih oblikuje, pojačava ili mijenja (Miller 1980), a uključuje atmosferu slobodnoga izbora” (Pavić 2011: 3). Kako bi uvjeravanje bilo uspješno, potrebni su dobri argumenti za uvjeravanje recipijenta. Tanta (2007: 18) navodi da su prema Seitelu na prvome mjestu činjenice, točnije statistički i empirijski podaci, a slijede ih emocije i personaliziranje, tj. dijeljenje osobnih iskustava s kojima se čitatelji mogu poistovjetiti.

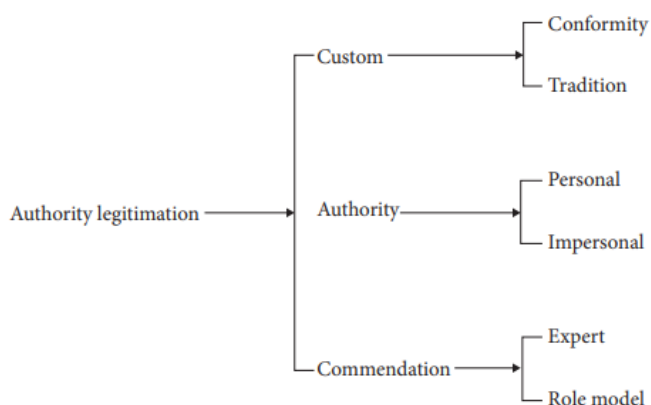
Tanka je granica između manipulacije i uvjeravanja, ali moralno gledano uvjeravanje bi trebalo biti neutralne prirode. Novinar je posrednik između aktualnog zbivanja i čitatelja, slušatelja i gledatelja, stoga prirodu uvjeravanja određuje motiv koji stoji iza članka koji novinar piše. Razlika između manipulacije i uvjeravanja u tome je da se manipulacijom postiže sporazum temeljen na iluziji ili strahu, dok se persuazijom ostvaruje predanost temeljena na realnosti



potreba i uvjerenosti (Nichols 1987: 15 prema Rešetar 2020: 13). Točnije, persuazija se može širiti od interpersonalnog uvjeravanja, preko raznih marketinških poruka, sve do masovnih kampanja, no upravo je slobodan izbor ono što persuaziju razlikuje od drugih načina formiranja stavova i manipulacije. (Markan 2018: 6) Stručnjaci smatraju da postoje četiri koraka procesuiranja koji su potrebni da bi poruka promijenila stav pojedinca: izloženost određenoj poruci, skretanje pažnje na nju, razumijevanje poruke i njezino prihvaćanje (Zimbardo i Leippe 1991 prema Pavić 2011: 4). Pavić (ibid. 4–7), od koje je preuzeta podjela sredstava uvjeravanja, navodi da se u svrhu promjene stava čitatelja novinari koriste različitim sredstvima uvjeravanja kao što su pozivanje na *zdravi razum* i emocije.

Dva načina na koje se ljude može navesti da koriste *zdravi razum* jesu uporaba logičnih tvrdnji te korištenje verbalnih dokaza. Logične tvrdnje sadržavaju činjenice, pretpostavke, vrijednosti ili smjernice. Verbalni dokazi iznose se uporabom analogija, usporedbi, primjera, statističkih podataka, svjedočenja ili vizualno podržavajućih dokaza (ibid.). S druge strane, ističe Pavić, ljudi nisu bića koja se vode samo razumom – često se pri donošenju odluka i kreiranju mišljenja oslanjamo i na emocije. Stoga se kao sredstvo uvjeravanja u komunikaciji mogu koristiti upravo emocije – pozitivne i negativne. Pozivom na ugodne emocije može se pospješiti pamćenje poruke i povećati vjerojatnost da se postupa u skladu s određenom porukom. Pozitivne emocije na koje se poziva uglavnom su ljubav, vrijednost, odanost, hrabrost ili humor koji se koristi za pridobivanje pažnje (ibid. 5). Međutim, u kriznim situacijama, kao što je to pandemija, možemo pretpostaviti da se za uvjeravanje više koriste strategije koje uključuju pozivanje na negativne emocije, pogotovo na strah. Buđenje straha sastoji se od dvije komponente: prijetnje i prijedloga. Komponenta prijetnje predstavlja informaciju o riziku, točnije koliko je velika mogućnost rizika i koliko je pojedinac podložan tom riziku. Komponenta prijedloga sastoji se od preporučenog ponašanja koje će pomoći pojedincu ili masi da se s određenim rizikom nosi. Osim izazivanja straha, poziva se još na izazivanje osjećaja krivnje koji se također sastoji od dvije komponente. Prva predstavlja materijale koji izazivaju krivnju, a druga opisuje ponašanje ili postupak koje nudi smanjenje osjećaja krivnje (ibid. 6). Treća najčešća negativna emocija na koju se poziva je mržnja prema drugim osobama koje uglavnom ne dijele jednako mišljenje (ibid.).

Uvjeravanje se u diskursu može ostvarivati pozivanjem na autoritete. Taj se postupak zove *autorizacija*. Van Leeuwen (2008: 105–106) autorizaciju svrstava među temeljne kategorije legitimacije u diskursu zajedno s moralnim vrednovanjem, racionalizacijom i mito-poetskom kategorijom. Za potrebe ovoga rada definirat ćemo samo autorizaciju i njezine potkategorije. Prema Van Leeuwen (ibid. 106) autorizacija je vrsta legitimacije koja upućuje na autoritet tradicije, običaja, zakona i/ili osoba kojima je dodijeljena neka vrsta institucionalne ovlasti. Legitimacija autoritetom nastupa kada na postavljeno pitanje *Zašto bismo nešto trebali učiniti?*, odgovor glasi *Zato što ja tako kažem* ili *Zato što ta-i-ta osoba tako kaže*. Ovi odgovori upućuju na određenu vrstu autoriteta (ibid.). Autorizacijska komponenta Van Leeuwenovog (2008) legitimacijskog okvira za analizu diskursa sadržava šest specifičnih referentnih domena koje su navedene u nastavku (vidi sliku 1).



**Slika 1.** Podjela autoriteta prema Van Leeuwen (preuzeto iz Van Leeuwen 2008: 109)

Navedene referentne domene jesu: (1) osobni autoritet, (2) autoritet stručnjaka, (3) autoritet uzora, (4) neosobni autoritet, (5) autoritet tradicije i (6) autoritet konformizma. U nastavku slijedi njihov kratak prikaz prema Van Leeuwen (2008: 106–109):

(1) Osobni autoritet osobama se pridaje zbog njihova statusa ili uloge u određenoj instituciji. Ovu vrstu autoriteta, primjerice, imaju roditelji i učitelji u odnosu s djecom. U takvim slučajevima osoba koja ima funkciju autoriteta ne mora se pozivati ni na jedno opravdanje za ono što zahtijeva od druge osobe.

(2) Autoritet stručnjaka u diskursu može se prepoznati po subjektu kojeg predstavlja određeni stručnjak i predikatu koji se sastoji od glagola kojim se označava neka mentalna ili verbalna radnja (npr. *doktor smatra...*, *profesor kaže...*). U multimodalnim tekstovima akreditacije stručnjaka mogu biti i vizualne, pa uz tekst mogu biti priložene slike osobe s autoritetom – npr. profesora pored police s knjigama, doktora u kutama i slično – popraćena nekom vrstom preporuke ili tvrdnje da je određeni način djelovanja najbolji.

(3) Autoritet uzora očituje se u slijeđenju primjera nekoga koga se smatra uzorom ili vođom. Često su to vršnjaci koji se ističu u grupi prijatelja ili neke medijski poznate osobe čija se ponašanja i stilovi kopiraju. Autoritet uzora u diskursu često prepoznamo po epitetima koji im se pripisuju (npr. *mudar*, *iskusnan*, *pametnan*, *cool* i slično). Baš kao i autoritet stručnjaka, autoritet uzora može se prenijeti vizualnim putem, npr. prikazivanjem slika i videa slavni osoba koje su uključene u radnje koje treba legitimirati.

(4) Neosobni autoriteti u diskursu se sastoje od predikata koji je tvoren od glagola koji izražava neki verbalni proces. Od autoriteta stručnjaka razlikuje se po tome što su u neosobnim legitimacijama prisutne imenice kao što su *politika*, *pravilo*, *zakon* te pridjevi i prilozi poput *obvezno*, *poželjno*, *preporučljivo*.

(5) Legitimitet autoriteta tradicije zasniva se na određenim običajima, tradicijama ili praksama. Ovdje nije riječ o nečemu što je obaveza, već o nečemu što se oduvijek tako radi, stoga se pretpostavlja da to samo po sebi ima dovoljnu težinu da opravda autoritet.

(6) Autoritet konformizma legitimaciju pripisuje većini, što znači da on obuhvaća odgovore kao što su *Zato što tako radi većina ljudi* i *Zato što to svi ostali čine*. Većina u ovom slučaju može predstavljati samo članove obitelji ili članove nekog društva, no najčešće se ostvaruje kroz visokofrekventni modalitet (npr. *većina Hrvata*, *mnogi Zagrepčani* i slično).

Pragmatički pristup analizi diskursa često analizira i značenje onoga što nije eksplicitno izrečeno, već je iskazano posredstvom implicitnih značenja. Drugim riječima, analiziraju se implikature i presupozicije (Vuković u: Perović 2014: 226). Legitimacije ili delegitimacije često se mogu realizirati posredstvom impliciranih zaključaka koji se javljaju u raznim oblicima (presupozicije, konvencionalne i konverzacijske implikature, konotacije i sl.).

### 3.3. SREDSTVA OGRAĐIVANJA

U 1960-im godinama stručnjak za programske jezike Zadeh (1965) i lingvist Weinreich (1966) započeli su istraživanje *ograda* – riječi ili izraza koji se koriste u rečenici za izražavanje dvosmislenosti, vjerojatnosti, opreza ili neodlučnosti. Točnije, prema *Hrvatskom jezičnom portalu* ograda su „rezerva uz neku tvrdnju, primjedba, izražena sumnja [*bez ikakvih ograda; uz(a) sve ograde; uz ogradu*]”<sup>5</sup>. Zadeh i Weinreich proučavali su ograde u sklopu takozvanih nejasnih skupova (eng. *fuzzy concepts*), kojima svaki element može pripadati u većoj ili manjoj mjeri, a podložni su utjecaju kontekstualnih čimbenika (Lakoff 1972 prema Florea 2017: 182). Lakoff (1972) je na temelju njihova rada u lingvistiku uveo pojam ograda (eng. *hedges*). Povezanost ograda s nejasnim konceptima zasniva se na činjenici da je značenje u prirodnim jezicima često neodređeno i kontekstualno uvjetovano (Žic-Fuchs 1988: 166). Upravo „(...) riječi i izrazi čije značenje implicitno podrazumijeva nedefiniranost (*fuzziness*), tj. riječi i izrazi čija je funkcija da nešto odrede kao više ili manje 'nedefiniranim' (*fuzzy*), Lakoff naziva ogradama” (ibid.).

Ograđivanje se u jeziku može ostvariti različitim vrstama riječi, kao na primjer (prema Florea 2017): glagolima oblikovanja misli, pojmova, predviđanja, sudova i sumnji<sup>6</sup> (npr. hr. *činiti se, misliti, sugerirati, procijeniti* / mak.<sup>7</sup> *се чини, мисли, сугерира, процени*), modalnim glagolima (npr. hr. *moći, trebati* / mak. *може, треба*), priložima (npr. hr. *tehnički, praktično, vjerojatno* / mak. *технички, практично, веројатно*), pridjevima (npr. hr. *moću, ne/vjerojatan* / mak. *можно, не/веројатно*), imenicama (npr. hr. *prijedlog, pretpostavka, procjena* / mak. *предлог, претпоставка, процена*) i uvodnim frazama (npr. hr. *s našeg gledišta* / mak. *од наша гледна точка*).

---

<sup>5</sup> <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>

<sup>6</sup> Klasifikacija glagola preuzeta je od Mikelić-Preradović 2014.

<sup>7</sup> Za prijevod na makedonski korišten je Hrvatsko-makedonski rječnik, autorica Vlatković i Prošev-Oliver

## 4. SREDSTVA UVJERAVANJA I OGRAĐIVANJA U NOVINSKIM ČLANCIMA O CIJEPLJENJU PROTIV COVID-19

### 4.1. METODOLOGIJA

Brojne građanske inicijative, udruge, političari, liječnici, farmaceuti, znanstvenici i laici sudionici su borbe koja se proteklih mjeseci vodila oko pitanja treba li se cijepiti protiv virusa COVID-19 ili ne. Na postavljeno pitanje nudili su se razni odgovori i mišljenja koja su podijelila javnost. Uključenost velikoga broja pojedinaca u diskurs o cijepljenju rezultirala je nizom rasprava koje su se vodile na javnim medijskim servisima. Tema cijepljenja postala je toliko raširena da se javnost počela dijeliti na dvije skupne – *vaksere* i *antivaksere*. Predstavnicima ovih dviju skupina nametali su svoje mišljenje, što je bio glavni motiv za provođenje ovoga istraživanja. Koliko se u medijskoj raspravi o cijepljenju radilo o dobrobiti građanstva, a koliko se pandemija koristila za nametanje ideoloških stavova pojedinaca, samo je jedno od mnogih pitanja koja se nameću. Analiza bi nam mogla pružiti uvid u sadržaj diskursa o cijepljenju protiv COVID-19 i ponuditi odgovor na pitanje koliko su se mediji u pandemijskoj, kriznoj situaciji služili implicitnim, a koliko eksplicitnim sredstvima manipulacije.

Istraživanje se temelji na usporedbi zastupljenosti sredstava uvjeravanja i ograđivanja u publicističkome stilu hrvatskoga i makedonskoga jezika, a analiza je provedena nad internetskim portalima. Internetski portali lako su dostupni i češće se ažuriraju nego tiskani mediji, što znači da se nove informacije čitateljima pružaju iz minute u minutu. Budući da u današnje vrijeme masovni mediji sve više obiluju sredstvima manipulacije čitateljima, veoma je važno utvrditi sredstva i načine putem kojih se manipulacija ostvaruje u novinskim tekstovima. Sredstva uvjeravanja koja smo analizirali u radu jesu: pozivanje na *zdravi razum*, pozivanje na pozitivne i negativne emocije te uvjeravanje korištenjem raznih vrsta autoriteta. Od sredstava ograđivanja analizirali smo glagole oblikovanja misli, pojmova, predviđanja, sudova i sumnji, modalne glagole, priloge, pridjeve, imenice i uvodne fraze.

Cilj istraživanja jest utvrditi jezična sredstva uvjeravanja i ograđivanja, njihova obilježja i komunikacijske funkcije, dok je posebna pažnja posvećena njihovoj primjeni u svrhu manipulacije. Analizom smo nastojali provjeriti sljedeće hipoteze:

1. Sredstva uvjeravanja i sredstva ograđivanja koriste se u svrhu manipulacije čitateljima u novinarsko-publicističkome stilu hrvatskoga i makedonskoga jezika.
2. Učestalija je upotreba sredstava uvjeravanja od sredstava ograđivanja.
3. Sredstva ograđivanja iskazuju se na eksplicitniji način nego sredstva uvjeravanja.
4. U svrhu manipulacije najčešće se koristi pozivanje na negativne emocije.

Prva hipoteza temelji se na saznanjima o jezičnim sredstvima manipulacije predstavljanim u teorijskom dijelu rada. Budući da se istraživanje bavi novinskim tekstovima o cijepljenju protiv COVID-19 objavljenim za vrijeme trajanja pandemije i nastojanja da se procijepi što veći broj građanstva, druga hipoteza zasniva se na pretpostavci da su u tom razdoblju mediji nastojali djelovati na javnost uvjeravajući čitatelje na koji način bi trebali postupiti po pitanju cijepljenja. Treća hipoteza temelji se na pretpostavci da su sredstva ograđivanja (koja su prvenstveno leksička) po svojoj prirodi eksplicitnija od sredstava uvjeravanja. Budući da se analizirani članci bave kriznom situacijom, četvrta hipoteza zasniva se na pretpostavci da je u njima najzastupljenija strategija pozivanja na strah.

Članci odabrani za analizu bave se cijepljenjem protiv virusa COVID-19 i datiraju iz studenoga 2021. godine. U to se vrijeme cijela regija suočavala s četvrtim valom pandemije, stoga je u medijima bilo sve više otvorenih poziva na cijepljenje te poziva na izbjegavanje cijepljenja. Imajući na umu da nisu svi portali jednako transparentni u iznošenju uredničkih stavova i mišljenja pojedinih autora, za analizu smo izabrali portale sličnoga „predznaka”.

#### **4.1.1. Korpus članaka na hrvatskome jeziku**

Kao izvor za analizu članaka na hrvatskome jeziku izabrali smo portal *Index.hr* – jedan od najčitanijih portala u Hrvatskoj. Budući da je riječ o portalu koji nije isključivo informativan, tj. ne teži isključivo objektivnome izvještavanju, pretpostavili smo da će obilovati člancima u kojima autori otvoreno iznose svoje stavove o cijepljenju protiv COVID-19. Korpus za analizu odabran je na temelju više kriterija pretraživanja pomoću *Google* tražilice. Izvršili smo

pretraživanje ključnih riječi 'cijepljenje index.hr' te smo pomoću alata *Tools* izdvojili članke iz željenoga razdoblja (1.–30. studenoga 2021.).

Od 50 pronađenih članaka 10 je eliminirano jer su sadržavali samo informacije o novootvorenim punktovima za cijepljenje.

#### 4.1.2. Korpus članaka na makedonskome jeziku

Na temelju analize najčitanijih makedonskih novinskih portala isprva smo kao makedonski ekvivalent hrvatskome *Indexu.hr* izabrali portal *Kurir.mk*. Proces odabira adekvatnih članaka bio je jednak kao i za *Index.hr*. Međutim, pretraživši sve članke iz studenoga 2021. godine na temu cijepljenja protiv COVID-19, utvrdili smo da je broj pronađenih članaka nedovoljan za provođenje poredbene analize. Temeljem ponovljene procjene makedonskih novinskih portala izabrali smo *Slobodenpečat.mk*, koji je proglašen drugim najčitanijim portalom u Sjevernoj Makedoniji početkom 2021. godine.<sup>8</sup> Presudan kriterij za odabir ovoga portala bila je sličnost s *Indexom.hr* na sadržajnome planu. Međutim, unatoč podudarnim naslovima članaka, dva se portala razlikuju po opsegu članaka – članci na portalu *Slobodenpečat.mk* u pravilu su sažetiji nego na portalu *Index.hr*. Iz Tablice 1 proizlazi da je korpus od 40 članaka s hrvatskoga portala 2,6 puta opsežniji od korpusa od 40 članaka s makedonskoga portala:

	<i>Index.hr</i>	<i>Slobodenpečat.mk</i>
<b>Broj članaka</b>	40	40
<b>Prosječan broj riječi u članku</b>	688	266
<b>Ukupan broj riječi</b>	27 543	10 656

**Tablica 1.** Usporedba broja riječi u člancima s portala *Index.hr* i *Slobodenpečat.mk*

#### 4.1.3. Tijek analize

U prvoj fazi analize utvrdili smo sredstva uvjeravanja i ograđivanja koja se pojavljuju u korpusima članaka na hrvatskome i makedonskome jeziku (ukupno 80 članaka). Analiza je

---

<sup>8</sup> <https://vecer.mk/top-vesti/ova/>

provedena prema popisima sredstava uvjeravanja i ograđivanja prikazanima u poglavljima 3.1 i 3.2. Za svako je sredstvo zabilježen broj potvrda u pojedinim člancima. Pretraživanje leksičkih sredstava ograđivanja poput modalnih i drugih glagola, priloga, pridjeva, imenica i fraza provedeno je ručnim putem, potom su rezultati dodatno provjereni pomoću alata *Traži* (Ctrl+F), te je za svaki pronađeni primjer procijenjeno je li upotrijebljen kao sredstvo ograđivanja. Popisu sredstava uvjeravanja i ograđivanja pridodali smo sredstva koja nisu navedena u popisima prikazanim u poglavljima 3.1 i 3.2, a pokazala su se frekventnima u člancima. Zbog velikoga broja detektiranih sredstava uvjeravanja i ograđivanja u nastavku rada slijedi prikaz izabranih primjera. Popis analiziranih članaka s poveznicama dostupan je u prilogu na kraju rada.

## 4.2. REZULTATI ANALIZE

U ovome poglavlju slijedi prikaz rezultata analize sredstava uvjeravanja i ograđivanja u člancima na temu cijepljenja protiv COVID-19 s portala *Indeks.hr* i *Slobodenpečat.mk* objavljenim u studenom 2021. godine. Osim popisa utvrđenih sredstava slijedi i prikaz učestalosti njihove upotrebe te primjer upotrebe svakog pojedinog sredstva. U sklopu interpretacije rezultata bit će riječi o nedostacima metodologije primijenjene u istraživanju.

### 4.2.1. Sredstva ograđivanja

Pod pretpostavkom da su u člancima iz korpusa zastupljena sredstva ograđivanja, pretražili smo njihove primjere u skladu s popisom navedenim u teorijskome dijelu rada. Osim tipičnih primjera navedenih u popisu analizirali smo i druge primjere koji pripadaju kategorijama: (1) glagoli oblikovanja misli, pojmova, predviđanja, sudova i sumnji (npr. hr. *činiti se, misliti, sugerirati, procijeniti* / mak. *se чини, мисли, сугерира, процени*), (2) modalni glagoli (npr. hr. *moći, trebati* / mak. *може, треба*), (3) prilozi (npr. hr. *tehnički, praktično, vjerojatno* / mak. *технички, практично, веројатно*), (4) pridjevi (npr. hr. *moći, ne/vjerojatan* / mak. *можно, не/веројатно*), (5) imenice (npr. hr. *prijedlog, pretpostavka, procjena* / mak. *предлог, претпоставка, процена*) i (6) uvodne fraze (npr. hr. *s našeg gledišta* / mak. *од наша гледна точка*). Uz tipične primjere sredstava ograđivanja (navedene u zagradama) frekventnima su se pokazali i sljedeći primjeri: glagoli *kazati, reći, dodati, istaknuti*; mak. *рече, изјави, вели, додаде*; prilozi hr. *do sada, uglavnom*; mak. *досега, релативно*; pridjevi hr. *obavezan, svjestan*;



mak. *задолжителен* i *можен*; imenice hr. *preporuka*, *studija*, *istraživanje*, *moгуćnost*; mak. *истражување*, *препорака*. Rezultati analize predstavljeni su u Tablici 2.

<b>SREDSTVA OGRAĐIVANJA</b>	<i>Indeks.hr</i>	<i>Slobodenpečat.mk</i>
<b>Glagoli oblikovanja misli, pojmova, predviđanja, sudova i sumnji</b>	354	97
<b>Modalni glagoli</b>	0	0
<b>Prilozi</b>	35	9
<b>Pridjevi</b>	10	0
<b>Imenice</b>	61	35
<b>Uvodne fraze</b>	0	0
<b>Ukupno</b>	460	107

**Tablica 2.** Broj potvrda upotrebe sredstava ograđivanja u novinarsko-publicističkom stilu hrvatskoga i makedonskoga jezika

### **(1) Glagoli oblikovanja misli, pojmova, predviđanja, sudova i sumnji u funkciji ograđivanja**

Analiza je pokazala da su u člancima na hrvatskome jeziku najfrekventniji glagoli *kazati* i *reći*. Glagol *kazati* u njima se pojavljuje čak 136 puta, dok se glagol *reći* pojavljuje 110 puta. Uzmemo li u obzir činjenicu da su mnogi članci prijenosi intervjua, ovi brojevi nisu iznenađujući. Prema zastupljenosti ova dva glagola možemo zaključiti da je hrvatski portal *Indeks.hr* sklon ograđivanju od izražavanja vlastitih stavova te prenošenju i pozivanju na tuđe izjave. Uz glagole *kazati* i *reći* u člancima na hrvatskome jeziku potvrđeni su razni drugi glagoli kojima se prenose tuđe riječi, kao što su primjerice *komentirati*, *poručiti*, *dodati*, *upozoriti* i *istaknuti*. Glagoli koji su u teorijskom dijelu rada navedeni kao tipični primjeri kategorije u istraživanju se nisu pokazali najfrekventnijima. Tako se glagol *misлити* pojavljuje 13 puta, *činiti se* 6 puta, *procijeniti* 4 puta i *sugerirati* nijednom.

U člancima s makedonskoga portala najfrekventniji je glagol *пече* s 26 potvrda, te glagol *изјави* s 21 potvrdom. Iza njih po frekventnosti slijede glagoli *додаде* sa 16 potvrda i *вели* s 18 potvrda. Već nakon prve kategorije možemo primijetiti da je nemoguće odrediti univerzalne prototipne primjere za sredstva ograđivanja, jer njihov izbor uvelike ovisi o vrsti i temi diskursa. U ovome slučaju, u člancima s dvaju portala, vrlo frekventno sredstvo ograđivanja navođenje je tuđih riječi i stavova, kao što je to slučaj u primjerima:

*Cijepljenje djece je čin silovanja, kaže Ivan Penava.*

*I ja sam savršeno svjestan dobrobiti cjepiva, rekao nam je profesor Plantić.*

*Лекаром по превентивна медицина, д-р Давид Кац, изјавил дека имунитетот што се стекнува по инфекцијата мора да се земе предвид.*

*Но, не знаеме точно колку долго ќе трае пандемијата. Можеби вакцината треба да се дава секоја година, рече докторот.*

## (2) Modalni glagoli

Modalni glagoli pokazali su se vrlo frekventnima u analiziranim člancima, međutim analiza njihovih pojedinih primjera pokazala je da se u pravilu ne javljaju u funkciji sredstva ograđivanja – kao što je to slučaj u primjerima:

*Singapurski model, međutim, uvelike ovisi o privatiziranim medicinskim uslugama, što znači da necijepljeni možda već imaju pokriće ako se zaraze koronom i **trebaju** liječenje.*

*„Covid-pacijenti koji svojom odlukom nisu cijepljeni i dalje **могу** koristiti redovne finansijske aranžmane zdravstvene zaštite kako bi platili svoje račune gdje je to primjenjivo”, dodalo je ministarstvo.*

*Таа додаде дека во исто време Европа **треба** да ги засили вакцинирањето и санитарните услови.*

*Се надевам дека еден ден, можеби во блиска иднина, **ќе можеме** да кажеме: „Какво варварство е да се умре од ковид во 21. век”, рекла Мекдугал.*

Kao poseban oblik ograđivanja izdvaja se glagol *trebati*, koji se u člancima na hrvatskome mjestimično koristi kao ublaživač ilokucijske snage iskaza (u formi 2. lica jednine u kondicionalu):

*Svi koji razmišljaju o cijepljenju, **trebali bi** se cijepiti.*

U ovome primjeru upotrebom glagola *trebati* u kondicionalu zahtjev se transformira u preporuku, što se može tumačiti kao oblik ograđivanja. Iznosi se preporuka za cijepljenje, ali nije izrečena obaveza, pa se u slučaju nuspojave govornik može ograditi da nije izrekao obavezu. Ovakvi primjeri nisu potvrđeni u člancima na makedonskome jeziku.

### (3) Prilozi

Najzastupljeniji prilozi u funkciji sredstava ograđivanja zabilježeni u člancima na hrvatskome su *do sada* (ili *dosada*) i *uglavnom*. U oba primjera govornik se ograđuje od mogućih promjena u budućnosti.

*Do sada provedena istraživanja, pokazuju da cjepiva pomažu u sprječavanju težih oblika bolesti i smrti.*

*(...) zaista nemaju razloga za strah s obzirom na jako velik broj cijepljenih ljudi u svijetu te izuzetno mali broj nuspojava, **uglavnom** je to kratkotrajna bol na mjestu uboda.*

S druge strane, u člancima na makedonskome jeziku najfrekventniji su prilozi *веројатно* i *можно*, a neki od primjera su:

*(...) затоа што **веројатно** на луѓето ќе им дојде преку глава од постојано тестирање во текот на неделата, макар и бесплатно, потенцира д-р Мехмедовиќ.*

***Можно** е и Ролан Гарос и Вимблдон да го следат истиот тренд и да ги условуваат учесниците на турнирот со вакцини, што значи дека Австралија опен може да започне со домино ефект – напиша Адам Загорија на својот Твитер профил.*

#### (4) Pridjevi

Prema podacima iz Tablice 2, pridjevi su vrsta riječi koja se u analiziranim člancima rijetko pojavljuje u funkciji sredstava ograđivanja. U hrvatskome jeziku, osim pridjeva *moć* i *(ne)vjerojatan*, u funkciji sredstva ograđivanja nije pronađen nijedan drugi pridjev. U člancima s makedonskoga portala nije potvrđen nijedan pridjev u funkciji sredstva ograđivanja.

*Regulatori u više zemalja, uključujući Kanadu, Finsku i Švedsku, također su zauzeli rezerviraniji stav prema tom cjepivu zbog **moć**ih srčanih problema kod mlađih ljudi.*

#### (5) Imenice

Najfrekventnije imenice u funkciji ograđivanja u člancima s hrvatskoga portala jesu: *preporuka* (23 primjera), *studija* (21 primjer), *istraživanje* (20 primjera) i *moć*nost (10 primjera). Na makedonskome portalu najfrekventnijom se pokazala imenica *истражување* (25 primjera).

*Tu postoji **moć**nost da težinu bolesti krivo procijenimo.*

*Според резултатите од **истражувањето** спроведено за телевизијата „Скај“, 56 проценти смета дека треба да се воведат дополнителни мерки за невакцинираните.*

Budući da se u člancima raspravlja o specifičnoj temi vezanoj uz zaraznu bolest i nova cjepiva, nije neobično da se u svrhu ograđivanja koriste imenice poput *istraživanje* ili *preporuka*. U člancima se najčešće vode rasprave o tome ima li potrebe za uvođenjem obaveznoga cjepiva i je li cjepivo uopće dovoljno istraženo, odnosno je li štetno po ljudsko zdravlje. Tako se u člancima na hrvatskome jeziku imenica *preporuka* koristi u svrhu ograđivanja zbog mogućnosti nuspojava od cjepiva (cijepljenje kao preporuka, a ne kao obaveza). Pogledajmo primjer citata s portala *Index.hr*:

*„**Preporuka** je da se cijepe i trudnice i dojilje“, odgovorio je Indexu specijalist pedijatrijske infektologije dr. Tešović na upit trebaju li se trudnice cijepiti ako već nisu prije trudnoće.*

Uvodne fraze kao što su *s našeg gledišta / од наша гледна точка* nisu potvrđene ni u hrvatskome ni u makedonskome korpusu.

Na temelju provedene analize zaključujemo da se ograđivanje u novinarsko-publicističkome stilu hrvatskoga jezika može ostvariti različitim jezičnim sredstvima, a neka od najčešćih su: glagoli oblikovanja misli, pojmova, predviđanja, sudova i sumnji u funkciji ograđivanja (*kazati, reći, dodati i istaknuti*), prilozima (*do sada, uglavnom i vjerojatno*), pridjevima (*moгуć, (ne)vjerojatan*) i imenicama (*preporuka, studija, istraživanje i mogućnost*). S druge strane, u makedonskome jeziku sredstva ograđivanja većinom su glagoli oblikovanja misli, pojmova, predviđanja, sudova i sumnji (*рече, изјави, вели и додаде*), prilozi (*веројатно, можно*) i pokoja imenica kao *истражување*.

Osim jezičnih sredstava, u funkciji ograđivanja može biti pozivanje na izvor iz kojega je sadržaj preuzet. Na taj se način, u slučaju da se u medije plasirala neistinita informacija, portal odriče odgovornosti za navođenje potencijalno neistinitih podataka.

*Prema ovom sustavu, računi za necijepljene i dalje će biti „visoko podržani i visoko subvencionirani”, rekao je ministar zdravstva Ong Ye Kung na konferenciji za novinare u ponedjeljak, **prenosi Yahoo News**.*

*Шолц рекол дека гледа оти во Бундестагот има дебата за ова прашање меѓу сите партии, информираат од опкружувањето на идниот канцелар, **пренесува Бета**.*

Međutim, prenošenje izjava i pozivanje na izvor nije uvijek nužno u funkciji sredstva ograđivanja – ponekad se može koristiti u funkciji izvještavanja i transparentnog navođenja izvora podataka.

#### **4.2.2. Sredstva uvjeravanja**

Sredstva uvjeravanja dijele se u tri kategorije (usp. Poglavlje 3.2): (1) pozivanje na *zdravi razum*, (2) pozivanje na emocije i (3) uvjeravanje putem autoriteta. Na samome početku važno je napomenuti da se određivanje sredstava uvjeravanja pokazalo znatno težim zadatkom od određivanja sredstava uvjeravanja. Analiza sredstava uvjeravanja u određenoj se mjeri razlikovala od analize sredstava ograđivanja. Razlog tome je činjenica da su sredstva ograđivanja leksička te da ih je stoga lakše detektirati i pobrojati u tekstu. S druge strane, uvjeravanje se ostvaruje na značenjskom planu iskaza, posredstvom različitih jezičnih sredstava, na implicitnoj i

eksplicitnoj razini. Analizu je otežalo i često preklapanje više strategija uvjeravanja odjednom, na primjer:

*U posljednje vrijeme se sve češće viđaju i među djecom tromboembolijski incidenti. Rjeđi su nego kod odraslih, ali je smrtnost visoka. To do sada nismo vidjeli ili se ne zna da je takvog nečega bilo u Hrvatskoj, ali to ne znači da neće biti. S aspekta osobne zaštite dobro je da se bilo tko cijepi, pa i djeca starija od 12, uskoro starija i od 5 godina.*

U ovom primjeru usporedno je primijenjen poziv na negativnu emociju straha te poziv na *zdravi razum*. Točnije, u prve tri rečenice nalazimo poziv na strah, dok u posljednjoj rečenici nalazimo poziv na *zdravi razum*, budući da se u njoj prezentiraju činjenice te se nudi prijedlog o tome kako smiriti prethodno probuđeni strah.

Neke strategije primijenjene su kroz cijeli tekst. Na primjer u članku *Udruga „Nastavnici organizirano“: Skepsa oko cijepjenja je vraćanje u srednji vijek* prenosi se tekst koji je dotična udruga, pretpostavljamo, objavila na nekoj od svojih stranica ili društvenih mreža. Naime, u prenesenom se tekstu iznosi kritika upućena sindikatu i Stožeru civilne zaštite. Kroz cijeli tekst provlači se frustracija nastavnika izazvana tadašnjom pandemijskom situacijom. Ton cijeloga teksta je grub i neki dijelovi graniče s govorom mržnje. U takvome je diskursu izrazito teško odrediti količinu primjene nekog sredstva uvjeravanja jer je svaka riječ pomno birana kako bi se utjecalo na emocije čitatelja.

Drugi takav primjer članak je pod naslovom *Iz Ruđera reagirali na izjavu znanstvenika Loše da su cjepiva molekularno tetoviranje*, koji u drugome dijelu detaljno prenosi definicije mRNA molekula i iznosi razne činjenice o tome kako mRNA cjepivo može djelovati na ljudsko tijelo. Namjera navedenoga članka jest pozvati čitatelje na *zdravi razum* iznošenjem velike količine definicija i činjenica.

S obzirom na navedene probleme s kojima smo se susreli pri analizi sredstava uvjeravanja, zaključili smo da se nad njima ne može provesti pouzdana kvantitativna analiza. Umjesto toga u nastavku slijedi njihova kvalitativna analiza na izabranim primjerima.

## **(1) Poziv na zdravi razum**

Za analizu poziva na *zdravi razum* u obzir su uzete logične tvrdnje (činjenice, pretpostavke, smjernice) i vizualni dokazi (slike, videa). U prethodnome poglavlju naveli smo primjer članka koji je imao ulogu pozivanja na *zdravi razum*. U njemu se, naime, opsežno navodi velik broj činjenica koje je iznio stručnjak, imunolog koji korištenjem znanstvenih izraza objašnjava zašto se čitatelji ne moraju bojati cjepiva.

*Činjenica jest da zbog potrebe za što bržom raspoloživošću cjepiva još uvijek nisu završili krakovi kliničkih ispitivanja koji se odnose na dugoročne učinke cjepiva, no zasad nema nikakvih informacija o genotoksičnosti bilo kojeg cjepiva.*

U ovome članku nalazimo poziv na *zdravi razum*, poziv na ugodnu emociju mira, ali ujedno i manipulaciju – korištenjem znanstvenih izraza uspostavlja se autoritet stručnjaka.

Nadalje, na makedonskom portalu poziv na *zdravi razum* često je iskazan vizualnim dokazima. Već je spomenuto da su članci na makedonskim portalima sadržajno znatno sažetiji nego oni na hrvatskim portalima, stoga je često uz kratak tekst priložen video cijeloga intervjua:

*Проследете го целиот разговор во видеото.*

*ВИДЕО | Џонсон: Целосна вакцинација ќе подразбира и трета доза*

## **(2) Poziv na pozitivne emocije**

Istraživanje je pokazalo da je u analiziranim korpusima najmanje korišteno sredstvo uvjeravanja poziv na pozitivne emocije. Kao rijedak primjer možemo izdvojiti poziv na zajedništvo i hrabrost iz članaka na hrvatskome jeziku:

*Ovo je iznimno delikatan trenutak. Moramo svi **zajedno** to riješiti. To je stvar **svakog pojedinca**.*

***Samo zajedničkim naporima** možemo polučiti rezultat. Ne znam što nam nosi budućnost, ali možete biti mirni.*

Ovakvim se izjavama pokušava izazvati osjećaj pripadnosti, recipijente se poziva na junaštvo, potiče ih se na hrabrost i pružanje pomoći drugima, što uvelike može utjecati na njihove emocije i stavove. Na kraju drugoga primjera vidimo i pokušaj smirivanja, odnosno poziv na emociju mira, koja se nekoliko puta pojavljuje i na portalu *Slobodenpechat.mk*. Primjeri koji pozivaju na zajedništvo u makedonskom korpusu nisu pronađeni.

*„Придобивките од оваа вакцина кај децата на возраст од 5 до 11 години ги надминуваат ризиците, особено кај оние со состојби кои го зголемуваат ризикот од тежок ковид”, соопшти ЕМА.*

U navedenom primjeru nalazimo poziv na pozitivnu emociju mira i nade da cjevivo dobro utječe na one koji su skloni riziku od pojave teških simptoma izazvanih COVID-19. Istovremeno uočavamo i autoritet uzora – ako je cijepljenje odobreno za djecu (koja su osjetljiva skupina), onda ne postoji ništa što zdrave odrasle ljude sprječava da se cijepe.

### **(3) Poziv na negativne emocije**

Iako se kvantitativna analiza nije pokazala prigodnom za sredstva uvjeravanja, s velikom sigurnošću možemo potvrditi da je poziv na negativne emocije najfrekventnije sredstvo uvjeravanja u analiziranim korpusima. Od poziva na negativne emocije najčešći je poziv na strah, što nije nimalo iznenađujuće kada je riječ o kriznoj situaciji poput pandemije. Ovu tvrdnju potvrđuju brojni naslovi iz kojih je vidljivo da im je glavna funkcija zastrašiti javnost, npr.:

*Liječnik iz Zarazne: Ovo je opasno za naciju, mislim da vlasti trebaju poduzeti nešto.*

*Više trudnica kritično zbog covida. Što liječnici kažu o cijepljenju trudnica?*

*ВИДЕО | Д-р Балеvски: Единствен лек за оваа болест е вакцината*

*Загрижувачка прогноза на имунолозите: До пролет ќе има варијанта на коронавирусот целосно отпорна на вакцина*

Poziv na negativne emocije ponekad se isprepliće s pozivom na *zdravi razum*. Naime, često se u člancima navode već poznate činjenice te brojevi zaraženih i umrlih od bolesti COVID-19. Na



taj se način čitatelje poziva da temeljem *zdravoga razuma* uvide da je jedino rješenje cjevivo, a istovremeno se u njima budi strah od sve veće mogućnosti zaraze ili smrti.

*Upozorila je kako je četvrti val pandemije uzeo maha, a epidemija izmakla kontroli. Danas imamo rekordnih 6310 zaraženih, najviše mlađe i srednje dobi, od početka epidemije umrle su 9364 osobe, većina umrlih i hospitaliziranih nisu bili cijepljeni, navela je i naglasila kako je cijepljenje jedini alat da se pandemija zaustavi.*

*Nismo najlošiji, ali pogledajte kakva se nacionalna tragedija događa u Bugarskoj i Rumunjskoj. Rumunjska izvozi bolesnike u bogatije zemlje EU, nemaju smještajnih kapaciteta, pa ih od tamo transportiraju u Austriju i druge europske zemlje. Kod njih je procijepljenost jedva iza 30 posto", kazao je Tešović.*

Pavić (2011: 5) navodi kako se buđenje straha može sastojati od dvije komponente: prijetnje i prijedloga. U istraživanju se to pokazalo točnim u većini slučajeva. Na primjer, iz članka s portala *Index.hr* izdvajamo citat koji predstavlja prijetnju:

*(...) Međutim predstoji nam još veća opasnost, a to je delta plus soj koji nam je pred vratima. Koliko se zasad zna o delta plus soju, on se brže širi i od delta soja. Kod nas je premalo osoba cijepljeno da bi se time postigla dovoljna količina ljudi koji su imuni na virus te se virus jako brzo širi.*

Nekoliko redaka dalje u članku slijedi prijedlog kako se trebaju ponašati oni koji žele izbjeći prijetnju:

*Zato je potrebno apsolutno izbjegavanje okupljanja. Ako se i ide na okupljanja, onda to treba biti s obitelji i onima za koje znamo da su cijepljene ili da su preboljele, nikako nije poželjno ići na okupljanja i druženja gdje ne poznajemo sve, gdje je puno ljudi, to je sad jako riskantno. Ako je već nužno ići na takva okupljanja, onda treba držati distancu i nositi masku.*

Slični primjeri mogu se pronaći u člancima s portala *Slobodenpechat.mk*:

*Последните предлог-мерки претставени од министерот за здравство не личат на мерки за спречување на нов бран на корона, бидејќи оние кои ќе се вакцинираат ќе*

*имаат имунитет дури во февруари, вели проф.-д-р Никола Пановски, кој додава дека тој би донел поинакви мерки или би направил „мерки веднаш и сега“*

Na početku primjera nalazimo prijetnju, tj. buđenje straha zbog loše provedenih mjera, a već u nastavku liječnik nudi svoj prijedlog za bolje mjere.

#### **(4) Uvjeravanje putem autoriteta**

Određivanje autoriteta kao sredstva uvjeravanja predstavljao je jedan od većih izazova u provođenju ove analize. Razlog tomu je činjenica da su autoriteti u današnje vrijeme počeli jenjavati, pa se više puta nametnulo pitanje: *Koga čitatelji dvaju portala uopće smatraju autoritetima i kakve im ovlasti pripisuju?* Podjelu autoriteta preuzeli smo od Van Leeuwena (2008: 106–109), a u sklopu analize obratili smo pažnju na: (a) osobni autoritet, (b) autoritet stručnjaka, (c) autoritet uzora, (d) neosobni autoritet, (e) autoritet tradicije i (f) autoritet konformizma. U nastavku slijedi njihov prikaz na izabranim primjerima iz članaka s hrvatskoga i makedonskoga portala.

##### **(a) Osobni autoritet**

Kada je riječ o ovoj vrsti autoriteta, osoba s autoritetom ne mora se pozivati ni na jedno opravdanje za ono što zahtijeva od druge osobe, stoga je uglavnom iskazana posredstvom zamjenice *ja*.

*(...)ja im savjetujem da se cijepe.*

*Ja sam za uvođenje covid-potvrda.*

*Ja sam uvijek za cijepjenje kao jedan od najvećih dosega medicine.*

Promatrane izvan konteksta, osobne zamjenice u navedenim rečenicama upućuju na osobni autoritet. Međutim, uzme li se u obzir širi kontekst, situacija je nešto drugačija. U prvome dijelu rečenice iz prvoga primjera pojavljuje se sintagma *moje pacijentice*, koja upućuje na činjenicu da savjet iznosi liječnik, a njegov se identitet eksplicitno navodi na kraju citata. U druga se dva primjera prvo navodi tko su osobe čiji se citati navode te se na kraju citata ponovo eksplicitno

navodi njihovo ime. Dakle, osobni se autoritet u prvome primjeru – ako uzmemo u obzir cijeli kontekst – može tumačiti i kao autoritet struke i eksperta, dok se u druga dva primjera može tumačiti kao autoritet uzora. Primjeri osobnoga autoriteta u člancima s makedonskoga portala nisu pronađeni. Razlog tomu priložena su videa koja prenose intervjue.

*„(...) Kad god me **moje pacijentice** pitaju, ja im savjetujem da se cijepe (...)”, rekao je za Index **dr. Ujević**.*

*Gorana Rosandić **profesorica** je hrvatskog jezika u srednjoj školi u Splitu. „Ja sam za uvođenje covid-potvrda...”, istaknula je Rosandić.*

*Ivana Valjak Ilić **profesorica** je njemačkog u srednjoj školi u Vrbovcu. „(...) Ja sam uvijek za cijepljenje kao jedan od najvećih dosega medicine, naravno, za one koji se smiju cijepiti.”, kazala nam je Ivana Valjak Ilić.*

## **(b) Autoritet stručnjaka**

Stručnost je u diskursu eksplicitno istaknuta titulama kao što su *doktor, farmakolog, epidemiolog, ministar zdravstva*, odnosno *лекар, фармаколог, епидемиолог, министер за здравство* i slično. Takve primjere nalazimo u člancima s oba portala:

*„Molim naciju da vjeruje znanstvenicima i struci. Ne moraju vjerovati meni, neka vjeruju znanstvenicima”, apelira **ministar**.*

***Potpredsjednik HUBOL-a, dr. Boris Ujević, ginekolog** u zagrebačkoj bolnici Sveti Duh, za Index je rekao da bi on preporučio cijepljenje trudnicama po uzoru na sve zemlje EU.*

*Верувањето дека природниот имунитет е доволен за да се одбраниме од инфекцијата е сосема нереално, но и многу опасно, нагласил **д-р Кери Алтхоф, професор по епидемиологија**.*

***Епидемиологот Бранислав Тиодоровиќ** изјави дека во Србија на пролет најверојатно ќе се препорача и четврта доза од вакцината против коронавирус.*

U prvome hrvatskome primjeru vidimo da se i sam ministar javno poziva na struku i znanost, međutim to je jedini takav primjer u kojemu se sam autoritet stručnjaka poziva na ostale autoritete stručnjaka. Autoriteti uzora često se – kao što vidimo u primjerima – navode eksplicitno. Međutim, u komunikaciji sa stručnom osobom ona će često navoditi pojmove vezane uz struku i znanost koje će prosječnom građaninu biti komplicirane za shvatiti. Na taj se način pojačava snaga autoriteta i dojam o njegovoj stručnosti.

*Za mišljenje o tvrdnjama Domazet-Loše Index je zamolio dvojicu **imunologa** s Medicinskog fakulteta u Rijeci, Bojana Polića i Zlatka Trobonjaču. „**Ako hipotetski govorimo o genotoksičnosti RNA, onda bi eventualna genotoksičnost same virusne RNA koja generira 30 različitih proteina trebala biti puno veća ugroza od upotrebe mRNA u cjepivima. No, do sada nema nikakvih dokaza da se ni virusna RNA ili mRNA iz cjepiva integrira u naš genom**”, kaže Polić.*

Ovo je jedan od ekstremnijih primjera, dok se na makedonskome portalu takvi primjeri ne pojavljuju. Najsličniji primjeri iz članaka s portala *Slobodenpečat.mk* oni su u kojima se koriste pojmovi kao *soj* ili *mutacija*, koji su s vremenom izgubili na snazi jer se javnost za vrijeme trajanja pandemije pobliže upoznala s njihovim značenjem.

*Делта плус **сојот** почнува да има негативни ефекти во Европа, бројот на заразени се зголемува.*

*– Секогаш постои ризик дека, колку повеќе вирусот циркулира во општеството, ќе се појават нови **мутации** што ќе бидат значајно поинакви и различни од сегашната варијанта на вирусот што е присутна – рекол тогаш Фаучи*

Uslijed sukoba među stručnjacima o kojima su izvještavali mediji (npr. gdje jedan stručnjak poziva na cijepljenje, a drugi se tome strogo protivi) javnost postaje svjesna pluralizma stručnjaka, što rezultira znatnim opadanjem autoriteta stručnosti.

*„Ova vlada je osigurala građanima dovoljne količine cjepiva, a građani ga ne žele iskoristiti. Ne razumijem to”, kazao je Beroš te dodao da moli građane koji se ne žele cijepiti da preispitaju svoje stavove i konzultiraju se sa svojim liječnicima.*

S jedne strane, dakle, ministar zdravstva poziva na cijepljenje, dok s druge strane postoje stručnjaci koji govore upravo suprotno:

*Stručnjaci su rekli da zarazu šire i cijepljeni i necijepljeni. Cijepljenjem nećemo zaustaviti zarazu.*

Slična je situacija u člancima s makedonskog portala. Na primjer:

*„Не постои здрава логика која вели дека е подобро да се разболиш отколку да се вакцинираш. Според она што го знаеме до денес, се чини дека вакцината е многу поефикасна од инфекцијата, а и побезбедна, па никој не треба да размислува на погрешен начин”, додава докторот.*

Mišljene liječnika iz ovoga primjera u opreci je s mišljenjem liječnika iz sljedećega primjera:

*Нема полош начин од тоа на некој да го натерате, да му наложите да се вакцинира. Околу ПЦР-тестовите на трошок на работодавачите, сметам дека нема да промени многу, затоа што веројатно на луѓето ќе им дојде преку глава од постојано тестирање во текот на неделата, макар и бесплатно, потенцира д-р Мехмедовиќ.*

U ovakvim slučajevima autoritet stručnjaka može graničiti s autoritetom uzora, jer iako su sve izjave proizašle od medicinskih stručnjaka, na čitateljima je da odaberu koji im od ponuđenih autoriteta ulijeva više povjerenja te na temelju čijeg će mišljenja donijeti svoju odluku.

### **(c) Autoritet uzora**

Autoritet uzora u istraživanju se pokazao kao jedno od najproblematičnijih sredstava uvjeravanja jer ne postoje jasni kriteriji prema kojima se može jasno odrediti tko ima ovu vrstu autoriteta. U analiziranim člancima često se kao uzor nameću političari, no upitno je koliki je udio čitatelja kojima određeni političar predstavlja autoritet uzora. Pogledajmo sljedeća dva primjera:

*Plenković Slavoncima: Cijepite se, tu je 50% odraslih cijepljeno prvom dozom.*

*Potaknuta rekordnim brojem zaraženih koronavirusom, zastupnica Anka Mrak Taritaš (Glas) pozvala je u četvrtak vladu da pojača kampanju cijepljenja, ali i poručila kako je vrijeme da se uvedu ograničenja za necijepljene.*

U prvome primjeru premijer Plenković poručuje Slavoncima da se cijepe. U teoriji, političari bi trebali biti uzori građanima – ili barem onima koji ih podržavaju. U navedenim primjerima potencijalni autoritet uzora koristi se kao poticaj za cijepljenje. Pritom bi Andrej Plenković kao premijer trebao imati znatno veći autoritet od drugih političara. S druge strane, u člancima s makedonskoga portala nije pronađen nijedan primjer prijenosa direktnoga poziva nekoga političara na cijepljenje ili necijepljenje.

Najsličniji primjer tome iz makedonskoga korpusa je sljedeći:

*Конфедерацијата на синдикални организации на Македонија (КСОМ) не се согласува со најновите мерки што денеска ги предложи Комисијата за заразни болести, а се однесуваат на вработените во јавниот сектор.*

U ovome primjeru autoritet uzora pripisuje se cijelom Savezu Slobodnih Sindikata, koji se ne slaže s odlukom o obaveznom cijepljenju. Možemo pretpostaviti da je autor ovoga članka namjeru Sindikat predstaviti kao autoritet koji podržava necijepljenje. Međutim, teško je odrediti vrstu autoriteta koja mu se pripisuje. Osim ovoga primjera, u makedonskome korpusu više je primjera pozivanja na autoritet uzora drugih država kao što su Rusija, Njemačka, SAD, Italija i slično:

*Путин третата вакцина против ковид ја примил во нос.*

*Германија нема да воведува задолжителна вакцинација против ковид-19.*

*САД воведува задолжителна вакцинација во приватниот сектор, казните се брутални.*

Slične primjere nalazimo i u hrvatskome korpusu:

*Farmakolog: Pogledajte Italiju. A u Hrvatskoj necijepljeni ne snose posljedice*

*U Njemačkoj ističu da je pozitivna odluka za cijepljenje trudnica snažna preporuka struke koja nadilazi sporost agencije (STIKO).*

U članku s portala *Slobodenpečat.mk* nalazimo i pozivanje na autoritet uzora iz prošlosti:

*234 godine staro pismo Katarine Velike kaže: „Odbijanje cijepljenja je barbarstvo”*

Novinari portala *Index.hr* nisu posezali za uzorima toliko daleko u prošlost, ali su ih nalazili u vremenu bivše Jugoslavije:

*S antivakserima je u bivšoj Jugoslaviji problema imao i Josip Broz Tito, a u dokumentu iz 1947., koji kruži društvenim mrežama, otkriveno je i kako ih je kažnjavao.*

Iz navedenih je primjera vidljivo da su autoriteti uzora često implicitni. Drugim riječima, ni u jednom primjeru nije izravno izrečeno da je potrebno ugledati se na nekoga, no svaki od ovih primjera u sebi nosi subliminalnu poruku kojom se nastoji utjecati na misli, osjećaje i ponašanja čitatelja.

#### **(d) Neosobni autoritet**

Neosobni autoritet u diskursu se razlikuje od autoriteta stručnjaka po upotrebi neosobnih legitimacija iz imenice kao što su *politika, pravilo, zakon* te pridjevi i prilozi poput *obvezno, poželjno, preporučljivo*. Primjerice:

*(...) jer je **preporuka** da se da isto cjepivo koje su primili u prve dvije doze.*

*(...) nikako nije **poželjno** ići na okupljanja i druženja gdje ne poznajemo sve, gdje je puno ljudi, to je sad jako riskantno.*

*Во Германија важат **правилата** на работното место да се оди со сертификат за вакцинација, негативен ПЦР тест или потврда за прележан ковид.*

*Таа здравствена управа повика на забрана на сите јавни собири и предложи **задолжително** да се воведат ковид потврди при влез во ресторани, театри и други јавни места во затворен простор.*

### (e) Autoritet tradicije

Legitimitet autoriteta tradicije zasniva se na običajima, tradicijama ili ustaljenim praksama. Ova vrsta autoriteta ne zasniva se na obavezi ni zakonu već na nečemu što se „oduvijek” radilo na određeni način te stoga samo po sebi ima dovoljnu težinu da opravda autoritet. Kao potencijalni primjer pozivanja na ovu vrstu autoriteta mogao bi se navesti prethodno spomenuti primjer s Josipom Brozom Titom<sup>9</sup>. Naime, za vrijeme bivše Jugoslavije pojavila se epidemija boginja, a Tito je kažnjavao *antivaksere*.

*„Kažnjava se 3. lička brigada oduzimanjem naziva udarne zbog toga što se 90 omladinaca iz ove brigade nije htjelo cijepiti te je time stvorena mogućnost za širenje zaraznih bolesti i dovedeno u opasnost zdravlje omladinaca”, piše u obrazloženju odluke.*

S obzirom na to da pandemija nije česta pojava, ne postoji neki ustaljeni obrazac ponašanja koji bi nalagala tradicija, stoga smatramo da ovaj primjer primarno predstavlja pozivanje na autoritet uzora.

### (f) Autoritet konformizma

Autoritet konformizma legitimaciju pripisuje većini (*Zato što tako radi većina ljudi* i *Zato što to svi ostali čine*). Većina u ovom slučaju može predstavljati članove obitelji ili članove nekoga društva, no najčešće se ostvaruje kroz visokofrekventni modalitet (npr. *većina Hrvata, mnogi Zagrepčani* i slično). U analiziranim člancima pronađeno je nekoliko primjera autoriteta konformizma:

*Tako je unatoč kiši koja je jučer poslijepodne i navečer padala **nekoliko stotina** građana čekalo cijepljenje pred Školom narodnog zdravlja Andrija Štampar.*

*Netko će trebati pregledavati šačicu ljudi koji se nisu cijepili jer se **većina** cijepila.*

*Во однос на вакцинацијата, како и минатата недела министерката повтори дека околу **75 отсто** наставници се вакцинирани, дека е тоа речиси **двапати повеќе од националниот просек** на вакцинирани.*

---

<sup>9</sup> Vidi poglavlje o autoritetu uzora.



*Правилата усвоени од федералната Влада бараат вакцинација против ковид-19 на повеќе од 17 милиони вработени низ целата земја во околу 76 000 здравствени установи*

U navedenim primjerima pozivanje na autoritet konformizma je implicitan. Nijedan pronađeni primjer ne uključuje direktno iskazan poziv „cijepite se jer je većina tako napravila”, već se takav poziv čitateljima prenosi na implicitnoj, subliminalnoj razini.

### 4.3. DISKUSIJA

Istraživanje prikazano u prethodnim poglavljima provedeno je s ciljem utvrđivanja zastupljenosti jezičnih sredstava ograđivanja i uvjeravanja u novinarsko-publicističkome stilu hrvatskoga i makedonskoga jezika, te određivanja njihovih obilježja i komunikacijskih funkcija. S obzirom na to da je analiza provedena nad člancima o cijepljenju protiv bolesti COVID-19, polazili smo od pretpostavke da su sredstva uvjeravanja u njima frekventnija od sredstava ograđivanja, da su sredstva uvjeravanja u njima implicitnija od sredstava ograđivanja te da je pozivanje na negativne emocije najčešće sredstvo manipulacije u kriznom novinarstvu.

#### 4.3.1. Provjera hipoteza

**Hipoteza 1.** *Sredstva uvjeravanja i sredstava ograđivanja koriste se u svrhu manipulacije čitateljima u novinarsko-publicističkome stilu hrvatskoga i makedonskoga jezika.*

Rezultati analize korpusa potvrđuju našu prvu hipotezu, utemeljenu na saznanjima o jezičnim sredstvima manipulacije (predstavljenim u teorijskom dijelu rada). U hrvatskome korpusu potvrđena je zastupljenost sljedećih sredstava ograđivanja: glagoli oblikovanja misli, pojmova predviđanja, sudova i sumnji, prilozi, pridjevi i imenice. U makedonskome korpusu potvrđena ista ta sredstva osim pridjeva. U funkciji ograđivanja, u hrvatskome i makedonskome korpusu ponekad se javlja i pozivanje na izvor iz kojega je preuzet sadržaj. U hrvatskome i makedonskome korpusu potvrđena je zastupljenost sljedećih sredstava uvjeravanja: poziv na zdravi razum, poziv na pozitivne emocije, poziv na negativne emocije i poziv na autoritete.

Rezultati kvantitativne analize sredstava ograđivanja prikazani u Tablicama 1 i 2 ukazuju na određene razlike između makedonskoga i hrvatskoga korpusa: hrvatski korpus pokazao se 2,6 puta opsežnijim od makedonskoga korpusa, stoga su i pobrojana sredstva ograđivanja brojnija u hrvatskome korpusu. Budući da se sredstva ograđivanja u hrvatskome korpusu brojnija 4,3 puta, zaključujemo da razlika ne proizlazi samo iz opsega članaka, nego i njihove veće zastupljenosti u pojedinim člancima s hrvatskoga portala.

**Hipoteza 2.** *Učestalija je upotreba sredstava uvjeravanja od sredstava ograđivanja.*

Prema našoj drugoj hipotezi u analiziranome korpusu frekventnija su sredstava uvjeravanja od sredstava ograđivanja. Ovu hipotezu nismo bili u mogućnosti provjeriti iz metodoloških razloga. Naime, nakon uspješno provedene kvantitativne analize (leksičkih) sredstava ograđivanja suočili smo se s problemom kada smo istu metodu pokušali primijeniti na sredstva uvjeravanja. Sredstva ograđivanja ostvaruju se na leksičkome planu, stoga je njihovo prebrojavanje bilo jednostavno. S druge strane, sredstva uvjeravanja ostvaruju se na sadržajnom planu iskaza i često se prenose implicitnim putem. Osim toga, problem je predstavljalo i preklapanje više različitih strategija uvjeravanja, kao i utvrđivanje vrsta autoriteta, koje u više slučajeva nije bilo moguće jasno razgraničiti. Zbog nemogućnosti preciznoga prebrojavanja sredstava uvjeravanja odustali smo od njihove kvantitativne analize.

**Hipoteza 3.** *Sredstva ograđivanja iskazuju se na eksplicitniji način nego sredstva uvjeravanja.*

Prema trećoj hipotezi sredstva uvjeravanja su češće implicitna od sredstava ograđivanja. Sredstva ograđivanja ostvaruju se na leksičkome planu te su stoga u pravilu eksplicitna. Sredstva uvjeravanja, s druge strane, mogu biti eksplicitna i implicitna.

Kao primjer implicitnoga uvjeravanja možemo navesti usporedbu s a drugim državama:

*Singapur necijepljenima neće plaćati troškove liječenja od covida*

*Farmakolog: Pogledajte Italiju. A u Hrvatskoj necijepljeni ne snose posljedice.*

*Германија нема да воведува задолжителна вакцинација против ковид-19*

*САД воведува задолжителна вакцинација во приватниот сектор, казните се брутални*

U kriznoj situaciji, pogotovo novoj i nepoznatoj kao što je pandemija, normalno je očekivati da će se države ugledati jedna na drugu, pogotovo kada se mjere u određenoj državi pokažu uspješnima. Stoga nije čudno da se država kao Sjeverna Makedonija, s malim postotkom procijepljenosti, poziva na veće i moćnije države kako bi uvjerala svoj narod da je u redu cijepiti se.

Na hrvatskome portalu, kao implicitni autoritet uzora korišteni su i članovi skupina za koje se zna da su osjetljivije, kao na primjer trudnice i djeca:

*Tešović je komentirao i trebaju li se trudnice cijepiti. Kaže da trebaju.*

*Stotine ljudi na kiši satima čekale cijepljenje. Ravnateljica: „Imali smo puno djece“*

Izjavama da se trebaju cijepiti trudnice i djeca implicitno se poručuje da je cijepljenje sigurno za sve. Nadalje, autori članaka nastojali su implicitno utjecali na emocije pojedinih čitatelja koristeći se autoritetom uzora:

*Plenković Slavoncima: Cijepite se, tu je 50% odraslih cijepljeno prvom dozom.*

*Со оглед на тоа што е под знак прашалник настанот на Новак Ѓоковиќ на Австралија опен на почетокот на годината, што го потврди и неговиот татко поради „уцената за вакцинација“, најдобриот тенисер на светот на тој начин би можел да пропушти и други Грен слемови.*

Iako su sve javne osobe u člancima eksplicitno izrazile svoje mišljenje o tome podržavaju li cijepljenje, način na koji to mediji prenose prelazi u implicitno sredstvo uvjeravanja jer se pretpostavlja da su intervjuirane osobe uzori koji će nekoga potaknuti na određenu radnju. Ista je situacija s autoritetima stručnjaka – eksplicitno se navodi titula koja postavlja autoritet, posredstvom kojeg se implicitno manipulira čitateljima.

Prema navedenim primjerima možemo zaključiti da su sredstva uvjeravanja u većini slučajeva izražena implicitno te da uvijek imaju prikrivenu funkciju manipulacije. Shodno tome, možemo potvrditi hipotezu da su sredstva ograđivanja eksplicitnija od sredstava uvjeravanja.

**Hipoteza 4.** *U svrhu manipulacije najčešće se koristi pozivanje na negativne emocije.*

Prema našoj posljednjoj hipotezi u svrhu manipulacije najčešće se koristi pozivanje na negativne emocije. S obzirom na to da nismo u cijelosti proveli kvantitativnu analizu jezičnih sredstava

manipuliranja, nije moguće sa sigurnošću potvrditi ovu hipotezu točnim brojkama. Međutim, kvalitativna analiza članaka je pokazala da je buđenje straha kao metoda uvjeravanja čitateljstva da je cijepljenje potencijalno rješenje za suzbijanje pandemije zastupljeno u gotovo svim člancima. Prema našoj procjeni, buđenje straha je najzastupljenija metoda uvjeravanja u analiziranome korpusu.

#### **4.3.2. Metodološki problemi**

Tijekom istraživanja susreli smo se s raznim metodološkim problemima i nedoumicama. Prvi problem s kojim smo se susreli tiče se opsega korpusa, jer se hrvatski korpus pokazao 2,6 puta opsežnijim od makedonskoga korpusa iako uključuju isti broj članaka. Takav rezultat upućuje na moguće razlike među korpusima na sadržajnome planu. Na hrvatskome portalu utvrdili smo 460 primjera sredstava ograđivanja, a u makedonskome 107. Dakle, sredstva ograđivanja u hrvatskom su korpusu 4,3 puta brojnija nego u makedonskome. Iako članci okupljeni u hrvatskome i makedonskome korpusu imaju slične naslove i obrađuju slične teme, razlika u opsegu članaka na dva portala najvjerojatniji je uzrok razlika u zastupljenosti jezičnih sredstava manipulacije u člancima. Naime, neka se sredstva uvjeravanja i ograđivanja u makedonskome korpusu pojavljuju mnogo rjeđe nego u hrvatskome ili se ne pojavljuju uopće (usp. komentar Hipoteze 1). Makedonski portal *Slobodenpečat.mk* prvenstveno ima informativnu funkciju, a u člancima se informacije prenose na sažet način (npr. prenosi se jedna do dvije izjave u članku, a uz njega je priložen video). Na portalu *Indeks.hr* intervjui se obično prenose u cijelosti. Potrebno je istaknuti da su sredstva manipulacije utvrđena i u prenesenim intervjui.

Analiza je pokazala da su se tipični primjeri sredstava uvjeravanja (navedeni u teorijskome dijelu rada) pokazali slabo zastupljenima u analiziranome korpusu. To nas je dovelo do zaključka da ne postoje univerzalni tipični primjeri sredstava manipulacije, već da oni mogu uvelike ovisiti o vrsti i temi diskursa – u ovome slučaju specifičnim obilježjima novinarskoga stila te temi cijepljenja protiv COVID-19. Mnoga utvrđena sredstva uvjeravanja i ograđivanja usko su vezana uz temu članaka.

Tema cijepljenja plodno je tlo za pokretanje javnih rasprava, stoga smo očekivali da će novinski članci koji se bave tom temom obilovati sredstvima uvjeravanja. Nažalost, tu hipotezu nismo uspjeli dokazati zbog nemogućnosti provođenja njihove kvantitativne analize iz prethodno navedenih razloga. Osim toga, prilikom analize sredstava uvjeravanja, susreli smo se s problemom utvrđivanja autoriteta – posebice autoriteta uzora. U prethodnome smo poglavljju ukazali na to da, primjerice, nije u svim slučajevima jasno koji političari imaju autoritet u očima javnosti. Slična je situacija i s autoritetima stručnosti, posebice zbog isprepletenosti politike i medicine kada je riječ o temi cijepljenja. Primjerice, ministar zdravstva kao i svaki liječnik predstavlja autoritet stručnjaka, međutim on je ujedno i političar koji je član određene stranke, što može dovesti do delegitamacije njegova autoriteta stručnjaka. Primjerice, osoba koja ne dijeli stavove stranke kojoj ministar pripada teže će izgraditi povjerenje u njega kao autoriteta stručnosti nego pobornik njegove stranke. Budući da je u fokusu (kritičke) analize diskursa prvenstveno komunikacijska namjera govornika (u ovome slučaju autora članka i uredništva portala), nismo se dublje bavili ovim pitanjem.

## 5. ZAKLJUČAK

U radu je provedena analiza načina i sredstava uvjeravanja i ograđivanja u publicističkome stilu hrvatskoga i makedonskog jezika. Primjenom metoda diskursne analize i kritičke analize diskursa nastojali smo utvrditi jezična (leksička i gramatička) sredstva uvjeravanja i ograđivanja – njihova obilježja i komunikacijske funkcije, s posebnom pažnjom posvećenom njihovoj upotrebi u svrhu manipulacije. Analiza je provedena nad korpusima od po 40 članaka s hrvatskog portala *Indeks.hr* i makedonskog portala *Slobodenpečat.mk* iz studenog 2021. godine.

Istraživanje je pokazalo da su sredstva uvjeravanja i ograđivanja učestala pojava u analiziranim člancima s hrvatskog i makedonskog portala. Iz provedene analize proizašli su sljedeći zaključci:

1. U analiziranim člancima sredstva uvjeravanja i ograđivanja koriste se u svrhu manipulacije čitateljima.
2. U korpusu su utvrđena sljedeća sredstva ograđivanja: glagoli oblikovanja misli, pojmova predviđanja, sudova i sumnji, prilozi, pridjevi i imenice
3. U korpusu su utvrđena sljedeća sredstva uvjeravanja: pozivanje na zdravi razum, pozivanje na negativne emocije, pozivanje na pozitivne emocije i pozivanje na autoritete.
4. Većina sredstava uvjeravanja u analiziranim člancima su implicitna, zbog čega nisu podložna kvantitativnoj analizi kao leksička sredstva ograđivanja.
5. Pozivanje na emociju straha najčešće je korišteno sredstvo uvjeravanja u analiziranome korpusu.

Analiza je pokazala da se članci o cijepljenju s hrvatskoga i makedonskoga portala razlikuju opsegom, no na sadržajnom planu nisu utvrđene veće razlike, stoga su vrste sredstava uvjeravanja i ograđivanja zastupljene u njima uglavnom podudarna, iako ih je u člancima s hrvatskoga portala znatno više.

Na koncu, istraživanje je pokazalo da su mediji u razdoblju pandemije osim informacija širili strah i paniku te su u njima korištena brojna sredstva manipuliranja publikom. Kritička analiza diskursa omogućava detektiranje i bolje razumijevanje strategija manipulacije u tekstu. Pojava interneta promijenila je način komunikacije, društvene i političke odnose ali i prirodu same

informacije. Prijenos informacija lakši je i jednostavniji, no jednostavnije je i manipuliranje javnosti.



## POPIS LITERATURE:

1. Badurina, Lada. 2008. *Između redaka: Studije o tekstu i diskursu*. Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb – Rijeka.
2. Kalogjera, Damir. 1997. Interdisciplinarnost lingvističke analize diskursa. U: Andrijašević, Marin; Zergollern-Miletić, Lovorka, *Tekst i diskurs*. HDPL, Zagreb, str. 17–20.
3. Katičić, Radoslav. 2002. *Sintaksa hrvatskoga književnog jezika*. Nakladni zavod Globus, Zagreb.
4. Katnić-Bakaršić, Marina. 1999. *Lingvistička stilistika*. Open Society Institute, Budimpešta.
5. Lakoff, George. 1972. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. *Journal of Philosophical Logic* 2, str. 458–508.
6. Mikelić-Preradović Nives. 2014. CROVALLEX Valencijski leksikon glagola hrvatskoga jezika. Zavod za informacijske studije, Zagreb.
7. Miller, G. R. 1980. *Persuasion: New directions in theory and research*. Sage Publications, Beverly Hills.
8. Минова-Ѓуркова, Љиљана. 2003. *Стилистика на современиот македонски јазик*. Магор, Скопје.
9. Orešković Dvorski, Lidija. 2010. Francuski i hrvatski vremenski konektori u znanstvenom stilu. U: *Prostor i vrijeme u jeziku: Jezik u prostoru i vremenu*. Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, Zagreb–Osijek, str. 82–96.
10. Silić, Josip. 1997. Novinarski stil hrvatskoga standardnoga jezika, *Kolo* 6/3, str. 495-513.
11. Silić, Josip. 2006. *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Disput, Zagreb.
12. Španjol Marković, Mirela. 2008. *Moć uvjeravanja: Govorništvo za menadžere (i one koji to žele postati)*. Profil, Zagreb.
13. Tanskanen, Sanna-Kaisa. 2006. *Collaborating towards Coherence: Lexical cohesion in English Discourse*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia.
14. Van Dijk, Teun A. 2001. *Critical Discourse Analysis*. U: Tannen, D., Hamilton, H. E., Schiffrin, D. *The Handbook of Discourse Analysis (Second Edition)*, John Wiley & Sons, str. 352-372.

15. Van Dijk, Teun A. 2015. *Critical Discourse Analysis u: Tannen, D., Hamilton, H. E., Schiffrin, D. The Handbook of Discourse Analysis (Second Edition)*, John Wiley & Sons, str. 466-485.
16. Van Leeuwen, Theo. 2008. *Discourse and Practice*. Oxford University Press, New York.
17. Vlatković, Dijana, Prošev-Oliver, Borjana 2015. *Hrvatsko-makedonski rječnik / Хрватско/македонски речник*. Matica Makedonaca u Hrvatskoj, Zagreb.
18. Vuković, Milica. 2014. *Kritička analiza diskursa*. U: Perović, *Analiza diskursa: teorije i metode*. Institut za strane jezike, Podgorica, str. 97-115, 213-248.
19. Weinreich, Uriel. 1966. *On the semantic structure of English, Universals of language*. 2nd Edition. MIT Press, Cambridge, str. 142–217.
20. Willig, Carla. 2014. *Discourses and Discourse Analysis*, U: Flick, Uwe, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*, SAGE Publications, London, str. 341-353.
21. Zadeh, Lotfi Aliasker. 1965. *Fuzzy sets*. *Information and Control* 3, Cambridge University Press, str. 338–353.
22. Žic Fuchs, Milena. 1988. *Ograđivanje i dokazivanje u govornom jeziku u: Časopis Republika, siječanj-veljača 1988, Društvo književnika Hrvatske, Zagreb, str. 163-172.*

Mrežni izvori:

5. *Bilonić, Ivor. 2020. Društveni mediji i propaganda: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/ffos:5393>*
6. *Florea, Silvija. 2016. Pushed to the hedge: Hedging devices in Romanian online media discourse on migration and refugees: <https://hrcak.srce.hr/clanak/279074>*
7. *Gojević, Mirta. 2009. Publicistički stil: <https://hrcak.srce.hr/70009>*
8. *Hrvatska enciklopedija: <https://www.enciklopedija.hr>*
9. *Hrvatski jezični portal <https://hjp.znanje.hr/>*
10. *Jurčević, Jana. 2021. Cyber-pragmatika i evolucijski aspekti diskursnih oznaka: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:537585>*
11. *Jurić, Dina. 2021. Krizno komuniciranje i istraživanje povjerenja u masovne medije u Republici Hrvatskoj: <https://repozitorij.efzg.unizg.hr/islandora/object/efzg:7899>*
12. *Kurtić, Najil, Đukić, Marina. 2013. Mediji: <https://hrcak.srce.hr/file/218304>*

13. Markan, Ana. 2018. Persuazija u komunikaciji:  
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/aukos:127/datastream/PDF/view>
14. Pavić, Ivana. 2011. Persuazija i propaganda: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/ffos:3142>
15. Rešetar, Ira. 2020. Tehnike medijske manipulacije i persuazije:  
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/ffos:5446>
16. Šaina, Kristina. 2016. Kohezija i koherencija teksta:  
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A378>
17. Što je clickbait? <https://pcchip.hr/internet/sto-je-clickbait/>
18. Tomović, Anja, Vertovšek, Nenad. 2015. Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije: <https://hrcak.srce.hr/151830>
19. Tanta, Ivan. 2007. Oblikovanje mnijenja ili nužnost manipulacije:  
[https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=65046](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=65046)

## LISTA ANALIZIRANIH ČLANAKA:

### Index.hr:

1. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/rusi-dosli-na-cijepljenje-u-zagreb-zelimo-cjepivo-koje-je-odobreno-u-eu/2315190.aspx>
2. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/grmoja-covidpotvrda-je-legalizacija-cijepljenima-da-sire-zarazu/2315609.aspx>
3. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/lijecnik-iz-zarazne-ovo-je-opasno-za-naciju-muslim-da-vlasti-trebaju-poduzeti-nesto/2315650.aspx>
4. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/nazvali-smo-13-ljekarni-termin-za-cijepljenje-dobili-smo-u-samo-cetiri/2315590.aspx>
5. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/kakve-mjere-mogu-smanjiti-brojke-lockdown-nije-fer-prema-svima-koji-su-cijepljeni/2315825.aspx>
6. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/beros-uvodimo-nove-mjere-ne-mozemo-ogranicavati-zivot-cijepljenima-i-preboljelima/2315778.aspx>
7. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/mrak-taritas-vrijeme-je-da-se-vedu-ogranicenja-zanecijepljene/2315770.aspx>
8. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/anesteziolog-i-farmakolog-svi-su-taoci-jer-se-pola-populacije-nije-cijepilo/2315914.aspx>
9. <https://www.index.h/vijesti/clanak/pitali-smo-lijecnike-trebaju-li-se-trudnice-cijepiti/2315542.aspx>
10. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/stotine-ljudi-na-kisi-satima-cekale-cijepljenje-ravnateljica-imali-smo-puno-djece/2315725.aspx>
11. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/novo-istrazivanje-vecina-nijemaca-je-za-obavezno-cijepljenje-protiv-covida19/2315996.aspx>
12. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/sto-o-covidpotvrdama-u-skolama-misle-ucitelji-doci-ce-do-pobune/2316063.aspx>
13. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/udruga-nastavnici-organizirano-u-skolama-ne-bismjelo-biti-antivakserstva/2316258.aspx>

14. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/cini-se-da-obavezno-cijepljenje-u-sadu-funkcionira-ali-ima-i-problema/2316224.aspx>
15. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/ustavna-strucnjakinja-stozer-moze-uvesti-covidpotvrde-problem-bi-bila-varijanta-2g/2316826.aspx>
16. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/sefica-udruge-pacijenata-velik-je-otpor-cijepljenju-zbog-lazi-na-facebooku/2316536.aspx>
17. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/cijepljenje-djece-je-cin-silovanja-kaze-ivan-penava/2316743.aspx>
18. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/rusi-masovno-stizu-na-cijepljenje-napunili-su-avione-prema-zagrebu/2316553.aspx>
19. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/singapur-necijepljenima-nece-placati-troskove-lijecenja-od-covida/2316919.aspx>
20. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/epidemiolog-roncevic-izgleda-da-se-ipak-stvara-kolektivni-imunitet/2316897.aspx>
21. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/covidpotvrde-uskoro-u-skolama-nastavnica-za-index-moramo-vjerovati-znanosti/2317078.aspx>
22. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/u-hrvatskoj-se-otvaraju-stotine-novih-punktova-za-cijepljenje/2317074.aspx>
23. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/bubas-prije-cete-dobiti-jackpot-nego-dobiti-teskunaspojavu-na-cjepivo/2317133.aspx>
24. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/prosvjed-protiv-covidpotvrda-u-zagrebu-ima-nas-vise-multiplcramo-se-kao-virus/2317350.aspx>
25. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/njemacka-ce-mladjima-od-30-godina-davati-samo-cjepivo-pfizer/2317216.aspx>
26. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/sin-admirala-lose-kaze-da-su-cjepiva-molekularno-tetoviranje-reagirali-s-rudjera/2317629.aspx>
27. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/bill-gates-ocekivao-sam-vise-od-cjepiva/2317553.aspx>
28. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/kaic-zatvorio-bih-kafice-i-teretane-i-zabranio-sva-okupljanja-pa-i-na-otvorenom/2317678.aspx>

29. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/hrvatski-biskupi-je-li-cjepivo-protiv-covida19-moralno-prihvatljivo/2317951.aspx>
30. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/navala-na-cijepljenje-hzjz-objavio-podatke-pogledajte-stanje-po-zupanijama/2317787.aspx>
31. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/plenkovic-pozvao-slavonce-na-cijepljenje-tu-je-50-odraslih-cijepljeno-prvom-doanom/2317884.aspx>
32. <https://www.index.hr/magazin/clanak/evo-kako-je-tito-u-bivsoj-jugoslaviji-kaznjavao-antivaksere/2317975.aspx>
33. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/sto-je-zemlja-siromasnija-i-neobrazovanija-ljudi-se-manje-cijepe/2317595.aspx>
34. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/farmakolog-objasnio-kakvi-su-to-lijekovi-protiv-korone-i-zasto-je-cijepljenje-bolje/2318782.aspx>
35. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/antivakseri-pisu-da-je-mladic-umro-nakon-cijepljenja-halmed-slucanj-nije-prijavljen/2318835.aspx>
36. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/orban-najavio-obavezno-cijepljenje-drzavnih-sluzbenika-lijecnici-zele-covidpotvrde/2319170.aspx>
37. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/puno-je-manja-vjerojatnost-da-cijepljeni-sire-bolest-kaze-sefica-stampara/2319473.aspx>
38. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/istrazivanje-treba-se-cijepiti-bez-obzira-na-preboljenu-koronu/2320663.aspx>
39. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/poruka-markotic-o-cijepljenju-djece-dijelom-je-neistinita-a-dijelom-nespretna/2320771.aspx>
40. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/prosvjednici-pricaju-o-umrlima-nakon-cijepljenja-halmed-slucajevi-nisu-prijavljeni/2320888.aspx>

## Slobodenpečat.mk:

1. <https://www.slobodenpecat.mk/sholc-poddrzhuva-zadolzhitelna-vakcinacija-vo-borbata-protiv-kovid-19/>
2. <https://www.slobodenpecat.mk/eu-bi-mozhela-da-ja-odobri-vakcinata-protiv-omikron-za-tri-do-chetiri-mesece/>
3. <https://www.slobodenpecat.mk/cuti-biznisot-so-lazhnite-vakcinalni-sertifikati-i-pcr-testovi/>
4. <https://www.slobodenpecat.mk/blokirana-zadolzhitelnata-vakcinacija-na-iljadnici-zdravstveni-rabotnici-vo-10-amerikanski-drzhavi/>
5. <https://www.slobodenpecat.mk/problem-za-gjokovikj-vakcinacijata-mozhebi-uslov-za-site-gren-slem-turniri/>
6. <https://www.slobodenpecat.mk/lajen-fajzer-mora-da-ja-adaptira-vakcinata-na-noviot-soj-omikron/>
7. <https://www.slobodenpecat.mk/vo-juzhna-afrika-mozhno-e-voveduvanje-na-zadolzhitelna-vakcinacija-protiv-kovid-19/>
8. <https://www.slobodenpecat.mk/svetska-medicinska-asocijacija-mozhebi-vakcinata-protiv-kovid-19-kje-treba-da-se-dava-sekoja-godina/>
9. <https://www.slobodenpecat.mk/anketa-66-otsto-od-grcite-poddrzhuvaat-vakcinacijata-dabide-zadolzhitelna-za-odredeni-kategorii/>
10. <https://www.slobodenpecat.mk/ema-ja-odobri-vakcinata-fajzer-za-deca-na-voznost-od-5-do-11-godini/>
11. <https://www.slobodenpecat.mk/francija-kje-dava-zasiluvachka-doza-od-anti-kovid-vakcinata-na-site-lica-nad-18-godini/>
12. <https://www.slobodenpecat.mk/vo-fajzer-ukradeni-podatoci-za-vakcinata-protiv-kovid-19/>
13. <https://www.slobodenpecat.mk/italija-voveduva-postrogi-anti-kovid-merki-obvrskata-za-vakcinacija-se-proshiruvaa/>
14. <https://www.slobodenpecat.mk/panovski-novite-merki-lichat-na-kampanja-za-prisilna-vakcinacija/>

15. <https://www.slobodenpecat.mk/kuba-povtorno-se-otvora-za-turisti-po-uspeshnata-masovna-vakcinacija-so-sopstveni-vakcini/>
16. <https://www.slobodenpecat.mk/putin-tretata-vakcina-protiv-kovid-ja-primil-vo-nos/>
17. <https://www.slobodenpecat.mk/drzhavi-vo-svetot-koi-voveduvaat-zadolzhitelna-vakcinacija/>
18. <https://www.slobodenpecat.mk/lekarite-objasnuvaat-zoshto-prirodno-steknatiot-imunitet-ne-e-ednakvo-silen-kako-vakcinata-protiv-kovid-19/>
19. <https://www.slobodenpecat.mk/d-r-mehmedovikj-merkite-se-zadocneti-ova-e-prisilna-vakcinacija/>
20. <https://www.slobodenpecat.mk/carovska-nema-znachitelen-otpor-kaj-nastavnicite-za-vakcinacija/>
21. <https://www.slobodenpecat.mk/foto-234-godini-staro-pismo-od-katarina-velika-veli-odbivanjeto-vakcinacija-e-divjashtvo/>
22. <https://www.slobodenpecat.mk/orban-ne-saka-da-vovede-kovid-potvrди-izborot-e-vakcina-ili-smrt/>
23. <https://www.slobodenpecat.mk/germanija-nema-da-voveduva-zadolzhitelna-vakcinacija-protiv-kovid-19/>
24. <https://www.slobodenpecat.mk/vo-francija-preporachaa-treta-doza-vakcina-protiv-kovid-19-za-lica-na-voznost-od-40-i-povekje-godini/>
25. <https://www.slobodenpecat.mk/zagrizhuvachka-prognoza-na-imunolozite-do-prolet-kje-ima-varijanta-na-koronavirusot-celosno-otporna-na-vakcina/>
26. <https://www.slobodenpecat.mk/video-lokdaun-vo-germanija-nema-da-ima-no-kje-ima-zaostruvanje-na-pravilata-za-nevakciniranite-vo-britanija-vakcinacijata-odi-so-odlichno-tempo/>
27. <https://www.slobodenpecat.mk/vakcinacijata-vo-eks-ju-republikite-samo-dve-zemji-so-nad-50-procenti-vakcinirani-ednata-od-niv-e-najlosha-vo-evropa/>
28. <https://www.slobodenpecat.mk/tiodorovikj-na-prolet-kje-preporachame-i-chetvrta-doza-na-vakcinata-protiv-kovid/>
29. <https://www.slobodenpecat.mk/ssk-go-demantira-filipche-sojuzot-ne-baral-zadolzhitelna-vakcinacija-vo-privatniot-sektor/>



30. <https://www.slobodenpecat.mk/mz-nema-prisilna-vakcinacija-isti-merki-se-primenuvaat-vo-regionot-i-vo-svetot/>
31. <https://www.slobodenpecat.mk/i-konfederacijata-na-sindikati-protiv-merkite-za-vakcinacija-neprifatljivo-prisiluvanje/>
32. <https://www.slobodenpecat.mk/nova-studija-koja-vakcina-sozdava-najmnogu-antitela/>
33. <https://www.slobodenpecat.mk/video-dzhonson-celosna-vakcinacija-kje-podrazbira-i-treta-doza/>
34. <https://www.slobodenpecat.mk/restrikcii-za-nevakciniranite-vlez-vo-zatvoreno-samo-so-sertifikat-za-primeni-dve-dozi-vakcina-ili-so-potvrda-za-prelezhan-kovid/>
35. <https://www.slobodenpecat.mk/video-otvoreni-punktovite-za-vakcinacija-protiv-sezonski-grip/>
36. <https://www.slobodenpecat.mk/antivakserite-se-nadminaa-sebesi-platile-400-evra-za-da-im-vbrizgaat-voda-no-namesto-voda-dobile-vistinska-vakcina/>
37. <https://www.slobodenpecat.mk/vo-srbija-od-voveduvanjeto-na-kovid-propusnicite-vakcinacijata-e-zgolemena-za-70-otsto/>
38. <https://www.slobodenpecat.mk/video-d-r-balevski-edinstven-lek-za-ovaa-bolest-e-vakcinata/>
39. <https://www.slobodenpecat.mk/sad-voveduva-zadolzhitelna-vakcinacija-vo-privatniot-sektor-kaznite-se-brutalni/>
40. <https://www.slobodenpecat.mk/fajzer-ochekuva-prihod-od-37-milijardi-dolari-od-vakcinata-protiv-kovid/>