

Argumentacijska analiza predsjedničkih sučeljavanja na izborima u Francuskoj 2017.

Šimičić, Tea

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:131:197718>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-11**



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
Odsjek za fonetiku

Tea Šimičić

**ARGUMENTACIJSKA ANALIZA PREDSEDNIČKIH SUČELJAVANJA NA
IZBORIMA U FRANCUSKOJ 2017.**

Diplomski rad

Zagreb, veljača, 2021.

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za fonetiku

Tea Šimičić

Argumentacijska analiza predsjedničkih sučeljavanja na izborima u Francuskoj 2017.

Diplomski rad

Mentorica: doc.dr.sc. Gabrijela Kišiček

Zagreb, veljača, 2021.

PODACI O AUTORU

Ime i prezime: Tea Šimičić

Datum i mjesto rođenja: 23.11.1990., Zagreb

Studijske grupe i godina upisa: Francuski jezik i književnost/Fonetika, 2013./2014.

Lokalni matični broj studenta: 378676

PODACI O RADU

Naslov rada na hrvatskome jeziku: Argumentacijska analiza predsjedničkih sučeljavanja na izborima u Francuskoj 2017.

Naslov rada na engleskome jeziku: Argumentation Analysis of French Presidential Debates in 2017

Broj stranica: 88

Broj priloga: 3

Datum predaje rada:

Sastav povjerenstva koje je rad ocijenilo i pred kojim je rad obranjen:

- 1.
- 2.
- 3.

Datum obrane rada:

Broj ECTS bodova:

Ocjena:

Potpis članova povjerenstva:

1. -----
2. -----
3. -----

IZJAVA O AUTORSTVU DIPLOMSKOGA RADA

Ovim potvrđujem da sam osobno napisala diplomski rad pod naslovom

Argumentacijska analiza predsjedničkih sučeljavanja na izborima u Francuskoj 2017.

i da sam njegoa autorica.

Svi dijelovi rada, podaci ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (mrežni izvori, udžbenici, knjige, znanstveni, stručni članci i sl.) u radu su jasno označeni kao takvi te su navedeni u popisu literature.

Tea Šimičić

(potpis)

Zagreb, _____

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Teorijski okvir	4
2.1. <i>Kratki pregled povijesnog razvoja argumentacije</i>	4
2.2. <i>Argumentacijska teorija</i>	7
2.3. <i>Suvremeni pristupi argumentacijskoj teoriji : neformalna logika, retorika</i>	10
2.4. <i>Argumentacija u političkom diskursu</i>	15
2.5. <i>Televizijska predsjednička sučeljavanja</i>	24
3. Hipoteze i ciljevi	28
4. Korpus i metodologija	29
4.1. <i>Politički kontekst</i>	31
4.2. <i>Marine Le Pen i nacional-populistička ideologija</i>	32
4.3. <i>Emmanuel Macron i socijal-liberalizam</i>	34
5. Rezultati i rasprava	35
5.1. <i>Rezultati analize argumentacijskih obilježja u diskursu Marine Le Pen</i>	36
<i>Struktura uvodne riječi</i>	38
<i>Napadi na etos – ad hominem argumenti</i>	39
<i>Ostale argumentacijske pogreške</i>	51
<i>Odabir riječi</i>	57
5.2. <i>Rezultati analize argumentacijskih obilježja u diskursu Emmanuela Macrona</i>	59
<i>Struktura uvodne riječi</i>	60
<i>Logos</i>	61
<i>Napadi na etos</i>	64
<i>Konstrukcija etosa</i>	66
5.3. <i>Usporedba argumentacijskih obrazaca Marine Le Pen i Emmanuela Macrona</i>	70
6. Metodička komponenta	71
7. Zaključak	81
8. Literatura	82
Sažetak: Argumentacijska analiza predsjedničkih sučeljavanja na izborima u Francuskoj 2017.	89
Summary: Argumentation Analysis of French Presidential Debates in 2017	90
Prilozi	91

1. Uvod

Ne mogu zamisliti kako bi osnivači gradova mogli okupiti raseljeno mnoštvo u narod, da ih nisu bili u stanju motivirati svojim vještim govorom, niti kako bi zakonodavci uspjeli obuzdati čovječanstvo putem zakona, da nisu posjedovali najveći dar govorništva.

Kvintilijan¹

Premda joj korijeni sežu još u doba antike kada je smatrana metodom koja osigurava uspjeh u javnom životu², retorika je dugo vremena bila gotovo zapostavljena disciplina čija se važnost osporavala ili umanjivala. Dva su moguća glavna razloga: prvi je taj da retorika nije mogla uspjevati sve dok je prevladavao neupitan autoritet formalne logike i znanstvene misli. Nesposobna da svojim metodama spozna univerzalnu istinu koja je krajnje dobro i cilj, već samim time što se bavi proučavanjem nestalnog, mogućeg, « uvjerljivog u svakom datom slučaju »³, retorika je bila smatrana ili manipulativnom disciplinom, čiji je cilj obmanuti sugovornika ili širu publiku ili ukrasnom disciplinom, čiji repozitorij tropa i figura omogućava govorniku da uljepša govor. U tom kontekstu, retorika nije mogla postojati kao samostalna disciplina, već se marginalno proučavala pretežito kao « rubni » dio filozofije, ili unutar filozofije jezika. Kao drugi mogući razlog, nameće se činjenica da retorika uspijeva u demokratskim sustavima u kojima je zajamčena sloboda govora. Budući da totalitarni režimi ne trpe različitost mišljenja, mogućnost bavljenja retorikom i širenje njezinih saznanja u takvim političkim sustavima bilo je nemoguće. Tek se sredinom 20. stoljeća, kada je došlo do zaokreta u epistemološkim paradigmatama, kao i do novog poimanja formalne logike, odnosno uspostave neformalne logike, i retorika počela iznova proučavati i afirmirati kao legitimna disciplina, važna za razvoj civilnog društva⁴.

Doista, u demokratskim društvima današnjice, u kojima vlast počiva na povjerenju koje glasačko tijelo iskazuje političkim kandidatima na vlast na temelju njihovog javnog govorenja, retoričko obrazovanje od presudne je važnosti ne samo za političkog govornika, već i za razvoj kritičke publike, odnosno, glasačkog tijela. Politički govornici u demokratskom društvu gotovo neminovno ovise o svojim sposobnostima da glasačko tijelo uvjere u ispravnost vlastitih

¹ Kock, Ch. (2008).

² van Eemeren i sur. (1996: 30)

³ Aristotel, *Rhetorica*, 1355b

⁴ O važnosti javnog govorenja za učinkovito građansko društvo pisao je John Dewey (van Eemeren i sur., 2014: 366).

svjetonazora, te se od njih očekuje da su u stanju te iste svjetonazore potkrijepiti valjanim argumentima⁵. Uvjeravanje se može postići na više načina, bilo to izlaganjem čvrste argumentacije, vlastitom vjerodostojnosti ili djelovanjem na emocije, a upravo znanja iz argumentacijske teorije, posebice retorike i neformalne logike, pružaju alate da se ti načini razotkriju i kritički sagledaju. Budući da je sofisticiranost publike u izravnoj korelaciji sa sposobnosti kritičke prosudbe argumentacije⁶, retoričko obrazovanje postaje nužan preduvjet za kvalitetan razvoj i jačanje civilnog demokratskog društva⁷.

Motivirani mogućnostima koje argumentacijska teorija pruža za razvoj kritičkog mišljenja, pokušat ćemo u ovom radu prikazati primjenu retoričkih alata, ali i alata neformalne logike, na primjeru televizijskog sučeljavanja za vrijeme predsjedničkih izbora u Francuskoj 2017. godine u kojem su sudjelovali Emmanuel Macron i Marine Le Pen. Televizijsko sučeljavanje tih dvaju kandidata odabrali smo iz općenitih i specifičnih razloga. Općeniti razlog je taj što je televizijsko sučeljavanje postalo gotovo nužni događaj za vrijeme predsjedničkih ili parlamentarnih izbora, koji prati velik broj glasača. U većini predizbornih kampanja, to je jedini događaj kada se dva (ili više) suprotstavljenih kandidata izravno sukobljava i razlaže svoj plan i program, ne pred pasivnim slušateljstvom ili istomišljenicima, već pred aktivnim sugovornikom s kojim je, najčešće, u sukobu mišljenja. Coleman (2000, prema Benoit i sur., 2007: 25) navodi nekoliko razloga zbog kojih televizijske debate imaju tako značajnu ulogu: 1) televizijska debata je najbolji način da se obuhvati veliki broj glasača – najveći broj glasača politički se informira upravo putem televizije, više nego putem bilo kojeg drugog izvora; 2) postoji velik broj pokazatelja da televizijska debata ima edukativni karakter; 3) televizijska debata omogućava kandidatima ujednačen pristup masovnim medijima; 4) televizijska debata omogućava publici najneposredniji mogući pristup kandidatima za koje će glasati; 5) televizijska debata prisiljava kandidate da upoznaju svoje suparnike. Drugi općeniti razlog je taj što je forma televizijskog sučeljavanja vrlo zanimljiva za proučavanje u kontekstu argumentacijske teorije. Naime, prema retoričaru J. Jeffrey Aueru (Jamieson, Birdsell, 1990: 10), predsjedničku debatu od ostalih natjecateljskih formata odvaja

⁵ Wenzel (prema Walton, 2007): “Democratic government requires the exercise of human judgment to choose among alternatives and that judgment requires skilled advocates to articulate the various options in public deliberation.”

⁶ van Eemeren i sur. (1996:4).

⁷ Primjerice, van Eemeren i sur. (2014) navode da se u SAD-u smatralo da je retoričko obrazovanje i učenje argumentacije vitalno za aktivnu participaciju građanstva u javnom životu, te je akademska debata služila kao pedagoško sredstvo za praktično usavršavanje u području prava i politike.

nekoliko karakteristika. Tradicionalno, takav tip debata uključuje : 1) sukob, 2) određenog i jednakog trajanja, 3) suprotstavljenih kandidata, 4) o izrečenoj tvrdnji, 5) s ciljem uvjeravanja publike. Jamieson i Birdsell (1990) na taj popis dodaju i 6) debate su određene pravilima. Samim time, televizijsku debatu možemo smatrati pravim sjecištem tradicionalnih retoričkih i dijalektičkih silnica, odnosno, možemo je smatrati formom u kojoj se u kojoj interferiraju retorički proces (govornik, kontekst, publika) i dijalektička procedura (ograničeno vrijeme, postavljanje pitanja i odgovora, pravila rasprave). Specifični razlog nalazimo u profilima kandidata: Marine Le Pen predsjednica je stranke „Front National“, desničarske stranke koja je po svojim ideološkim uvjerenjima nacionalistička, konzervativna i euroskeptična, dok je Emmanuel Macron predsjednik stranke „La République En Marche!“, stranke koja istovremeno naginje i lijevom i desnom centru, a po svojim ideološkim uvjerenjima je socijalno liberalna, reformistička i eurofilna. Kandidati su po svojim ideološkim uvjerenjima u izravnom sukobu mišljenja, te možemo očekivati da će njihova argumentacija biti razvidno drugačija, utemeljena na fundamentalno različitim pogledima na svijet i drugačijim vrijednosnim hijerarhijama, te bi se mogla manifestirati kao *dubinski nesporazum* (eng. *deep disagreement*)⁸.

Stoga ćemo u okvirima ovog rada pokušati analizirati i vrednovati javni nastup i argumentaciju dvaju kandidata pomoću retoričkih metoda i metoda neformalne logike na način da ćemo najprije ukratko pojasniti pristupe argumentacijskoj teoriji u suvremenom kontekstu te s obzirom na povijesno naslijeđe, zatim ćemo odrediti temeljne značajke političkog govorništva, argumentacije i argumentacijskih obrazaca, te pomoću navedenih analizirati i vrednovati odabrane argumente. S obzirom na stav da je retorika važna za razvoj civilnog društva i kritičkog mišljenja, na kraju rada ukazat ćemo na mogućnosti primjene retorike, ne samo kao discipline koja zaslužuje vlastiti predmet u obrazovnom sustavu, već i implementaciju u okviru šireg nastavnog programa. U okviru metodičke komponente, predstaviti ćemo prijedlog nastavnog sata i obradu nastavne jedinice koja se tematski odnosi na argumentacijsku teoriju i debatu.

⁸ *Dubinski nesporazum* pojam je koji je uveo Robert J. Fogelin a označava argumentacijsku situaciju u kojoj su tvrdnje svake strane utemeljene na pretpostavkama koje druga strana kategorički odbija prihvatiti (Zarefsky, 2014: 180)

2. Teorijski okvir

2.1. Kratki pregled povijesnog razvoja argumentacije

Među najprominentnijim antičkim filozofima koji su sustavno pristupili argumentaciji ističe se Aristotel (384 – 322 pr. Kr.) čija se razmišljanja o logici, dijalektici i retorici, razrađena u knjigama *Prva analitika*, *Druga analitika*, *Topika*, *Sofistička pobijanja* te *Retorika*, i danas citiraju u modernoj argumentacijskoj teoriji (Rapp, Wagner, 2012). Za područje dijalektike svakako su najznačajnija djela *Topika* i *Sofistička pobijanja*. U djelu *Topika*, koje se sastoji od osam knjiga, Aristotel izlaže osnovne koncepte i instrumente svojstvene dijalektičkoj raspravi (knjiga I), opisuje i raspravlja o *toposima* (knjige II – VIII), te daje strateške savjete za sudionike (knjiga VIII) (van Eemeren i sur., 2014). Koncept *toposa* zauzima važno mjesto u razvoju argumentacijske teorije. *Topos* (grč.) ili, kasnije, *loci* (lat.) označava „opće mjesto“, odnosno, vrste općenitih ideja i mišljenja koje pomažu govornicima u fazi invencije argumenta na bilo koju temu, ili imaju mnemotehničku ulogu te se govornici na njih mogu osloniti za vrijeme rasprave kako bi razradili svoje argumente (Sloane, 2001: 478). Aristotel dijeli *topose* na opće i posebne. Opća mjesta su „propozicije koje su podjednako zajedničke svim predmetima“ (Aristotel, *Rhetorica*, 1358a), primjerice: „Ono što je poželjno po sebi bolje je od onoga što je poželjno zbog svojih posljedica.“ Uporabu posebnih mjesta Aristotel definira u *Retorici*, i to su one propozicije koje vrijede u nekoj pojedinačnoj disciplini, primjerice u pravu, fizici i drugima. *Sofistička pobijanja* su prva sustavna analiza argumentacijskih pogrešaka, odnosno argumenata koji su pogrešni ili obmanjujući. Aristotel za argumentacijske pogreške kaže da su to „oblici zaključivanja [koji] su dobri, a neki samo izgledaju kao dobri, ali su zapravo pogrešni“ (Aristotel, 2007, prema Kišiček, 2010). Budući da su usko vezana uz *Topiku*, *Sofistička pobijanja* se smatraju dijelom Aristotelove dijalektike, te se time i područje argumentacijskih pogrešaka koje Aristotel analizira treba interpretirati iz dijalektičke perspektive (van Eemeren i sur., 2014). U navedenom djelu Aristotel izlaže popis trinaest vrsti sofistčkih pobijanja s primjerima i objašnjenjima, te savjetima kako se obraniti u sličnim situacijama. Ključni doprinos knjige *Retorika* sastoji se u definiranju retorike, uspostavi veze između retorike i dijalektike, podjeli govora s obzirom na „lice koje govori, predmet o kojem govori i lice kojem se obraća“ na političko, sudsko i epideiktčko te definiranje tehničkih i atehničkih metoda uvjeravanja. Atehničke metode uvjeravanja ne ovise o govornikovim sposobnostima, postoje neovisno o govorniku i to su uglavnom već postojeći dokumenti, zakoni, izjave, svjedoci, priznanja, iznude i slično. Tehničke metode uvjeravanja ovise o govornikovoju

vještini i sposobnostima, to su ona sredstva „što ih možemo konstruirati metodom i svojim zalaganjem“ (Aristotel, *Rhetorica*, 1356a). Tehnička sredstva (*pisteis*) dijele se na *logos* (uvjeravanje se postiže načinom izlaganja argumenata, demonstriranjem premisa, zaključaka i veza između premisa i zaključaka), *etos* (uvjeravanje se postiže karakterom govornika), te *patos* (uvjeravanje se postiže raspoloženjem u koje se dovodi publika). Aristotel je smatrao da je *etos* najučinkovitija metoda uvjeravanja jer publika može prihvatiti govornikove premise i zaključke jedino onda kad mu vjeruje.

U pogledu retorike, u razdobljima koja su uslijedila, filozofi i mislioci favorizirali su, ovisno o dominantnim društveno-političkim strujanjima, čas *etos*, čas *patos*, da bi sa Descartesom u potpunosti prisvojili *logos*, dok je retorika bila svedena na lijep stil (Meyer, 2008: 7). Gotovo potpuno marginaliziran status imala je i dijalektika, izuzev nekoliko pokušaja oživljavanja te discipline za vrijeme Srednjeg vijeka (Walton, 2007: 3). Značajnija revalorizacija retorike i dijalektike započela je u drugoj polovici 19. stoljeća na američkim sveučilištima u sklopu podučavanja javnog govora na odsjecima za retoriku i komunikaciju, te u duhu sve jačeg interesa za natjecateljsko debatiranje. Potreba za prilagođenijim udžbenicima i aktualnim primjerima iz svakodnevnog govora stvorila je novu klimu u kojoj su se tražili svježiji pogledi na klasičnu tradiciju. U tom periodu nastala su dva kapitalna djela koja su označila gotovo potpuni zaokret u dotadašnjoj argumentacijskoj teoriji. Naime, 1958. godine Chaim Perelman u suautorstvu s Lucie Olbrechts-Tyteca objavljuje *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*, a iste godine Stephen Toulmin izdaje *The Uses of Argument*. Perelmanova *Nova retorika* u središte pozornosti stavlja publiku, uvodi koncepte „univerzalne“ i „partikularne“ publike, klasificira premise u različite razrede i razrađuje katalog argumentacijskih shema koje služe uvjeravanju. Jakost argumentacije promatra se u ovisnosti o vrsti publike prema kojoj je usmjerena i njihovom prihvaćanju iznijete argumentacije. Svrha djela je ponuditi okvir za neanalitičko rasuđivanje korištenjem dijalektičkih argumenata, po uzoru na Aristotelovu *Topiku*. Proučavajući argumente koji mogu biti logički nevaljani, ali retorički uvjerljivi, Perelman i Olbrechts-Tyteca uveli su retorički zaokret u dijalektiku, uskladivši je tako s vizijom retorike kakvu je imao Aristotel (van Eemeren i sur., 1996: 223). U Toulminovom modelu argumentacije naglasak je stavljen na raspravu između govornika i kritičkog sugovornika. Premda se njegov pristup može poistovjetiti s dijalektičkim, samim time što u središte teorije postavlja dijalog, on je ipak ponajviše retorički iz tog razloga što, za razliku od dijalektičkog pristupa, prihvatljivost tvrdnje ne ovisi o metodičkom

vaganju za i protiv argumenata (van Eemeren i sur., 1996) već je naglasak stavljen na *obrazlaganje* tvrdnje *sugovorniku* koji vrednuje prihvatljivost iste (Zarefsky, 2014: 52). Toulmin definira unutarnju strukturu argumenta pomoću tvrdnje, temelja, kopče, potpore, jakosti tvrdnje i pobijanja. Upravo je definiranje potpore kojom se služimo u praktičnom argumentiranju kao „ovisne o području“ (eng. *field-dependent*) ono zbog čega je njegova teorija snažno odjeknula među retoričarima. Naime, argumenti koji su „ovisni o području“ mijenjaju se ovisno o kontekstu, što posljedično utječe i na kriterije procjenjivanja argumenata, koji time postaju ovisni o predočenom kontekstu (Janković-Paus, 2012: 503). Najznačajniji doprinos po pitanju klasifikacije argumentacijskih pogrešaka ostvaren je u djelu *Fallacies* (1970) australskog filozofa Charlesa Hamblina. Hamblin historijski pristupa proučavanju argumentacijskih pogrešaka počevši od Aristotela i raspravlja o suvremenim pristupima teoriji argumentacijskih pogrešaka u priručnicima logike.

Kasniji radovi inspiraciju su crpili iz natjecateljskih debata, zatim pristupa društvenih znanosti te praktične filozofije i društvene i kulturalne kritike. Douglas Ehninger i Wayne Brockriede (1963) izdaju djelo *Decision and Debate* u kojem raspravljaju o perspektivama koje pruža debatna forma. Debata se smatrala sredstvom kritičkog donošenja odluka u kojem prevladava kooperativni princip (van Eemeren i sur., 1996). Također, ukazivalo se i na značajnu povezanost debate i argumentacije, gdje se debata, između ostalog, počela smatrati konkretnom primjenom općenitih principa koja je prikladna za podučavanje argumentacijske teorije (van Eemeren i sur., 1996). Van Eemeren i Grootendorst (1996) ističu i sljedeće priručnike: Rieke i Sillars (1975) *Argumentation and the Decision-Making Process*, Warnick i Inch (1989) *Critical Thinking and Communication*, Braham (1991) *Debate and Critical Analysis: The Harmony of Conflict*, te Zarefsky i Patterson (1983) *Contemporary Debate*. Radovi iz područja društvenih znanosti grupirali su se oko konstruktivističkih pristupa i pristupa koji su naglašavali *javnu* dimenziju argumenata. Konstruktivističku teoriju argumenta razvio je Charles Willard u svojim djelima *Argumentation and the Social Grounds of Knowledge* (1983), *A Theory of Argumentation* (1989) i *Liberal Alarms and Rhetorical Excursions* (1995). Sally Jackson i Scott Jacobs (van Eemeren i sur., 1996: 200) argument doživljavaju kao jezičnu igru, „trajni proces obostranog prilagođavanja“ koji nije u potpunosti niti posve psihološki, niti sociološki. Utjecajna je bila i *obavijesno-orijentirana* teorija Barbare O’Keefe. O’Keefe smatra da postoje tri različite pozadinske logike u dizajniranju obavijesne poruke: ekspresivna, konvencionalna i retorička. U pogledu radova koji proizlaze iz

praktične filozofije, ističu se već spomenuti pristupi Perelmana i Olbrechts-Tytece te Stephena Toulmina. Značajan je doprinos i Thomasa Goodnighta koji, inspiriran Habermasom i frankfurtskom školom, uvodi koncept *argumentacijskih sfera* pomoću kojih razlikuje tri vrste argumenata: “osobni”, “tehnički” i “javni” (van Eemeren i sur., 2014: 29).

2.2. Argumentacijska teorija

Argumentacijska teorija u središte svog zanimanja postavlja argument koji se tradicionalno proučava u okvirima trijade logike, dijalektike i retorike. Možda najdugovječniji doprinos teoriji argumentacije, doprinos čiji značaj ne blijedi ni nakon dva tisućljeća, razradom formalne logike, dijalektike i retorike dao je Aristotel (Rapp i Wagner, 2012).

Aristotel kreće od pretpostavke da se čovjekovo znanje, uvidi i mišljenja (grč. *doxa*), sve dok su utemeljeni u racionalnoj misli, zasnivaju na već postojećem znanju, uvidima i mišljenjima, te da se nova mišljenja generiraju uz pomoć rasuđivanja ili argumenata (van Eemeren i sur., 1996: 31). Argumenti su, općenito govoreći, razlozi, organizirani u obliku premisa i zaključaka, koje netko iznosi kao potporu za određenu, spornu, tvrdnju. Argumente je moguće ostvariti na dva načina: deduktivnim i induktivnim zaključivanjem. Deduktivno zaključivanje (grč. *sylogismos*) podrazumijeva da istinitost zaključka nužno slijedi iz istinitosti premisa. Drugim riječima, ukoliko su premise istinite, zaključak je nužno istinit (a ne pogrešan). Uzmimo za primjer sljedeći deduktivni silogizam: „Sve demokratske države vode borbu s terorizmom. Francuska je demokratska država. Dakle, Francuska vodi borbu s terorizmom“. Suvremeni teoretičari danas deduktivni silogizam doživljavaju u puno užem smislu od Aristotelovog (Blair, 2012: 310), to jest kao apstraktni entitet koji mora udovoljiti zahtjevima nužnosti. Induktivno zaključivanje (grč. *epagōgē*) provodi se navođenjem pojedinačnih primjera za koje nešto vrijedi, te zaključivanjem o vrsti s obzirom na ono što je zajedničko u pojedinačnim primjerima. Uzmimo za primjer sljedeći induktivni silogizam: „Francuska ima glavni grad. Njemačka ima glavni grad. Ujedinjeno kraljevstvo ima glavni grad. Te države su reprezentativni primjeri država. Dakle, sve države imaju glavni grad.“⁹ Suvremeni teoretičari uglavnom proširuju induktivno zaključivanje i na druge vrste generalizacija, osim onih na temelju primjera, pa tako uvode i generalizacije izvedene s uzorka na populaciju i statističke korelacije (Blair, 2012: 310). Mnogi čak uvode i nove vrste argumenata

⁹ U induktivnom zaključivanju veze između premisa i zaključka smatraju se slabijim nego u deduktivnom zaključivanju. Induktivno zaključivanje danas se povezuje s probabilističkim zaključivanjem. Veza između premisa i zaključaka je proizlazi iz vjerojatnosti, a ne iz logičke nužnosti (van Eemeren i sur., Walton).

poput konduktivnih (eng. *conductive*, Campbell, Wellman, Govier, Hansen), abduktivnih (eng. *abductive*, Peirce, Walton, Woods), vjerojatne ili plauzibilne argumente (Rescher, Walton) te revizionističke (eng. *defeasible*) argumente (ibid.).

Ovisno o svrsi, argumenti se mogu podijeliti na apodiktične ili demonstrativne argumente, čiji je cilj apsolutno sigurno i pouzdano znanje, dijalektičke argumente, čiji je cilj uspostavljanje vjerojatno istinitih mišljenja, te retoričke argumente, koji su prvotno namijenjeni uvjeravanju date publike u ispravnost iznijetog stajališta (van Eemeren i sur., 1996: 32). Naravno, zaključivanje putem deduktivnih ili induktivnih silogizama može biti prisutno u sve tri navedene vrste argumenata, međutim ono što ih razlikuje jest stupanj jakosti zaključka s obzirom na vezu između premisa i zaključka. Naime, u demonstrativnim argumentima stupanj jakosti zaključka je najviši, jer su premise nužno istinite, stoga se na njih oslanjaju prvenstveno znanosti i matematika, u dijalektičkim argumentima stupanj jakosti zaključka je vrlo vjerojatan, ili prihvatljiv, jer se premise oslanjaju na vjerojatne istine, ili one koje su općenito prihvatljive „mudrima“ ili „svim mudrima ili većini, ili najvažnijim i najistaknutijim među njima“ (Aristotel, *Topika*, prema van Eemeren i sur., 1996: 32), dok je u retoričkim argumentima najvažnije da su premise, koje također mogu biti i implicitne, odnosno neizrečene, odabrane u skladu s onime što publika smatra uvjerljivim, čime prihvatljivost zaključka, i njegova jačina izravno ovise o publici pred kojom su iznijeti.

Suvremeni argumentacijski pristupi i dalje pokazuju tendenciju identificiranja s jednim od tri tradicionalna argumentacijska područja. Wenzel (prema Freeman, 2014: 44) te je perspektive kategorizirao u tri skupine: a) argumentacija kao proces – retorički pristup, b) argumentacija kao procedura – dijalektički pristup, c) argumentacija kao produkt – logički pristup. Logika se bavi proučavanjem formalnih obrazaca zaključivanja i veza između premisa i zaključka argumenata (van Eemeren, 2001: 178). Formalna logika smatra da je argument valjan ukoliko odgovara normativnim kriterijima valjanih argumenata, neovisno o stvarnom kontekstu u kojem su oni upotrijebljeni. Dijalektika je usredotočena na racionalno razrješavanje sukoba mišljenja uspostavom i poštivanjem proceduralnih pravila koja osiguravaju produktivnu kritičku diskusiju između dvaju sugovornika. Retoriku zanima rekonstrukcija diskursa s ciljem utvrđivanja njegove persuazivne učinkovitosti (ibid.). Van Eemeren smatra da retorička rekonstrukcija ne stremi vrednovanju argumenata, već isključivo dobivanju deskriptivnih uvida u elemente koji doprinose

persuazivnom učinku. Karakteristično retorički pristup uključuje razmatranje odnosa govornika i publike u danom situacijskom kontekstu u kojem govornik pokušava publiku *uvjeriti* da prihvati njegove tvrdnje. Zarefsky (2014: xvi) smatra da je argumentiranje u retoričkom kontekstu praksa iznošenja i obrazlaganja (eng. *justification*) tvrdnji u uvjetima nesigurnosti i sumnje.

Prema Wenzelu, sve tri discipline podjednako su važne za argumentacijsku teoriju i učenje argumentacije: retoričku perspektivu karakterizira proučavanje *učinkovitog* izraza, dijalektičku razumijevanje pretpostavki *otvorene i kritičke* rasprave, dok logičku *jakost* tvrdnji (Benoit i sur., 1992). Blair (prema Jørgensen, 2014: 155) napušta Wenzelov standardni perspektivistički model i uvodi sljedeću trijadu: a) retorika proučava argumente u *govorima*, b) dijalektika u *razgovorima*, c) logika proučava pravilno zaključivanje u oba područja. Premda su ove raspodjele bile naišle na široki odjek među teoretičarima, Jørgensen (2014: 153, 154) smatra da njihova „esencijalistička“ priroda dovodi do „ekskluzivističkih tendencija“ i zamagljuje uvid u njihovu isprepletenost i mogućnosti teorijskog povezivanja unutar i među disciplinama. Logika, dijalektika i retorika svaka na svoj način doprinose razumijevanju rasuđivanja i argumentacije, međutim privilegiranje jednog od pristupa nužno u središte postavlja jednu paradigmu, čime drugim konstitutivnim faktorima argumentacije prijeto isključivanje, ili umanjivanje njihovog značaja. Tako primjerice, zauzimanjem dijalektičke perspektive riskira se izuzimanje svih relevantnih situacijskih i kontekstualnih faktora koji utječu na raspravu. Iz retoričke perspektive, ta opasnost ne postoji, budući da su situacija i kontekst u središtu retoričkog zanimanja, no pojavljuje se rizik da se kritička dimenzija argumentacije ne istraži u cijelosti (van Eemeren i sur., 2014).

Mogli bismo reći da se u suvremenoj teoriji argumentacije koja se bavi augmentativnim diskursom u svakodnevnom govoru najveća polarizacija događa između zagovaratelja dijalektičke perspektive i onih koji se priklanjaju retoričkoj perspektivi. Van Eemeren smatra da je do takve snažne ideološke podjele došlo tijekom 16. i 17. stoljeća kada se na njih počelo gledati kao na odvojene, čak i posve suprotne discipline. Ono što je sporno jest mogu li se dijalektičke i retoričke metode jednako primijeniti u identificiranju, analizi i vrednovanju argumentacije (ciljevi argumentacijske teorije, prema Walton, 2007: 10), te koji zaključci proizlaze iz zagovaranja jedne ili druge metode. Ipak, suvremeni autori pokušavaju premostiti strogu podvojenost dviju disciplina, te smatraju da povezivanje retorike i dijalektike može dovesti do obogaćivanja, kvalitetnijeg vrednovanja te boljeg i cjelovitijeg razumijevanja augmentativnog diskursa (van

Eemeren i sur., 2014). Walton (2007) navodi da retorika i dijalektika dijele iste temeljne argumentacijske strukture te da se moraju tretirati kao komplementarna područja koja objedinjuju dva glavna zadatka : invenciju argumenata i njihovo kritičko vrednovanje. On smatra da je zadatak retorike iznalaženje novih argumenata koji se mogu koristiti za uvjeravanje publike kako bi prihvatila sporno stajalište, na temelju postojećih stajališta i vrijednosti kojima je privržena. Glavni zadatak dijalektike je procijeniti koji su argumenti jači, a koji slabiji (ili čak pogrešni) na temelju argumentacijskih obrazaca i proceduralnih pravila koji pobliže definiraju uvjete za pravilno korištenje argumenata. Budući da je u središtu ovog rada retorička analiza s elementima dijalektike, u povijesnom presjeku koji slijedi u nastavku, usredotočit ćemo se prvenstveno na razvoj tih dviju disciplina.

2.3. Suvremeni pristupi argumentacijskoj teoriji : neformalna logika, retorika

U skladu s prethodno navedenim, tvorcima moderne argumentacijske teorije smatraju se Perelman i Toulmin (Rapp i Wagner, 2012: 8). Nakon objave njihovih djela počela je intenzivna produkcija nove, osvježene literature u argumentacijskoj teoriji s naglaskom na proučavanje svakodnevnog govora. Posebice se ističu tri pravca: neformalna logika, pragmadijalektika i retorika. Ono što je zajedničko svim novijim perspektivama pri analizi argumentacije jest naglašavanje *konteksta* u kojem se odvija argumentacijski diskurs, a koji je posebno važan za rekonstrukciju neizrečenih, implicitnih premisa, uobičajenih u svakodnevnom govoru. Tako neformalna logika proučava argumentacijske sheme u stvarnom komunikacijskom kontekstu, pragmadijalektika argumentacijski kontekst koji utječe na postavljanje pitanja i davanje odgovora, a retorika opći situacijski, ponajviše društveno-politički kontekst. Za potrebe ovog rada predstaviti ćemo neformalno-logički i retorički pristup.

Neformalno-logički pristup

Iako se najprije smatrala retoričkim sredstvom kojim se htjelo označiti odmak od formalne logike, neformalna logika danas se doživljava granom logike i filozofije u čijem je središtu zanimanja argumentacija, poglavito argumentacija u „netehničkom“ svakodnevnom govoru i govoru o problemima u *polisu* (van Eemeren i sur., 1996: 164). U svojim teorijskim nastojanjima, neformalna logika je odbacila tradicionalni koncept argumenta kao strukture koja isključivo počiva na „premissa-zaključak“ konceptu smatrajući da kriterij „valjanosti“ formalne logike nije niti nužan niti dovoljan za evaluaciju *dobrog* argumenta, te je, s time u skladu, prigrlila teoriju govornih

činova, funkcionalističke i dijaloške koncepcije (Hitchcock, 2017: 437). Argument se, pritom, razmatra u njegovom prirodnom iskazu, koji je inherentno društven, dijalektički i pragmatičan (van Eemeren i sur., 1996). Osnovni zadatak neformalne logike je „razvoj neformalnih standarda, kriterija i procedura za analiziranje, interpretaciju, vrednovanje, kritiku i osmišljavanje argumentacije u svakodnevnom govoru“ (Johnson, Blair, 2002, prema Walton, Godden, 2007: 4). U pogledu identificiranja argumenata, neformalna logika koristi se dijagramiranjem argumenata, argumentacijskim shemama i kriterijima relevantnosti, prihvatljivosti i dostatnosti koje su uveli Johnson i Blair¹⁰ (van Eemeren i sur., 1996: 178). Važan koncept kojim se teorija vodi u vrednovanju argumenata je Griceovo „kooperativno načelo“ koje nalaže da govornici u svojim iskazima streme informativnosti, točnosti i relevantnosti (van Eemeren i sur., 1996: 165). U fazi vrednovanja argumenata, analitičari se trebaju voditi i „načelom milosrđa“ koje se treba primjenjivati pri analizi implicitnih tvrdnji¹¹. To načelo nalaže da, ukoliko se pri provjeri nećijih zaključaka pozivamo na implicitne tvrdnje, te tvrdnje moraju jačati zaključak, a ne slabjeti ga (Pojmovnik elementarne logike, 2019) te je ono posebice važno pri identificiranju i vrednovanju argumentacijskih pogrešaka. Primjerice, Maurice Finocchiaro kritizirao je autore koji su u priručnicima određivali argumente pogrešnima, dok oni to u stvari nisu. On je smatrao da je etiketiranje argumenta kao pogrešnog ponajviše rezultat subjektivne projekcije analitičara, koja proizlazi iz pomanjkanja „načela milosrđa“ pri interpretaciji (van Eemeren i sur., 1996). Najvažnije doprinose neformalnoj logici dali su Howard Kahane (*Logic and Contemporary Rhetoric: The Use of Reason in Everyday Life*), Michael Scriven (*Reasoning*), Stephen Thomas (*Practical Reasoning in Natural Language*), Nicolas Rescher (*Plausible Reasoning*) te Ralph Johnson, Anthony Blair, John Woods, Douglas Walton, Trudy Govier u brojnim izdanim djelima.

Retorički pristup

Kad je riječ o retorici, gotovo je nemoguće sistematski iznijeti sva interesna područja i suvremene struje u okvirima ovog rada. Budući da retorika podjednako „pripada svim oblastima“ (Aristotel, *Rhetorica*, 1355b), suvremeni teoretičari proučavali su persuazivne učinke prema odabranim kriterijima u raznovrsnim diskurzivnim oblicima, od književnih tekstova, preko

¹⁰ U literaturi na engleskom ti se kriteriji nazivaju « RSA-Triangle », ili « RSA Triad » što se odnosi na *relevance*, *sufficiency* i *acceptability* (van Eemeren i sur., 1996)

¹¹ Načelo milosrđa detaljnije je problematizirao Petar Bodlović u svom radu *Osnovne odrednice načela milosrđa u argumentativnome kontekstu* (2012)

novinskih članaka i javnih govora, sve do znanosti i glazbe. Booth (2004) iznosi zanimljiv podatak kako se pri pretraživanju najveće svjetske bibliografske baze podataka World Cat samo u razdoblju od 1990. – 1999. godine može pronaći čak 3,196 naslova koji sadrže pojam „retorika“ u svom nazivu! Naravno, vrlo je vjerojatno da se tu radi ne samo o djelima *retoričke teorije*, već i o onima koja su dio *retoričke kritike*, odnosno, pravca za koji van Eemeren (2014: 367) navodi da se bavi analizom i vrednovanjem određene vrste govorništva, iskazane u govornom ili pisanom obliku, a čija je namjera uvjeravanje. Iako jedinstveni retorički model argumentacije u kontekstu teorije ne postoji, možda se najznačajnijim suvremenim doprinosom mogu smatrati djela Christophera Tindalea i Davida Zarefskog. Tindale (prema Kraus, 2013: 2) smatra da u argumentacijskoj analizi retorički pristup ima veću važnost od logičkog ili dijalektičkog. U knjizi *Rhetorical Argumentation: Principles of Theory and Practice* (2004) Tindale interpretira „argument kao retorički“ i „retoriku kao argument“. Svoje poimanje retoričke argumentacije sublimira u sljedećem odlomku:

„Retorička argumentacija crpi svoje značajke iz retoričke tradicije i kombinira ih s novijim konceptima. Temeljni doprinos tradicije ogleda se u Aristotelovoj trijadi, odnosno organizaciji retorike oko koncepata *etosa*, *patosa* i *logosa*. Postupci retoričke argumentacije stapaju ta tri koncepta, pomirujući u augmentativnoj situaciji govornika, publiku i „argument“ te ih dovode u neraskidivo zajedništvo. Razumjeti argumentaciju znači razumjeti interakciju tih komponenti; vrednovati argumentaciju znači učiniti isto.“ (Tindale, 2004: 20, vlastiti prijevod)

Ta slikovita definicija vrlo dobro sažimlje ključne elemente suvremenog retoričkog pristupa. Ona u sebi sadrži *argumentacijsku situaciju*, odnosno konkretnu prigodu u kojoj se obrazlaže sporno stajalište, u čijem vrtlogu se izmjenjuju i kombiniraju *tehničke metode uvjeravanja*, koje *govornik* prilagođava *publici* na koju pokušava djelovati korištenjem *argumenta* (a ne, recimo, prisile). Poseban naglasak u svojoj retoričkoj teoriji Tindale stavlja na „upućivanje“ (eng. *addressivity*), odnosno na to da se argumentacija uvijek oslanja na publiku, te da to čini putem *jezika*, adresirajući i anticipirajući publiku *pri* i *u* svakom lingvističkom odabiru (prema Kock, 2008: 64). Budući da argumentativni čin pretpostavlja govorno-jezičnu komunikaciju, neki autori, poput Jeanne Fahenstock, zagovarali su i proučavanje stilskih aspekata persuzivnog procesa u svrhu postizanja potpune argumentacijske analize. U knjizi *Rhetorical style. The uses of language in persuasion* (2011) Fahenstock obrazlaže načine na koje odabir riječi, konstrukcija rečenica i odlomaka, te stilski sredstva trebaju biti uzeta u obzir pri argumentacijskoj analizi.

Zarefsky (2014: 50) stavlja naglasak na važnost retorike u kontekstu javnog odlučivanja te navodi da su odgovornosti teoretičara retorike: objašnjavanje, procjenjivanje i unapređenje kvalitete diskursa o važnim temama, s ciljem poticanja razvoja pojedinaca i poboljšanja javnog života. Također, Zarefsky smatra da je retorika posebno važna „u trenucima kad se od javnosti očekuje donošenje odluka u uvjetima nesigurnosti, gdje pravilno postupanje nije samo po sebi očito, međutim odluka se mora donijeti“ (2014: 51). Njegovo poimanje argumentacije kao „djelatnosti obrazlaganja odluka u uvjetima nesigurnosti“ naglašava da je argumentacija a) društvena aktivnost koja zahtijeva ljudsku djelatnost, ona se događa među ljudima, te tome shodno nije fiksirana tekstualna ili logička struktura, b) djelatnost koja se obrazlaže, umjesto dokazuje, čime se naglašava *vjerojatnost* zaključka, a ne *sigurnost* prema analitičkim standardima, te se implicitno, smatramo, ukazuje na to da je argumentacija govorno-jezična aktivnost, c) djelatnost obrazlaganja odluka pri čemu odluke podrazumijevaju postojanje izbora između barem dviju mogućnosti koje se moralo odvagnuti, te d) djelatnost obrazlaganja odluka u uvjetima nesigurnosti, gdje nesigurnost jasno odražava retoričku situaciju u kojoj se odabiri donose u uvjetima kada ishodi nisu jasno predskazivi (van Eemeren i sur., 2014: 437). Sličnog je stava i Kock (2008) koji ističe da je u retoričkoj tradiciji od središnje važnosti sagledavanje *problema* (eng. *issue*) o kojem se raspravlja, to jest, da je retorička argumentacija izvorno usredotočena na odabire i odluke koje se donose u građanskoj sferi, te da brojni pristupi, poput onog Johnsonove neformalne logike, van Eemeren i Grootendorstove pragmatijalektike, ili Tindaleove retorike, sustavno zanemaruju tu značajku. Kockovo stajalište spada u meta-etički pristup poznatiji kao *ne-kognitivizam* (Blair, 2012: 318). Ne-kognitivisti smatraju da iskazi koji izriču tvrdnje o vrijednostima, savjetima i slično, ne podliježu uvjetima kojima se dokazuje istina te ne čine područje znanja (ibid.). Naime, Kock (2008) polemizira da reprezentativni autori triju teorija u svojem poimanju *istine* u kontekstu retoričkog argumenta ne uzimaju u obzir središnji element retoričkog argumenta, a to je *donošenje odluka o konkretnom djelovanju* (eng. *actions*), te stoga ti pristupi pogrešno pripisuju retoričkom argumentu bavljenje *prihvatljivosti* (Johnson) koju primjenjuju na sve aspekte argumentacije, bez obzira na to tiče li se argumentacija praktičnih ili epistemoloških problema (Tindale), ili ga karakteriziraju pomoću *strateškog manevriranja* (pragmatijalektika). Prema Kocku (2008), argumentacija usredotočena na donošenje odluka o djelovanju koje treba poduzeti značajno se razlikuje od argumentacije o drugim vrstama problema, jer je jedno argumentirati o istinitosti propozicija, a drugo o pozivu na djelovanje. Jedna od važnijih njegovih misli jest da u pogledu

raspravljanja o djelovanju, odnosno donošenju odluka koje će utjecati na budućnost, kao što je slučaj u političkim debatama, problem (eng. *issue*) se ne može razriješiti kako na dijalektičkoj tako ni na filozofskoj razini. S time u skladu, potrebno je prihvatiti da postoje razilaženja u mišljenju koja nisu *rješiva*, a to su upravo ona koja se tiču problema vezanih uz konkretno djelovanje, te u tome leži ključ razumijevanja retorike i praktične argumentacije. Iz toga proizlazi, on tvrdi, razumijevanje da će se govornici, ukoliko raspravljaju o nerješivim pitanjima (eng. *issues*) usredotočiti na pobjedu, te će upravo iz tog razloga u takvim raspravama dominirati korištenje retoričkih sredstava *etos* i *patos*. Dakle, govornici su u nemogućnosti postići dijalektički cilj, konsenzus, jer ne raspravljaju o istinitosti propozicija, već elaboriraju različite izbore i njihove posljedice. S time u skladu, govornik neće morati *povući* svoje stajalište, niti će se neko stajalište moći *dokazati*, stoga se govornici služe raznim retoričkim alatima: *etosom*, *patosom*, uporabom općih mjesta, prilagodbom publici, stilskim sredstvima, i slično. Kock (2008) navodi da su deliberativnu narav retoričke argumentacije u svojim teorijama prepoznali i Perelman i Olbrechts-Tyteca koji žele postaviti „teoriju argumentacije koja će prepoznati ulogu razuma u upravljanju našim djelovanjem i utjecanju na djelovanje drugih“ (Perelman, Olbrechts-Tyteca, 1969, prema Kock, 2008), zatim Llyod Bitzer (1968, prema Kock, 2008: 75) za kojeg je „retorička djelatnost pragmatička; izniče poradi nečega izvan nje same; njezina je funkcija, u konačnici, proizvesti djelovanje ili promjenu u svijetu“, te Gerard Hauser koji navodi da „retorička komunikacija, pa makar i implicitno i često eksplicitno, pokušava koordinirati društveno djelovanje“ (Hauser, 2002, prema Kock, 2008: 75).

Blair (2012) smatra da se svi navedeni pristupi retorici i argumentaciji mogu grupirati u četiri skupine: klasno-inkluzivni pristupi (eng. *class-inclusive*), klasno-preklapajući (eng. *class-overlap*), kozmetički (eng. *cosmetic*) i perspektivistički (eng. *perspectival*). U klasno-inkluzivnu skupinu spadaju pristupi koji poimaju sve argumente kao retoričke. Takvi su pristupi Perelmana i Olbrechts-Tytece, Meyera i Reboula. U klasno-preklapajuću skupinu spadaju pristupi koji poimaju neke argumente kao retoričke, i to one koji se odnose na djelovanje i odabire. U tu skupinu pripadaju pristupi Hausera i Kocka. U kozmetičku skupinu spadaju oni pristupi koji poimaju retoriku kao sredstvo uljepšavanja logički ili dijalektički nesavršenih argumenata. Blair je tu svrstao Johnsona i van Eemeren i Houtlossera. U perspektivističku skupinu pripadaju pristupi koji poimaju argumente kroz jednu od tri perspektiva, logičke, dijalektičke ili retoričke, koji supostoje. U tu skupinu Blair smješta Wenzela i Tindalea. Blair (2012: 320) navodi da je možda

najsloženije poimanje odnosa retorike i argumentacije ono koje je izrazio Leff (2000) te navodi sljedeći njegov citat:

„U tradiciji koja seže od Izokrata i Cicerona do renesanse i humanizma, sadržaj i stil, riječi i misli, estetsko i racionalno, smatrali su se međusobno povezanim elementima elokvencije. Retorički argument nije prosto ukras koji se dodaje logici. On je potpuno utjelovljen izraz razuma koji je istovremeno i prilagođen i sposoban intervenirati u javna događanja. Retorika, stoga, isprepliće stil i argument kako bi postigla evokativnu i emocionalnu snagu, te, premda retorički argument često koristi dijalektičke principe, on mu ne daje toliko lingvističke ornamentalnosti koliko ga transformira u instrument za javno djelovanje.“ (vlastiti prijevod)

Retorički argument je, stoga, sjecište različitih silnica, on može biti interpersonalan i javan, usmjeren na donošenje odluka u neizvjesnim situacijama u kojima se, iz praktičnih razloga, ne mogu detaljno ili empirijski razmatrati svi kompleksni utjecaji kako bi se pobliže odredila budućnost o kojoj se raspravlja.

2.4. Argumentacija u političkom diskursu

Ako znamo da je politika djelatnost koja se bavi cjelokupnim javnim životom i uređenjem društva u najširem smislu, te u tom smislu ima najveći doseg po pitanju publike kojoj se obraća, neće nas iznenaditi da je upravo političko govorništvo u središtu retoričkog interesa. Političko govorništvo jedna je od triju vrsti uvjeravajućih govora koje je definirao Aristotel u knjizi *Retorika*. Aristotel je podijelio vrste govora s obzirom na okolnosti u kojima se odvijaju i publiku kojoj su upućeni: 1) politički, odnosno, savjetodavni (*genus deliberativum*), sudski (*genus iudicale*) i pokazni, tj. svečani pohvalni ili pokudni govor (*genus demonstrativum*). Premda se političkim govorništvom u kontekstu retoričke argumentacijske teorije tradicionalno smatralo monološko obraćanje javnosti, danas se njegova domena proširuje kako bi se mogao obuhvatiti i analizirati širi raspon političke komunikacije u raznim oblicima javnih događanja, te se ono naziva *političkom argumentacijom* ili *političkom retorikom*. Feldman (1988: 3) tako navodi da su *politički govor* i *politička retorika* uobičajeni termini kojima se koriste stručnjaci komunikacijskih znanosti i retorike. Iako se pojmovi „retorika, „uvjeravanje“ i „argumentacija“ često u svakodnevnom govoru koriste kao istoznačnice, neki teoretičari pokušali su objasniti fine nijanse zbog kojih se ti pojmovi ipak razlikuju. Tako, primjerice, Kišiček (2013) navodi da „svaka retorika jest uvjeravanje, ali nije svako uvjeravanje retorika“ te da „nije nužno da se uvjeravanje provodi korištenjem argumenata“. Kišiček se pritom poziva na O'Keefa koji je definirao uvjeravanje kao „*namjeran* način djelovanja na mentalno stanje sugovornika ili publike putem komunikacije u uvjetima u kojima onaj kojega

se uvjerava ima slobodnu volju“¹² te može uključivati i emocije, stavove, vjerovanja, dok isti autor argumentaciju definira kao „komunikacijski proces lingvistički objašnjive tvrdnje koju potkrepljuje jedan ili više lingvistički objašnjivih razloga“¹³ (prema Kišiček, 2013). Prema Škariću (2011) cilj je argumentacije *razumsko* pridobivanje publike. Argumentacija je „retorički postupak kojim tvrdnja zdravorazumski postaje slušačima vrlo vjerojatnom istinom“ (Škarić, 2004: 27). Dakle, Škarić ne shvaća argument kao isključivo logičku strukturu koja operira u uvjetima istine, već zauzima pragmatičan stav te navodi da „snaga argumenata u pridobivanju ne leži u snazi istine koju oni iznose nego u uvjerenju slušatelja da bi izneseno moglo biti istinito“ (Škarić, 2011: 13). Slično je razmišljao i Reboul (1991, prema Blair, 2012: 312) koji je smatrao da se argument ne može u potpunosti poistovjetiti s retorikom, ali da čini njezin sastavni dio. Naime, on je inzistirao na razlikovanju dvaju načina uvjeravanja: racionalnog i afektivnog. Uvjeravanje koje apelira na razum postiže se argumentima, dok se uvjeravanje koje apelira na emocije postiže *etosom* i *patosom*. Svaka argumentacija ima opću strukturu koja se sastoji od tvrdnje, očitosti i razumske veze.

Politička retorika odnosi se na granu retorike koja se bavi proučavanjem persuazivnog učinka u javnom, političkom djelovanju. *The Oxford Handbook of Political Psychology* (Huddy, Sears, 2013) navodi da je u središtu političke retorike zanimanje za strategije osmišljavanja persuazivnih argumenata u konvencionaliziranim javnim debatama i svakodnevnim političkim raspravama. Kane i Patapan (prema Huddy, Sears, 2013) navode da retorika ima ključnu ulogu u demokratskim društvima jer su javna rasprava i debata esencijalne u takvim društvima, i jer se politički vođe nužno i neprestano koriste persuazivnim sredstvima. Suvremena istraživanja političke retorike proučavaju stvarne kontekste političkog djelovanja, retoričke strategije u društvenim grupama, aktivističkim i prosvjednim skupinama, političku komunikaciju, političke kampanje i marketing, prominentne govore, tekstove, filmove i povijesne dokumente, te govorničke stilove pojedinih političkih lidera (Huddy, Sears, 2013).

Politička argumentacija spada u sferu koju Goodnight naziva *javnom* sferom i cilj joj je zadobivanje moći, utjecanje na donošenje odluka u svrhu javnog dobra te poticanje društva na postizanje zajedničkih ciljeva. To je kompleksna društvena djelatnost koja se odvija u zajednici

¹² Op.a. kurziv nadodan, prijevod preuzet od Kišiček (2013)

¹³ Op.a. prijevod preuzet od Kišiček (2013)

koja dijeli određene kulturno-povijesne, moralne i ekonomske vrijednosti, znanja i ciljeve. Zarefsky (2009: 87) navodi nekoliko obilježja političke argumentacije: neodredivo trajanje, nedovršenost argumenta, heterogena publika i slobodan pristup. Pod neodredivim trajanjem (eng. *lack of time limits*) Zarefsky podrazumijeva to da se argumentacija o određenim temama od javnog značaja može relativno brzo završiti, kao u slučaju institucionaliziranih i političkih debata, a može se i nastaviti u duljem vremenskom periodu, kao primjerice argumentacija o najboljem načinu za rješavanje pitanja zdravstvene skrbi u SAD-u, za koju navodi da traje već 60 godina (op.a. izdanje koje smo konzultirali je iz 2009. godine). U političkoj argumentaciji često se ne može biti siguran je li određena argumentacijska faza završena ili nije, zbog čega Zarefsky navodi kao obilježje nedovršenost (eng. *lack of clear terminus*). Primjerice, postoje slučajevi kada se raspravljanje o određenim problemima „umjetno“ razriješi, na način da se donese određena odluka ili određeni zakon, međutim to ne mora značiti da se o tom ili sličnom problemu neće i u budućnosti raspravljati. Zarefsky ističe da se politička argumentacija puno češće razrješava po principu onoga što Thomas Kuhn naziva „zaokretom u paradigmi“ kada se jedan konceptualni svjetonazor zamjenjuje drugim. On nije nužno potpuno odbačen, međutim u određenom trenutku, kada dođe do zasićenja, ili ga ljudi više ne smatraju korisnim, postojeće premise se napuštaju i zamjenjuju se novima. Kao primjer navodi raspravu koja se vodila između modernista i fundamentalista o ulozi religije u politici, za koju se smatralo da je bila završena 1920-ih, međutim ona je ponovno postala aktualna u posljednjih 25 godina. Zbog toga što često ne znamo je li argumentacija završena ili nije, može se dogoditi da se govornici koji sudjeluju u raspravi nalaze u različitim fazama kritičke diskusije u pogledu istog argumenta. Sljedeća karakteristika političke argumentacije odnosi se na sastav publike. Naime, publika kojoj se politički govornici obraćaju po svom je sastavu heterogena, sastavljena od pojedinaca koji imaju različite stavove, različitu hijerarhizaciju vrijednosti i različito znanje. Stoga se to obilježje posebno mora uzeti u obzir u fazi invencije argumenta, jer se efekt učinkovite persuazije u uvjetima heterogene publike ne može postići adresirajući svako uvjerenje nekog člana društva, ili čak određene grupe, već će se argumenti pozivati na „društveno znanje“, odnosno ključne vrijednosti i norme koje to društvo dijeli (Farrell, 1976, prema Zarefsky 2014: 91). U kontekstu društvenog znanja i načina na koji ljudi generalno uspostavljaju kauzalne veze između premisa i zaključaka značajne su teorija atribucije i teorija motivacije. Teorija atribucije je kognitivistička teorija koja opisuje načine na koje pojedinci pripisuju i objašnjavaju različite uzroke njihovog ponašanja, ili ponašanja drugih, te tome shodno

i društvenih fenomena koji ih se tiču (Gosselin, 1995: 154). Zanimljiv element te teorije je hipoteza *hedonističke pristranosti*. Prema toj hipotezi, skloniji smo pripisati uspjehe našim vlastitim sposobnostima, a neuspjehe vanjskim faktorima koji su izvan naše kontrole. U kontekstu političke argumentacije ta se sklonost očituje na dva načina: 1) političari će vlastitim sposobnostima pripisivati uspjehe, a vlastite neuspjehe vanjskim faktorima; 2) političari će tuđe neuspjehe (neuspjehe oponenta) pripisivati njihovim nesposobnostima, a uspjehe vanjskim faktorima, odnosno, slučaju (Gosselin, 1995: 154). Na taj način, pogotovo u slučaju neuspjeha, političari svjesno i promišljeno, navodi Gosselin, pokušavaju prikazati svoje postupke racionalnima, dok se postupci protivnika pokušavaju prikazati iracionalnima. Gosselin (1995: 155) tvrdi da je hedonistička pristranost središnja strategija cjelokupne političke retorike, to jest, „osnovni zahtjev bilo kojeg diskursa koji se nadaje političkim“. Za primjer Zarefsky (2009: 91) navodi argumentaciju koja je uslijedila nakon terorističkih napada 9. rujna 2001 u SAD-u. Naime, zagovornici politike predsjednika Busha tvrdili su da je njegova antiteroristička politika uspješna jer se nakon 9. rujna 2001. godine nije dogodio niti jedan teroristički napad. Stoga, Zarefsky tvrdi da takvo manevriranje društvenim znanjem stvara plodno tlo za *post hoc ergo propter hoc* argumentacijske pogreške. Prema teoriji motivacije u kontekstu naivnog realizma (eng. *naive realism*), ljudi osjećaju nelagodu spram događaja koji su nasumični ili percipirani kao nesigurni, odnosno izvan njihove kontrole, te su skloni tražiti uzrok u nečijem djelovanju. Blanuša (2011: 66) navodi da su u takvom stanju, neugodnom stanju svijesti, „osobe sklonije pridavati važnost većem broju informacija, a posebice nejasnim znakovima u komunikacijskoj okolini, kojima se lakše i češće pripisuje negativno značenje (jer testiraju hipoteze o ugroženosti)“. Stoga se politička argumentacija često koristi društvenim znanjem i percipiranim osjećajem nesigurnosti kako bi motivirala publiku na željeno djelovanje. Primjerice, mnogi su smatrali događaj 9. rujna 2001 kao napad nedefinirane skupine islamskih radikalista koji žele uništiti zapadnjačke demokratske vrijednosti i slobodu, te se time opravdavala politička potreba za odlaskom Amerike u rat. Posljednje obilježje političke argumentacije koje navodi Zarefsky je slobodan pristup (eng. *open access*). Slobodan pristup obično označava neposredan, slobodan i neograničen pristup informacijama i sadržajima. U kontekstu političke argumentacije, slobodan pristup doslovno označava to da je politička argumentacija dostupna svima, bez obzira na obrazovanje, struku, dob, rasu ili spol. Stoga je očekivano da će određeni govornici lakše rukovati sofisticiranim pojmovima i tehničkim vokabularom, dok će drugi pokazivati veći napor u obrazlaganju svojih stavova. Tome

shodno, često će se javiti potreba za opsežnom rekonstrukcijom argumenta, bilo pred javnosti, bilo pred oponentima, kako bi se utvrdilo što je uopće sporno i kako bi se argument mogao vrednovati.

Svako od navedenih obilježja, naravno, pruža priliku za strateško manevriranje koje je retoričko sredstvo, ključno za postizanje kvalitetnih i proaktivnih rezultata u (kritičkoj) diskusiji. Prema pragmadijalektičarima strateško manevriranje u argumentativnom diskursu može se pojaviti u odabiru tematskih (topikalnih) resursa, prilagodbi potrebama publike i namjenskom korištenju lingvističkih (ili drugih prezentacijskih) sredstava. Prve dvije kategorije mogu se dovesti u vezu s *logosom* i *patosom*, druga kategorija se može proširiti tako da se uzme u obzir način na koji govornici jezičnim odabirima izgrađuju sliku o sebi i publici, te na taj način projiciraju *etos*, dok se treća kategorija općenito odnosi na načine oblikovanja željene poruke u svim slučajevima (van Eemeren, 2009: 211). Međutim, kao što nož može postati opasnim oružjem, iako sam po sebi nije štetan predmet kad ga se ispravno koristi, tako je i strateško manevriranje podložno iskvarenom korištenju kod nedobronamjernih govornika. U političkom govorništvu još je teže ispravno odrediti odstupanja u vidu argumentacijskih pogreški, zbog pristranosti vlastitim političkim uvjerenjima i stajalištima. Zarefsky (2009: 92) navodi nekoliko načina strateškog manevriranja u političkoj argumentaciji: promjena teme u skladu s vlastitim interesima, prilagođavanje ciljane publike proširivanjem (ili sužavanjem) opsega argumentacije, objedinjenje liberalnih i konzervativnih paradigmi tako da argument odgovara i jednima i drugima, preoblikovanje, modificiranje postojećih argumenata kako bi više odgovarali lokalnom političkom kontekstu (obično metodom *disocijacije* koju su opisali Perelman i Olbrechts-Tyteca), upotreba snažnih evokativnih simbola¹⁴ (primjerice nacionalna zastava, himna) i izraza (primjerice nacionalna sigurnost, budućnost), upotreba toposa nepovratnih (katastrofalnih) posljedica, argumentativna upotreba figura i tropa (primjerice korištenje analogije za naglašavanje određenih strana argumenta).

U političkoj retorici zasigurno najvažniju (ali i najzloupotrebljivaniju) funkciju u uvjeravanju imaju afektivna sredstva *etos* i *patos* jer se pomoću njih govornik *identificira* s publikom, što je osnovna pretpostavka svakog učinkovitog uvjeravanja. Burke navodi u *Rhetoric of Motives* (1969: 55) da se „čovjeka može uvjeriti jedino ako se govori njegov jezik, govorom, gestom, tonalitetom, redom, slikom, stavom, idejama, na način da *identificira* sebe s njime“ (kurziv preuzet od autora).

¹⁴ Zarefsky (2009) koristi engleski izraz ‘*condensation symbol*’ koji preuzima od Edwarda Sapira

Stoga su oni politički govornici koji su se ispravno identificirali s publikom bili najuspješniji u uvjeravanju.

Etos

Kad govorimo o *etosu*, pod time se tradicionalno podrazumijeva slika o sebi koju govornik projicira na publiku, a koja ga čini „dostojnim povjerenja“ (Aristotel, *Rhetorica*, 1356a). Barthes (1962, prema Baider, 2019) redefinira Aristotelove elemente *etosa*: mudrost (*phrónēsis*), iskrenost (*aretē*) i dobronamjernost (*eúnoia*) te navodi da govornik treba uvjeriti publiku da ga slijedi (*phrónēsis*), da mu vjeruje (*aretē*), da ga voli (*eúnoia*). Amossy (1999, prema Baider, 2019) definira *etos* kao „sliku koju govornik gradi o sebi kako bi uspostavio svoju vjerodostojnost“. Da bi uspostavio svoj *etos*, političar treba govoriti tako da odražava vjerodostojnost, legitimitet, kompetentnost, iskustvo (Baider, 2019) te poželjne karakterne osobine, sve u skladu s potrebama publike kojoj se obraća. Charaudeau (2005, prema Baider, 2019) navodi da se vjerodostojnost i legitimitet razvijaju prvenstveno kroz verbalne okršaje i načine na koje političari izražavaju svoje suprotne stavove, načine na koje očituju neprijateljski stav. U kontekstu društvene dramaturgije u kojoj je političar jedan od glavnih aktera, *etos* se često pokušava izgraditi projiciranjem slike o sebi kao *heroja* koji će uvesti red u *društveni nered*, dok se protivničku stranu prikazuje kao *anti-heroja*, nedoraslog tom izazovu. Međutim, pogrešno bi bilo smatrati da se *etos* gradi samo tijekom govora. Naime, mi mnogo toga znamo o političarima i prije samog govora te na osnovu toga preliminarno formiramo stavove, i odlučujemo hoćemo li nekome ukazati povjerenje ili ne. To je primijetio još i Izokrat koji je razlikovao postdiskurzivni *etos*, odnosno sliku o sebi koju govornik stvara tijekom govora, te preddiskurzivni *etos*, odnosno reputaciju govornika, stvorenu na osnovu njegovih prethodnih riječi i djela, koja postoji neovisno o trenutnom govoru. Problematiku političkog *etosa*, zadržavajući preddiskurzivnu i postdiskurzivnu podjelu, obradio je Patrick Charaudeau u svom djelu *Le Discours politique. Les masques du pouvoir*. On smatra da je politički *etos* semiotički multimodalan, te razlikuje dvije glavne diskurzivne kategorije: *etos* kredibiliteta i *etos* identifikacije. *Etos* kredibiliteta odnosi se na uspostavljanje vjerodostojnosti u pogledu vlastitih građanskih i praktičnih dužnosti i pretpostavlja zadovoljavanje tri uvjeta: 1) uvjet iskrenosti ili transparentnosti (fr. *sincérité*) kojim se pokazuje da ono što se govori odgovara onome što se misli, 2) uvjet provedbe (fr. *performance*) kojim se pokazuje sposobnost izvršavanja onog što je obećano, te 3) uvjet učinkovitosti (fr. *efficacité*) kojim se pokazuje da se raspoláže

sredstvima koja će dovesti do cilja, te da će ishodi biti pozitivni. Podvrste *etosa* kredibiliteta su: *etos* vrline (fr. *vertu*), *etos* ozbiljnosti (fr. *sérieux*), *etos* kompetencije (fr. *competence*). Što se tiče *etosa* identifikacije, njime se pokušava uspostaviti odnos istovjetnosti između publike i govornika, tako da publika može zamisliti da bi u govornikovo situaciji jednako postupila. Podvrste *etosa* identifikacije su: *etos* moći (fr. *puissance*), *etos* karaktera (fr. *caractère*), *etos* čovječnosti (fr. *humanité*), *etos* lidera (fr. *chef*), *etos* solidarnosti (fr. *solidarité*), *etos* inteligentnosti (fr. *intelligence*). Primjerice, u analizi *etosa* Jean-Marie Le Pena, Charaudeau navodi sljedeće: „[JMLP] konstruirao svoj *etos* u jednakoj mjeri svojom korpulentnosti, svojim fizičkim ponašanjem, svojim gromovitim glasom [...] svojim izjavama kojima proziva, omalovažava, vrijeđa svoje protivnike, kao i svojim idejama čiji je sadržaj u skladu sa slikom moći koju želi uspostaviti“ (Charaudeau, 2005: 91). Dakle, u svojem poimanju političkog *etosa* Charaudeau uzima u obzir razne elemente kojima govornik pokušava uspostaviti svoj kredibilitet i identificirati se s publikom, od fizičkog izgleda, tona glasa, do sadržajnog izraza i namjera. Charaudeau na taj način postavlja nove zahtjeve u političkoj etici, u doba kada javna sfera potpuno preopterećena interferiranjem privatne i tehničke sfere (Goodnight), a politika u stanju degeneracije, u kojem se sve vodi oko sukoba ličnosti (eng. *personality*), brze i trenutačne konzumacije efemernog sadržaja pod utjecajem masovnih medija. Amossy (2006, prema Danler, 2013) također razlikuje diskurzivni i preddiskurzivni *etos*. Diskurzivni *etos* podrazumijeva „sliku o sebi“ koju je govornik izgradio tijekom svog govora, dok se preddiskurzivni *etos* odnosi na govornikovu pravu osobnost. Fahenstock i Secor (2004) razlikuju ekstrinzični i intrinzični *etos* koji su gotovo istovjetni preddiskurzivnom i diskurzivnom *etosu*. Ekstrinzični *etos* odnosi se na govornikovu prethodnu reputaciju u vidu njegove stručnosti u određenom području, njegovih profesionalnih postignuća, diploma ili certifikata. Intrinzični *etos* jest dojam koji govornik ostavi o sebi svojim govorom. Za područje interesa ovog rada, zanimljivu analizu donosi i Kerbrat-Orecchioni (2017) koja proučava *etos* na primjeru šest predsjedničkih duelističkih sučeljavanja u Francuskoj u razmaku od 1974. godine do 2012. godine. Kerbrat-Orecchioni smatra da je sukob *etosa* jedna od najperzistentnijih karakteristika takvih sučeljavanja, te da su kandidati iznimno usredotočeni na ostavljanje pozitivnog dojma, odnosno na uvjeravanje da su kvalificirani obnašati predsjedničku funkciju (fr. *présidentiable*), te da su nadasve u stanju to činiti bolje od svog protivnika. I za nju se *etos* može uspostaviti diskurzivnim, lingvističkim sredstvima, ali i nediskurzivnim, vanjezičnim sredstvima, pod čime podrazumijeva glasova obilježja, prozodiju, vizualne markere. Kerbrat-Orecchioni

navodi da u kandidati posebice skloni valorizirati vlastiti *etos* umanjivanjem *etosa* protivnika. Također to ističu i Budzynska-Daca i Botwina (2015) napominjući da je u predizbornoj televizijskoj debati ključno pitanje „tko je bolji“ zbog čega se debata svodi na „sukob *etosa*“.

Patos

U kombinaciji s *etosom*, političari se u uvjeravanju najčešće koriste i *patosom*. *Patos* je Aristotel (*Rhetorica*, 1356a) definirao kao sredstvo uvjeravanja kojim se utječe na „raspoloženje u koje se dovodi slušalac“. Dakle, za Aristotela emocije igraju važnu ulogu u uvjeravanju jer pod njihovim utjecajem „ljudi mijenjaju mišljenje u pogledu odluke“ (Aristotel, *Rhetorica*: 1378a). Djelovanje na emocije sa stajališta argumentacijske teorije često se smatralo pogrešnim jer se racionalna, razumska argumentacija treba temeljiti prvenstveno na *logosu*, a pozivanje na emocije ne može udovoljiti standardima racionalnosti i objektivnosti. Stoga su se „emotivni argumenti“ u argumentaciji često smatrali argumentacijskim pogreškama. Međutim, neki suvremeni teoretičari, poput Gilberta, zauzimaju suprotan stav, te smatraju da je korištenje emocija u argumentaciji savršeno racionalno jer „emocije čine sastavni dio ljudske komunikacije, a tome shodno i argumentacije“ (Gilbert, 2004: 248). Gilbert navodi da su emotivni argumenti „esencijalno ne-logički“ te da ih je neprikladno evaluirati pomoću logičkih metoda, na način da se rekonstruiraju „skriveno“, odnosno implicitne premise pomoću kriterija valjanosti. Logička evaluacija emotivnih argumenata, poput argumenta *ad baculum*, ili argumenta *ad misericordiam*, može dovesti do toga da se oni pogrešno tumače kao logički ne-valjani, iako su persuazivno učinkoviti i relevantni. Hoćemo li određeni emotivni argument proglasiti argumentacijskom pogreškom, ili ne, ovisi o kontekstu te je stav suvremenih teoretičara da takvi argumenti mogu biti potpuno prikladni u jednom kontekstu, dok u se drugom mogu doista pokazati kao argumentacijske pogreške. Gilbert (2004) predlaže da se emotivni argumenti procjenjuju pomoću već spomenutog modela neformalne logike, trijade RSA (Relevance – Sufficiency – Acceptability). Kad je riječ o korištenju emocija u argumentaciji, ono što nas prije svega zanima nije jesu li emotivni izrazi *točni* ili *pogrešni* u logičkom smislu, već jesu li *iskreni* ili *lažni*. Gilbert polemizira da je procjenjivanje *iskrenih* ili *lažnih* osjećaja u argumentaciji jednako kompleksno poput utvrđivanja, primjerice, istinitosti određenog činjeničnog navoda, te na osnovu toga ne vidi zašto se model RSA ne bi mogao uspješno primijeniti i u evaluaciji emotivnih argumenata. S time u skladu, Gilbert ističe da emocije imaju ključnu ulogu u određivanju *prihvatljivosti* premisa, jer „rijetko povjerujemo u

tvrdnju za koju smatramo da treba biti popraćena emotivnim izrazom, kada ona to nije“ (Gilbert, 2004: 252). Dakle, izostanak emotivnih iskaza može nas navesti da posumnjamo u autentičnost predočenih tvrdnji ili važnost koju im govornik pripisuje. U pogledu *relevantnosti*, emotivni argument se procjenjuje u skladu s kontekstom u kojem je iznesen. U sudskim procesima, primjerice, izražavanje osjećaja grižnje savjesti može biti relevantno za odluku o težini kazne. U političkom diskursu, ukazivanje na osjećaje pojedine (ugrožene) društvene skupine može biti relevantno za poduzimanje određenih političkih radnji. Gilbert smatra da je najteže utvrditi jesu li argumenti za neku tvrdnju *dostatni* da bi se određeni zaključak prihvatio ili odbacio. Naime, u političkom i društvenom odlučivanju, kada se uzmu u obzir svi logički i emotivni argumenti koji su izneseni, konačna uvjerljivost poruke u većinskoj mjeri bit će uvjetovana emotivnim argumentima. *Dostatnost* u emotivnim argumentima ovisi o vrijednostima, stavovima, ciljevima i kriterijima ciljne publike kojoj se obraćamo, stoga *temelji* kojim se služimo da bismo poduprli određenu tvrdnju u jednoj situaciji mogu biti *dostatni*, dok u drugoj situaciji ne moraju. Osim striktno denotativnog izražavanja emocija („Osjećam se X“), mnoge su riječi snažno konotativno obilježene, pune „emotivnog naboja“ te tako iskoristive za evokaciju osjećaja (poput straha, ljutnje, bijesa). Macagno i Walton (2019) prema uzoru na logiku *Port-Royala* objašnjavaju heurističke mehanizme koji djeluju u pozadini emotivnih izraza. Naime, prema Solomonu (2003, Macagno, Walton, 2019: 244) emocije pretpostavljaju subjektivne vrijednosne sudove, to jest, osjetiti emociju istovremeno znači i implicitno vrijednosno procijeniti situaciju. Vrijednosna prosudba, vrijednosni sud, povezan je s kognitivnim mehanizmima i na njega se može utjecati pomoću argumenata. Procjenjivanje stanja stvari okida fizičku i psihičku reakciju koja nas može potaknuti na radnju ili utjecati na mjeru u kojoj smo skloni poduzeti tu radnju. Procjenjivanje stanja stvari je u izravno ovisno o kulturnom kontekstu jer su vrijednosti koje preuzimamo dio kulture, dio prošlih iskustava zajednice. Stoga Macagno i Walton zaključuju, budući da emocije uključuju vrijednosne sudove, a vrijednosni sudovi mogu biti aktivirani, sugerirani i iznijeti pomoću emotivnih riječi, emocije se mogu retorički obrađivati. Primjerice, u svojoj analizi emotivno značenjskih izraza u političkoj argumentaciji na primjeru Donalda Trampa, Macagno i Walton (2019) navode da se Trump koristi emotivno obilježenim riječima (eng. *loaded words*), persuazivnim definicijama¹⁵ (eng. *persuasive definitions*), zatim djelomičnim emotivnim

¹⁵ Persuazivna definicija odnosi se na eksplicitno ili implicitno redefiniranje etičkih riječi kojemu je cilj preusmjeriti njihova emotivna značenja na ono stanje stvari koje inače te riječi ne bi obilježavale (Macagno, Walton, 2019).

preoblikovanjem postojećeg pojma koji je emotivno neobilježen, primjerice u slučaju „političke korektnosti“ koju Trump predstavlja u negativnom svjetlu. Korištenje emotivno nabijenih izraza Macagno i Walton smatraju prečacem za izbjegavanje kompleksnih i kritičkih mehanizama zaključivanja, te tvrde da su emotivni sudovi ishitreni i pristrani, dovode do izravnog zaključivanja o dobru i zlu, zahtijevaju niske procesualne napore ili se aktivira prosudba koja djeluje u području izravnog (heurističkog) zaključivanja, što može imati štetne posljedice na kritičku procjenu opisanog ili referiranog stanja stvari.

Kad je riječ o patoičkim elementima u kontekstu predizbornih televizijskih debata, Budzynska-Daca i Botwina (2015) tvrde da se oni koriste u funkciji konstruiranja *etosa*. Naime, govornik se mora *identificirati* s publikom kako bi se publika mogla povratno identificirati s njime, da bi na temelju uspostavljenog odnosa međusobne simpatije i naklonosti govornik mogao djelovati uvjerljivo i vjerodostojno. Kako bi što efikasnije zadobili naklonost publike, govornici su često skloni koristiti se emotivnim figurama stila poput: *exclamatio*, *evidentia*, *sermocinatio*, *fiction personae*, *expolitio*, *similitudo*, *aversio*.

2.5. Televizijska predsjednička sučeljavanja

Trend političkih sučeljavanja započeo je 1858. godine za vrijeme predizborne kampanje u Sjedinjenim Američkim Državama kada su se prvi put javno suočili predsjednički kandidati Abraham Lincoln i Stephen Douglas. Međutim, tek s pojavom televizije i njezinom sverastućom zastupljenosti u kućanstvima započinje pravi zamah političkih sučeljavanja. Jedno od prvih i najpoznatijih televizijskih predsjedničkih sučeljavanja odvijalo se 1960. godine između kandidata Johna F. Kennedyja i Richarda Nixona. U kontekstu Francuske, prvo takvo *predsjedničko* sučeljavanje održalo se 1974. između Valéry Giscard d'Estainga i François Mitteranda te se trend nastavio i u narednim godinama, s iznimkom predsjedničkih izbora 2002 kada je Jacques Chirac odbio sučeliti se sa Jean-Marie Le Penom kako mu ne bi dao dodatno na važnosti, a što je također bilo motivirano snažnom „anti-lepenovskom“ ozračju koje je dominiralo francuskom društvenom klimom (Nadeau i sur., 2012).

Ono što je svakako sigurno, jest da je otada prijenos političkog sučeljavanja putem televizijskih kanala postavio nove standarde za političke kampanje, te se od predsjedničkih kandidata, barem onih američkih, očekuje da će prisustvovati sučeljavanju (Trent, Friedenberg, 1995: 216). Trent i Friedenberg (1995) navode da je taj imperativ postao toliko značajan, da se predsjednički kandidati

pribojavaju odbiti prisustvovati u sučeljavanju jer bi se time stvorio negativan dojam u javnosti koja bi taj čin mogla protumačiti kao znak slabosti i nesposobnosti da se obrani vlastita politika i stavovi.

Prednost televizijskog sučeljavanja kandidata jest u tome da se pretendenti na vlast dovode, često po prvi put, u izravnu konfrontaciju. Za razliku od samostalnih i monoloških obraćanja (biranoj) publici za vrijeme predsjedničke kampanje, bilo da je riječ o održavanjima govora u strateški važnim glasačkim područjima, ciljanim marketinškim porukama i sloganima ili o drugim javnim gostovanjima, poput intervju, a u kojima kandidati mogu iskrojiti unaprijed pripremljene željene poruke koje se često ne mogu dovesti u pitanje zbog pasivne uloge publike, u televizijskim sučeljavanjima kandidati se nalaze u stvarnoj komunikacijskoj situaciji u kojoj su dužni, jer im je to u interesu, na najbolji mogući način prezentirati sebe u odnosu na protivnika. Kandidati pristaju na televizijska sučeljavanja svjesni da mogu biti izloženi oštrim kritikama protivničke strane, no ne mogu unaprijed znati točne prigovore da bi na njih pripremili odgovore. Stoga u televizijskom sučeljavanju, odnosno u direktnim razmjenama kandidata, možemo uočiti retoričke kvalitete govornika i njihove argumentacijske strategije koje nisu prisutne u pripremljenim obraćanjima.

Trent i Friedenberg (1995) navode da postoje tri moguće strategije kojima se manevrira uspješna izvedba debate: preddebatna, debatna i postdebatna strategija. Preddebatna strategija podrazumijeva namjerno utjecanje na očekivanja publike od debatnog nastupa kandidata. Ta se strategija može upotrijebiti na nekoliko načina: 1) smanjivanje očekivanja publike od vlastitog nastupa, 2) povećavanje očekivanja od protivničkog nastupa, 3) jasno definiranje ciljne publike, 4) uvježbavanje mogućih pitanja i odgovora. Debatna strategija podrazumijeva jasno provlačenje osnovne misli o temeljnim političkim pitanjima kroz cjelokupni debatni nastup i razradu „slike o sebi“ (eng. *image strategy*) koju kandidat želi ostaviti na publiku a koja se očituje kroz lideršipski stil (eng. *leadership style*), personifikaciju i identifikaciju. Postdebatna strategija odnosi se na korigiranje nespretnih ili sumnjivih izjava izrečenih za vrijeme debate. Naime, nakon završetka debate mediji se upuštaju u analize i interpretacije nastupa kandidata čime mogu utjecati na mišljenje publike. Također, Trent i Friedenberg (1996: 227) navode da glasači često donose konačnu odluku tek nakon što su razmijenili mišljenja o debati i popratili medijske reakcije.

Na prethodno rečeno nadovezuje se najzanimljivije pitanje koje se veže uz televizijska politička sučeljavanja: koliki je njihov utjecaj na odluke glasača? Istraživanja Chaffee et Choe,

Geer, McKinney (McKinney i Warner, 2013: 240) pokazala su kako, iako ne utječu na glasače kod kojih su unaprijed čvrsto definirani stavovi, debate pomažu oblikovati mišljenje ili ga čak promijeniti kod neodlučnih, ili nesigurnih glasača. Također, Chaffee (McKinney i Warner, 2013: 240) kategorizira četiri specifične situacije u kojima glasači smatraju debatu korisnom: a) kada nisu upoznati s nekim kandidatom, b) kada je većina glasača neodlučna, c) kada su glasovi izjednačeni i d) kada je lojalnost stranci oslabljena.

McKinney i Warner (2013) proveli su veliku seriju istraživanja te napravili analizu televizijskih debata provedenih za vrijeme američkih izbora 2000., 2004., 2008. i 2012. godine. Studija je obuhvaćala sveukupno 22 debate i 6,775 sudionika. Istraživači su promatrali utjecaj debate na stavove glasača, *razinu političke informiranosti glasača* (eng. *Political Information Efficacy – PIE*) te *povjerenje u političare* (eng. *political cynicism*) tijekom američkih unutarstranačkih glasovanja i predsjedničkih debata. Rezultati su pokazali kako postoji značajan utjecaj debata na stavove glasača kod unutarstranačkih debata, kada se glasači tek upoznaju s nekim kandidatima, dok je kod predsjedničkih debata, kad je kampanja gotovo pri kraju, on gotovo nikakav. Ipak, ono na što sigurno postoji utjecaj u svim vrstama proučavanih debata, jest utjecaj na sklonost kandidatu mjeren pomoću *skale sklonosti* (eng. *feeling thermometer*). Njihova istraživanja poduprla su tezu da debate, općenito, pružaju kandidatima priliku da povećaju svoju prijemчивost kod glasača. Svakako najvažniji rezultati studije odnose se na razinu političke informiranosti glasača te povjerenja u političare. U skladu s prethodnim istraživanjima (McKinney, Banwart, 2005; McKinney, Chattopadhyay, 2007; McKinney, Rill, 2009; McKinney i sur., 2011; prema McKinney, Warner, 2013), obrada rezultata pokazala je da izloženost izbornim debatama značajno povećava ili osnažuje političko znanje glasača te reducira skepsu, odnosno povećava povjerenje u političare. To govori u prilog značaju i vrijednosti debatne poruke za demokratsko ponašanje građana i njihove građanske dužnosti. Naime, istraživanje Kaida, McKinneyja i Tedesca (prema McKinney, Warner, 2013) pokazalo je da povećana politička informiranost glasača dovodi do veće vjerojatnosti izlaska na izbore. Jednako tako, razina političke skepse pokazala se u istraživanju Kaida i suradnika (prema McKinney, Warner, 2013) većom kod onih koji ne izlaze na glasovanje, negoli onih koji izlaze na glasovanje. Ne toliko iscrpna istraživanja, ali s postojećim rezultatima, pokazala su da će građani češće izaći na izbore ukoliko su sigurni ili sigurniji u svoje političko znanje, te isto tako ukoliko imaju veće povjerenje u političare.

Hwang i sur. (2007) donose zanimljiv pristup – u svom radu, orijentirali su se na utjecaj postdebatnih predizbornih medijskih analiza na promjene stavova gledatelja. Polazeći od teorije *priminga* (Berkowitzeva kognitivno neosocijalna teorija) i *framinga*, tvrde da postdebatne analize mogu utjecati na razumijevanje, percepciju i mišljenje gledatelja oblikujući ili preoblikujući njihovo kodirano iskustvo televizijskog događaja korištenjem refleksije. Osnovna tvrdnja je da će učinci predsjedničke debate biti pod utjecajem posebnih faktora naglašavanih u postdebatnim medijskim sadržajima, te da će razina učinka ovisiti o sklonostima refleksiji ili prethodnom znanju primatelja medijskog sadržaja. Postdebatne vijesti oblikovale su se na dva načina s obzirom na istaknutost (eng. *saliency*) određenog sadržaja – u jednim vijestima se isticala analiza političkog programa, a u drugima izvedba. Zanimljivo je da su rezultati pokazali veći utjecaj vijesti u kojima je fokus bio na kandidatovoj izvedbi čak i kod ispitanika s većim stupnjem političkog predznanja, dok su autori pretpostavili da će analiza izvedbe imati više utjecaja na ispitanike s manjim političkim predznanjem. Autori to objašnjavaju time što su glasači rijetko u mogućnosti svjedočiti direktnom suočavanju političara i njihovoj izvedbi, dok su im, s druge strane, informacije o političkim programima vrlo lako dostupne.

Trent i Friedenberga (1995) ostaju suzdržani u iznošenju konačnih zaključaka o utjecaju televizijskih političkih sučeljavanja na stavove glasača jer postoji velik broj faktora koji može utjecati na rezultate istraživanja: različiti kandidati, drugačija politička pitanja, promjena profila publike, medijska popraćenost, debatan format i prisustvo moderatora samo su neki od njih. Ipak, navode da postoji nekoliko zamjetnih rezultata istraživanja u kontekstu američkih izbora koje ukazuju na prisutnost određenih tendencija: 1) porast gledanosti, 2) učvršćivanje stavova gledatelja, 3) promjena stavova kod određenih glasača, 4) debate kreiraju pitanja od javne važnosti (eng. *agenda-setting*), 5) debate pospješuju informiranost glasača, 6) debate utječu na sliku o kandidatima, 7) najava o održavanju debata odgađa donošenje stavova o kandidatima do njezinog završetka, 8) debata jača povjerenje u američku demokraciju.

Što se tiče francuskih istraživanja u tom pogledu, prema istraživanju Rolanda Cayrola iz 1974. godine 16% glasača izjavilo je da su promijenili stajalište nakon gledanja debate (prema Fortin, 2006). Nadeau i sur. (2012) konstatiraju na temelju rezultata postdebatnih anketa da je gledanje predsjedničkog sučeljavanja 1988. godine imalo određeni utjecaj na glasački odabir, jer je razlika između glasačkih preferencija bila dvostruko manja kod onih glasača koji su gledali sučeljavanje

François Mitterranda i Jacquesa Chiraca nego što je to bio slučaj kod glasača koji nisu gledali sučeljavanje. S druge strane, pomak u glasačkim preferencijama gotovo je minimalan u slučaju predsjedničkog sučeljavanja 2007. godine između Nicolasa Sarkozyja i Ségolène Royal. Autori zaključuju kako je, prema dostupnim statističkim analizama, utjecaj gledanja debate na donošenje glasačke odluke gotovo minimalan, i ne toliko važan kao drugi faktori koji utječu na glasanje (cjelokupna predsjednička kampanja, zastupljenost u medijima, snažna ideološka determiniranost glasača itd.). Ipak, to ne znači da nova istraživanja neće pokazati takve poveznice, pogotovo ako se uzme u obzir da francuski glasači sve češće donose glasačke odluke *za vrijeme* predsjedničkih kampanja što ukazuje na smanjenje „odlučnih glasača“.

3. Hipoteze i ciljevi

U skladu s prethodno napisanim, specifični cilj našeg istraživanja bit će utvrditi legitimne i nelegitimne načine postizanja uvjerljivosti na primjeru odabrane debate pri čemu ćemo se koristiti spoznajama iz retoričke i neformalno-logičke teorije argumentacije. Rezultate istraživanja koristit ćemo i kako bismo ukazali na važnost političkih debata, te na prednosti primjene kritičkog pristupa argumentaciji za razvoj sofisticiranosti birača, odnosno, publike općenito.

Politička argumentacija usmjerena je na praktično uvjeravanje u korisnost ili štetnost određenih postupaka koji se tiču budućnosti. Budući da je procjenjivanje uspješnosti određenih odluka i posljedica u kontekstu dinamičkog društvenog tkiva veoma neizvjesno, to jest, teško utvrdivo i podložno brojnim utjecajima, politički govornici pokušat će publiku uvjeriti u opravdanost svojih političkih programa i planova koristeći se uglavnom *etosom* i *patosom*. Tome u prilog ide i tvrdnja da glasači najčešće donose odluke, ne na temelju planova i programa, već na osnovu toga smatraju li određenog kandidata *sposobnim* i *vjerodostojnim* (Budzynska-Daca, Botwina, 2015). Pod utjecajem teorije o učinku kandidatove osobnosti na ishode izbora, te o uspješno prezentiranoj slici *lidera*, neka istraživanja pokazala su da su odabiri glasača i ishodi predsjedničkih izbora u Francuskoj pod snažnim utjecajem „slike o kandidatu“ (Brouard i Kerrouche, 2013: 1115). Stoga smatramo da će se sučeljavanje između Marine Le Pen i Emmanuela Macrona svoditi ponajprije na sukob *etosa* te pribjegavanje *patosu*. S time u skladu, smatramo da će doći i do argumentacijskih pogreški, te da će one uglavnom biti vezane uz oslabljivanje položaja protivnika i pogrešno korištenje emocijama. Očekujemo da će se političari najviše koristiti praktičnim argumentima te da će se u kontekstu naglašavanja *etosa* i pribjegavanja

patosu u najvećoj mjeri pojaviti pogreške irelevantnosti *ad hominem*, *ad baculum*, *appeal to fear*, *straw man*, *red herring*, *non sequitur*, *post hoc ergo propter hoc*.

Budući da se liberalni govor razlikuje od konzervativnog, te se konzervativnom pripisuje veće korištenje argumenata koji prizivaju strah (eng. *appeal to fear*) i patoičkih elemenata¹⁶, očekujemo da se će Emmanuel Macron više usredotočiti na racionalno obrazlaganje, usmjereno na *etos* i *logos*, dok će Marine Le Pen prionuti *patosu* i drugim vidovima strateškog manevriranja s ciljem diskreditiranja protivnika. Očekuje se da će se koristiti tim sredstvima da naglase svoje kvalitete ali istovremeno ih koristiti i kao oružje protiv svojih protivnika.

Zarefsky (2014: 159) navodi da je argument iz neznanja (*argument from ignorance*) uglavnom u središtu rasprava o terorizmu, te stoga očekujemo da će se pojaviti u vidu argumentacijske pogreške i u ovoj raspravi.

Također, očekujemo da će se najviše neslaganja voditi oko definicija, te će se, time u skladu, govornici često koristiti asocijativnom i disocijativnom metodom (Perelman).

4. Korpus i metodologija

U ovom radu prikazat ćemo rezultate deskriptivne analize televizijskog predizbornog sučeljavanja između kandidata Marine Le Pen i Emmanuel Macron održanog za vrijeme predsjedničkih izbora u Francuskoj 2017. godine. Televizijska debata održala se 3. svibnja 2017. godine u prostorima studija 107 u gradskoj četvrti La Plaine Saint-Denis. Sučeljavanje je trajalo 2 sata i 30 minuta, a debatu su moderirali Christophe Jakubyszyn (TF1-LCI) i Nathalie Saint-Cricq (France 2). Debatiralo se o sljedećim temama: nacionalna sigurnost, nezaposlenost i reforma tržišta rada, porezni sustav i kupovna moć, zdravstvo i socijalna skrb, mirovinski sustav, Europska Unija, terorizam, vanjska politika, obrazovanje i pravosuđe.

Videosnimka kojom smo se koristili dostupna je na videokanalu Youtube na sljedećoj poveznici: <https://www.youtube.com/watch?v=iOAbBdlWgz0> (pristupljeno: 25.siječnja 2021).

¹⁶ Wodak (2015: 23) u svojem istraživanju tvrdi da sve desničarske populističke stranke obilježava: politika straha koja se uspostavlja instrumentalizacijom etničke/religijske/lingvističke/političke manjine u *žrtveno janje* na način da se odabrane manjine predstavljaju kao prijetnja „nama“ i „našem“ narodu; zatim 'arogantno neznanje', apeliranje na zdrav razum i anti-intelektualizam

U analizi smo promatrali preferirane argumentacijske obrasce (vrstu tvrdnji i očitosti), argumentacijske sheme u vidu argumentacijskih pogreški, govorni stil, figurativnost i izbor riječi te bonton i izvedbu. Argumentacijske sheme koje su rekonstruirane vodile su se načelom milosrđa te maksimalnom argumentativnom strategijom (van Eemeren i sur., 1996). Također posebnu pozornost posvetit ćemo analizi uvodnih iskaza jer ne ovise o tijeku debate.

Argumentacijske obrasce analizirali smo s obzirom na vrstu tvrdnji i potpora. Tvrdnjom se smatra jedna, stilski neobojena, izjavna rečenica koja nije trivijalna i koja je branjiva. Prema Škariću (2011: 23) tvrdnja je „sud koji treba argumentirati ili obrazložiti da bi bio razumski prihvatljiv“. Primjer tvrdnje bio bi „Francuska mora napustiti Europsku uniju“. Razlozi koji se navode kao potpora tvrdnji Škarić naziva očitostima. Očitosti mogu biti definicije, toposi, stereotipi, citati, autoriteti, zakoni, slučajevi (primjeri), ilustracije, podaci, činjenice, svjedočenja. U obrazlaganju govornici se koriste različitim vrstama umovanja: dedukcijom, indukcijom, kauzalnošću, analogijom. Tvrdnje su analizirane s obzirom na podjelu koju su ponudile Fahenstock i Sencor (2004): činjenične, uzročno-posljedične, vrijednosne, političke. Činjeničnim tvrdnjama iznosi se sud o tome „što je nešto“, uzročno-posljedičnim tvrdnjama o tome „zašto je do nečega došlo“, vrijednosnim tvrdnjama o tome „kakvo je što“, a političkim tvrdnjama o tome „što treba napraviti“. Politička tvrdnja sastoji se od tri dijela: 1) preliminarna argumentacija kojom se osvještava publiku o postojanju problema; 2) iznošenje prijedloga za poboljšanje ili promjenu stanja iznesenog pod 1); 3) iznošenje argumenata koji podupiru prijedlog 2).

U obzir ćemo uzeti i to jesu li argumentacijski obrasci usmjereni na obrazlaganje vlastitog programa ili na napade na protivnika.

Bonton i izbor riječi

Goffman (1982) brigu o dojmu koji ostavljamo na druge, i načine kojima štitimo vlastiti obraz naziva *radom na samoprezentaciji* (eng. *face-work*). Samoprezentaciju, odnosno pojam (pozitivnog) *obraza* (eng. *face*), Goffman tumači kao pozitivnu društvenu vrijednost koju osoba želi ostvariti na temelju stava koji drugi smatraju da je zauzela tijekom određenog kontakta. To je „slika o sebi koju oblikujemo pomoću poželjnih društvenih atributa“ (Goffman, 1982: 5), odnosno „potreba da nas drugi doživljavaju dobrima“ (Bull, Fetzer, 2010, prema Baider, 2019: 128). Rad na samoprezentaciji može se očitovati kroz tri strategije: a) strategija izbjegavanja (eng. *avoidance process*), b) korektivna strategija (eng. *corrective process*), c) strategija osvajanja bodova (eng.

making points). Strategija izbjegavanja odnosi se na zaštitu vlastitog pozitivnog obraza, ili onog sugovornika, preuzimanjem riječi ili usmjeravanjem razgovora na način da se izbjegavaju teme koje stvaraju nelagodu ili su potencijalno konfliktne. Korektivnom strategijom pokušava se reagirati u situaciji kada se ugroza obraza (eng. *face-threatening act*) više ne može izbjeći, neugodni čin se dogodio i treba se ponovno uspostaviti željeni društveni red i tijek događaja. Primjer korektivnih strategija je davanje isprike, razmjena poklona, odlazak u posjetu. Strategija osvajanja bodova namjerno je manevriranje obrascima ponašanja koji u društvu općenito nailaze na pohvalu, ili na pokudu. Primjerice, ako se zna da će skromnost naići na pohvalu, osoba može „pecati“ komplimente inzistiranjem na skromnosti. Uobičajena metoda u ovoj strategiji je iznošenje povoljnih informacija o sebi i nepovoljnih informacija o drugima, na takav način da drugima često ne preostaje ništa drugo doli neki nespretni uzvratni odgovor praćen „znam-podnijeti-šalu“ osmijehom (Goffman, 1982: 25). To je vrlo riskantna borbena igra jer, ukoliko osoba koju se podbada uzvratiti na uspješan način, izazivač može izazvati podsmijeh i izgubiti obraz. Strategiju osvajanja bodova nerijetko prati nepristojno ponašanje.

Kienpointer (2008: 245) navodi da je kompetitivna neuljudnost često izražena u određenoj vrsti emotivnih argumenata. Neuljudnost definira kao nekooperativno i kompetitivno ponašanje u komunikaciji koje a) narušava odnos osoba u interakciji i otežava postizanje zajednički prihvaćenog cilja interakcije ili otežava i samo postizanje usuglašenosti oko tog cilja, b) stvara ili potiče atmosferu međusobnog nepoštovanja i antipatije koja prvenstveno služi egocentričnim interesima, c) je djelomično određeno konceptima moći, distance, emocionalnih stavova i vrednovanjem troškova-koristi (eng. *cost-benefit*) koji su opće prihvaćeni u govornoj zajednici. Nepristojnost će se, kako tvrdi, najčešće pojaviti u argumentu *ad personam* (eng. *abusive ad hominem*), u argumentu *trovanja izvora*, te u argumentu krivnje po povezanosti. Strategije nepristojnosti koriste se da bi se intenzivirao i pojačao učinak argumentacijskih pogreški na protivnika tako što se prijeti obrazu protivnika na uvredljiv način. Upotrebom neuljudnosti narušava se Griceova maksima kvalitete.

4.1. Politički kontekst

U trenutku održavanja predsjedničkih izbora 2017. godine u Francuskoj, trenutni predsjednik na vlasti bio je François Hollande. Njegova vladavina obilježena je ekonomskim napetostima u eurozoni, terorističkim napadima, migracijskom krizom te nizom društvenih i ekonomskih reformi

koje su ga dovele do ruba nepopularnosti. Hollandeu se zamjeralo uvođenje poreza na kompetitivnost i zapošljavanje, pokretanje Pakta za odgovornost i solidarnost, te implementacija novog zakona o zapošljavanju, poznatijeg pod nazivom zakon El Khomri (prema bivšoj ministrici Myriam El Khomri) iz 2016. godine (Durović, 2019). Kod političke desnice, veliku društvenu reakciju izazvalo je i legaliziranje istospolnih brakova, dok se ljevica uznemirila oko Hollandeovog pokušaja razrješavanja problema građana s dvojnomo nacionalnosti koje se, u tom slučaju, željelo lišiti francuske nacionalnosti. Osim toga, vladavinu Hollandea popratili su i teroristički napadi od kojih su, prema broju žrtava, najznačajniji bili napadi na redakciju satiričkog časopisa Charlie Hebdo (siječanj, 2015. godine), nekoliko uzastopnih napada u Parizu (studeni, 2015. godine), napad u gradu Nice (srpanj, 2016. godine). U takvoj uzavreloj društveno-političkoj klimi, desničarski pokret je počeo snažiti, dok je ljevica polako gubila na vjerodostojnosti, što se najbolje moglo vidjeti na lokalnim izborima u kojima je desnica trijumfirala. Također, unutarnji raskoli u, tradicionalno, najjačim strankama ljevice (*Parti socialiste*) i desnice (*Les Républicains*) osigurali su plodno tlo za nove političke saveze i otvorili vrata strankama poput *Front National* i *La République En Marche!*.

4.2. Marine Le Pen i nacional-populistička ideologija

Marine Le Pen (rođena 5. kolovoza 1968.) aktualna je predsjednica francuske političke stranke *Front National*¹⁷. Stranka *Nacionalna fronta* osnovana je 1972. godine na inicijativu francuskog nacionalističkog i ekstremno desnog pokreta *Novi poredak* (fr. *Ordre nouveau*), a od 1972. godine do 2011. godine, kad je Marine Le Pen preuzela vodstvo, stranku je vodio njezin otac, Jean-Marie Le Pen. Po svojem ideološkom opredjeljenju stranku se može klasificirati kao nacional-konzervativna stranku koja se strogo protivi imigraciji, Europskoj uniji, globalizaciji i političkom establišmentu, a zalaže se za protekcijonizam i političku neovisnost (suverenizam) te zaštitu nacionalnih interesa i ekonomije. Prema političkoj pozicioniranosti stranka se uglavnom svrstavala u ekstremnu i radikalnu desnicu, međutim otkako je Marine Le Pen došla na vlast, počela se provoditi „dedemonizacija Nacionalne fronte“ kojom su se, barem načelno, pokušali ublažiti radikalni politički stavovi s ciljem akvizicije novih članova, te time i jačanja položaja stranke na nadolazećim izborima. Mnogi politolozi, iako ne svi, okarakterizirali su diskurs Nacionalne fronte kao *populistički* (Baider, 2015). Cas Mudde (prema Baider, 2015: 223) pripisao je populističkom

¹⁷ od 2018. stranka je preimenovana u *Rassemblement national*

diskursu tri nužne tematske kategorije: 1) autoritarizam (karizmatični vođa i strogo kažnjavanje u slučaju kršenja zakona); 2) naglašeni antagonizam između naroda i korumpirane elite koja podrazumijeva političare, vladu, medije, stručnjake, itd.; 3) nativizam, kojim se isključuju članovi društva, posebice imigranti, te se protivi multikulturalizmu. Caiani i Graziano (2016, prema Surel, 2019: 1235) proširuju populističke markere nudeći konceptualizaciju prema kojoj populizam može uključivati sljedeće karakteristike: 1) ideologija koja u središte stavlja „narod“ nasuprot „establišmentu“ i „vladajućoj eliti“; 2) retorika koja naglašava delegitimaciju postojećih političkih aktera i njihovih prijedloga, te legitimizira nove političke aktere; 3) komunikacijski stil koji je ne-institucionalan i neformalan te koji predlaže jednostavna rješenja za kompleksne probleme; 4) organizacija koju karakterizira koncentriranje političke moći u rukama jedne osobe, *lidera*, te personalizirani odnos stranka/lider – stranka/član. Kao što ćemo to vidjeti u rezultatima i raspravi, argumentacija Marine Le Pen u promatranj debati obilježena je svim karakteristikama.

Ono što je također zanimljivo kod Marine Le Pen u pogledu konstrukcije *etosa* jest to da je u kontekstu francuskog društva, a često i šire društvene zajednice, vrlo neobično vidjeti ženu na čelu konzervativne stranke. Žene se klasično poimaju boljima u ostvarivanju bliskosti s publikom, dok se muškarci smatraju kompetentnijima (Baider, 2015: 224, 225). Također, prema istraživanjima političkog *lideršipa* ustanovilo se da je natjecateljski diskurs, koji se stereotipski pripisuje muškarcima, poželjniji od kooperativnog pristupa koji je stereotipski ženski. Stoga se žene u politici nalaze u nezavidnom položaju: s jedne strane, ako pokažu svoje „ženske“ kvalitete, poput bliskosti, okarakterizirat će ih se *slabima*, s druge strane, ako zauzmu čvrsti „muški“ stav (odlučnost, itd.) riskiraju da im se ne dogodi „salto stigma¹⁸“, tj. diskvalifikacija i pejorativno etiketiranje kao što je bilo u slučaju *Pasionarie* (Dolores Ibárruri). Marine Le Pen uspjela je donijeti ženske kvalitete u tipično mušku stranku, zadržavajući istovremeno i određeni muški pristup. Naspram straha koji je obilježio vladavinu njezinog oca, Marine Le Pen je svojom mladošću i ženstvenošću uspostavila odnos povjerenja (Badier, 2015: 227) i znatni napredak u pogledu akvizicije ženskog glasačkog tijela. Ipak, kako navodi Julie Boudillon (2005, prema Badier, 2015: 228), Marine Le Pen je zadržala grubo ponašanje, „sirovi“ govor (primjerice, „Francuska je postala katarska kurva“), „prirodnost“, muževne aspekte poput dubokog glasa,

¹⁸ fr. *salto du stigmat*e, termin su uvele Catherine Achin i Marion Paloetti (prema Badier, 2015)

ispada bijesa, beskompromisne izravnosti koji su slični onome njezina oca, a kojima je morala uspostaviti legitimitet u stranci.

Program s kojim se Marine Le Pen predstavila na francuskim predsjedničkim izborima 2017. godine odražavao je desni radikalizam stranke te je, ugrubo, predlagao: izlazak Francuske iz Europske unije, napuštanje valute eura, zabranu vanjskog financiranja religijskih centara, izbacivanje svih stranaca koji su povezani s islamističkim fundamentalizmom, zatvaranje svih udruga i religijskih centara povezanih s islamističkim fundamentalizmom, jačanje vanjskih i unutarnjih obavještajnih službi, napuštanje NATO saveza (te, posljedično, jačanje vlastitih oružanih snaga), smanjenje propisane dobi za starosnu mirovinu, uvođenje poreza na uvoz i na zapošljavanje stranaca, obnavljanje francuske kulture i nacionalnog identiteta, prioritiziranje francuskog građanstva pri zapošljavanju i dodjeli stambenih i zdravstvenih prava.

4.3. Emmanuel Macron i socijal-liberalizam

Emmanuel Macron (rođen 21. prosinca 1977.) pokretač je stranke *La République En Marche!* koju je osnovao 2016. godine kako bi se mogao kandidirati na predsjedničkim izborima 2017. godine. Prilično mlad i nepoznat na francuskoj političkoj sceni, karijeru je započeo 2004. godine najprije kao državni inspektor za financije i tu je službu obnašao do 2007. godine. Od 2007. do 2008. godine bio je jedan od glavnih izvjestitelja Povjerenstva za pokretanje gospodarskog rasta. Od 2008. do 2012. godine bio je zaposlen kao investicijski bankar u banci Rothschild & Cie Banque. Od 2006. godine do 2009. godine djelovao je kao član *Parti socialiste* (Socijalistička partija), a 2012. godine se priključuje predsjedničkoj kampanji François Hollande koji ga, po završetku izbora, imenuje zamjenikom predstojnika Ureda predsjednika Republike. Na funkciju ministra gospodarstva, industrije i digitalnog sektora bio je imenovan 2014. godine i tu je funkciju obnašao do 2016. godine kada je svojevolumno odstupio s pozicije zbog razilaženja u stavovima s tadašnjim predsjednikom Hollandom. Emmanuel Macron iskoristio je (ne)povoljne prilike u francuskoj politici, praćene velikim nezadovoljstvom javnosti vladavinom François Hollande kako bi osnovao vlastitu stranku, *Republiku u pokretu*. Naime, politička previranja u tradicionalnim opcijama Socijalističke partije i Stranke republikanaca, opća želja za političkom promjenom i osvježenjem na sceni, te antipatija prema postojećim strankama i elitama doprinijeli su uspješnom pozicioniranju Macrona kao legitimnog predsjedničkog kandidata (Durović, 2019). *Republika u pokretu* okupila je političare ljevice i desnice, aktiviste građanskog društva i privatnog

sektora, te je, zbog tako široko ciljanog glasačkog spektra, često u francuskim medijima nazivaju i politikom „velikog šatora“ (eng. *big tent*, fr. *parti attrape-tout*)¹⁹. Prema ideološkim usmjerenjima, stranka vodi progresivističku politiku u okvirima socijal-liberalizma, dakle, politiku orijentiranu prema načelima slobode, slobodnog tržišta, ali i egalitarizma i društvene senzibiliziranosti. Osvojivši predsjedničke izbore 2017. godine, Macron je postao najmlađi predsjednik u francuskoj povijesti, prvi kandidat koji je osvojio predsjedničke izbore a da nije prethodno bio izabran niti na jednu političku dužnost, te je ujedno i kandidat koji nije imao potporu niti jedne etablirane, dugovječne političke stranke.

Na predsjedničkim izborima Macron se predstavio programom za koji je sam tvrdio da nije „ni desni, ni lijevi“. Ključne točke njegovog programa obuhvaćale su: smanjenje nezaposlenosti, reforma zakona o radu, smanjenje broja parlamentaraca, izuzeće 80% kućanstava iz poreza na stanovanje, smanjenje nameta za poduzeća, zapošljavanje 10 000 osoba u borbi protiv terorizma, uvođenje proporcionalne raspodjele mandata na općim izborima, jačanje Francuske unutar Europske unije, jačanje Europske unije, održavanje prijateljskih odnosa s Njemačkom.

5. Rezultati i rasprava

U ovom dijelu rada prezentirat ćemo rezultate analize preferiranih argumentacijskih obrazaca prema vrsti tvrdnji i očitosti. U poglavlju Korpus i metodologija uspostavljen je kriterij tvrdnje kao jedne, izjavne, stilski neobojene rečenice koja je netrivialna i branjiva dok su očitosti dokazi, definicije, topisi, stereotipi, primjeri, autoriteti, zakoni, slučajevi, ilustracije, podatci, činjenice, svjedočenja. Tvrdnje smo klasificirali prema podjeli koju su predložile Fahenstock i Sencor na činjenične, uzročno-posljedične, vrijednosne i političke tvrdnje. Prema rezultatima analize iskaza Marine Le Pen utvrdili smo da se najčešće koristi političkim tvrdnjama kad govori o vlastitom planu i programu, zatim činjeničnim, te vrijednosnim i najzad uzročno-posljedičnim tvrdnjama kad napada protivnikovo stajalište. Argumentaciju Marine Le Pen obilježavaju: 1) činjenične i političke tvrdnje, 2) oslabljivanje položaja protivnika napadima na protivnikov *etos*, 3) postavljanje pitanja, 4) emotivni argumenti. Funkcionalistička analiza iskaza u kojoj smo promatrali jesu li iskazi usmjereni više na prezentaciju vlastitog predsjedničkog programa i samohvalu ili na oslabljivanje položaja protivnika pokazala je da je Le Pen prigrllila strategiju

¹⁹ „veliki šator“ naziv je za političku stranku ili koaliciju koja okuplja mnogo različitih grupacija ili ideologija, tako da može privući veliki raspon glasača (Cambridge Dictionary Online)

oslabljivanja položaja protivnika, dok je predstavljanje vlastitog programa oblikovano pomoću političkih tvrdnji kojima ili nedostaje preliminarna argumentacija i očitosti ili je preliminarna argumentacija oblikovana pomoću emotivnih argumenata. Macron se više usredotočio na objašnjavanje plana i programa, koristeći se ponajprije *logosom*, te *etosom*, a patoički elementi obilježavali su one dijelove argumenata u kojima se pokušao povezati s publikom. Ključni elementi njegove argumentacije su: 1) uvjeravanje *logosom*, 2) napadi na *etos*, 3) identifikacija s publikom.

5.1. Rezultati analize argumentacijskih obilježja u diskursu Marine Le Pen

Ukoliko stojimo iza definicije da je tvrdnja „jedna, stilski nebojena, izjavna rečenica koja nije trivijalna i koja je branjiva“, većina iskaza Marine Le Pen ne može se smatrati tvrdnjama jer su ili odviše neprecizni i stilski obojeni (obiluju epitetima), ili oblikovani u složene rečenice čime tematski obuhvaćaju više različitih područja. To je pogotovo slučaj za, uvjetno rečeno, političke tvrdnje kojima se poziva na akciju i djelovanje, a kojima nedostaje preliminarne argumentacije i potpore. Primjerice u tvrdnji „Treba se okomiti (fr. *s'attaquer*) na sve udruge koje su zapravo paravan: paravan salafista, paravan Muslimanskog bratstva.“ nije jasno što točno „okomiti se“ znači – znači li to zatvoriti udruge, ako da prema kojim kriterijima, da li prema izvorima financiranja, zatim, tko bi to provodio i postoji li uopće opravdana sumnja da su muslimanske udruge izvori terorističkog djelovanja. Općenito govoreći, argumentacija Marine Le Pen obiluje emotivnim i evaluativnim elementima, apstraktnim pojmovima i onima obilježenim simboličkim i višestrukim značenjem. Govorni iskazi većinski su utemeljeni na emotivnoj, heurističkoj paradigmi populističkog diskursa, dok fine argumentacije utemeljene na *logosu* i očitostima nedostaje za vrijeme trajanja cijele debate. Le Pen koristi svaku priliku kako bi *ad hominem* argumentima napala Macronov *etos* u svim najvažnijim segmentima *etosa*: njegovu vjerodostojnost, kompetentnost, iskrenost, vrline i ozbiljnost. Cjelokupna strategija, dakle, bila je usredotočena na oslabljivanje položaja protivnika koja nije bila na razini protivnikovih sposobnosti, dok su gledatelji mogli vrlo malo saznati o njezinom planu i programu što se, u kombinaciji, pokazalo kobnim za njezine rezultate glasanja. Primjerice, za žestokog protivnika islamističkog fundamentalizma i borca protiv terorizma, imigracije i Europske unije kakvim se prezentira, što bi trebale biti jake i razrađene točke njezine argumentacije, Le Pen se prilično slabo snalazi u direktnim razmjenama s Macronom koji se tiču tih tema te nudi šturu, nerazrađene odgovore:

Macron: „Gospođo Le Pen, suprotstavili ste se svim reformama koje je EU predložila u pogledu borbe protiv terorizma. Svim! Ali osim toga ne predlažete ništa.

Le Pen: To je promašaj, ne služi ničemu.

Macron: Kako ćete ponovno uspostaviti granice? Postavit ćete stražare na svaku granicu?

Le Pen: Carinike.

(...)

Le Pen: Postavit ćemo carinike koji će nadzirati naše granice i naše aerodrome.

Macron: Svaka čast carinicima, poznajem ih, rade izvanredno svoj posao. Ali nisu osposobljeni za borbu protiv terorista, to nije njihovo zanimanje.

Le Pen: Ali neće se boriti protiv terorista, zaustavljat će ih.

Macron: Neće ih zaustavljati jer teroristi komuniciraju putem interneta, jer će se koristiti druga sredstva. To je toliko nerealno.

U gore navedenom primjeru argumentacija je nedostatna za tvrdnju „treba ponovno uspostaviti granice“ te je praktično zaključivanje na osnovu kojeg se izvodi nepotpuno jer ne pokazuje niti dokazuje na koji način i u kojoj mjeri carinici mogu utjecati na zadani cilj, sprečavanje borbe protiv terorizma, odnosno, na zaustavljanje terorista u prelasku granice te također ne zahvaća onu skupinu terorista koji su rođeni i žive u Francuskoj.

Druga važna razmjena u kojoj je Le Pen iznosila nejasnu argumentaciju bila je vezana uz temu eura. Le Pen smatra da Francuska treba izaći iz Europske unije te ponovno uspostaviti nacionalnu valutu za što, dakako, mogu postojati sasvim opravdani razlozi, međutim argumentiranje protiv *statusa quo* obično zahtijeva vrlo dobro razrađenu strukturu tvrdnji, potpora, kopči, te nadasve primjera i podataka koji potvrđuju potrebu za mijenjanjem trenutnog stanja. Le Pen se u tom ekonomskom području pokazala nedovoljno pripremljenom u usporedbi sa stručnošću njezinog protivnika. Primjerice, Le Pen je tvrdila da se treba napustiti euro, ponovno uvesti franak, s kojim će se služiti državljani Francuske i mala i srednja poduzeća dok će euro koristiti centralne banke i velike kompanije, po uzoru na ECU. Međutim, ECU nikada nije bio fizička valuta, te je služio kao obračunska jedinica, takozvana košarica valuta kojom se pokušavalo ponderirati i balansirati

vrijednost valute prije nego što je uspostavljen euro. Osim toga, Le Pen nije uspjela objasniti kako spriječiti destabilizaciju franka koja bi uslijedila, te gubitak nastao uslijed konverzije koji bi snosili gospodarstvenici koji uvoze ili izvoze sirovine u susjedne zemlje, a na Macronovo pitanje bi li se francuski državni dug plaćao u eurima ili u franku nije odgovorila. Glavno uporište njezine argumentacije jest da je euro „valuta bankara“, odnosno da to nije nacionalna valuta: „To je razlog zbog kojeg se trebamo otrgnuti od te valute. Znam da će je cijeli sustav braniti, gospodine Macron, jer imaju od toga financijske koristi“. Suočena s Macronovim napadom vezanim uz tržišno-robnu razmjenu između zemalja, Le Pen izjavljuje da će „svaka država imati svoju valutu“, jer „namjerava to ispregovarati“, međutim ostaje potpuno nejasno kako može u svom mandatu, i uopće, postići da 19 zemalja eurozone istovremeno odbaci euro. Takva argumentacija, slaba u svom *logosu*, umanjila je njezin racionalni *etos*, *etos* stručnosti, tim više što je protivnik imao čvrste i razrađene odgovore. Ipak, Le Pen je predstavila i neke efektne napade koji bi joj, da su bili uspješniji, mogli osigurati prednost barem u tom segmentu što bi značajno umanjili vjerodostojnost suparnika, čime bi zadobila naklonost, ne onih koji su za njezin program, jer ga gotovo i nije bilo, već onih koji su „protiv“ Macrona.

Struktura uvodne riječi

Već u uvodnoj riječi Le Pen je započela raspravu u izrazito agresivnom tonu, vrlo jasno ističući razlike između nje i njena suparnika. Osnovna misao kojom započinje uvodnu riječ i argumentaciju jest: „politički odabir koji će Francuzi morati donijeti je očit“, za čiju potporu navodi loše strane kandidata Emmanuela Macrona, i pozitivne vrijednosti koje ona zagovara. Pritom je izostavljena implicitna tvrdnja/zaključak²⁰ „glasači trebaju glasati za Marine Le Pen“ (1). Iako implicitna, tvrdnja-zaključak (1) nameće se kroz razloge koje Marine Le Pen navodi u uvodnoj riječi, a koji bi slušateljima-glasačima trebali biti dostatni temelj da racionalnim putem prihvate implicitni poziv na djelovanje „treba glasati za Marine Le Pen“. Dakle, odabrali Marine Le Pen znači donijeti zdravorazumsku odluku, koju bi svatko s uvidom u iste navedene razloge mogao (morao) donijeti. Sadržajno gledajući, razlozi koje Marine Le Pen navodi mogu se organizirati oko dvije implicitne vrijednosne tvrdnje „Emanuel Macron je loš kandidat“ (A) i „Marine Le Pen je dobar kandidat“ (B), a koje se strukturno izmjenjuju u A-B-A redosljedu. Na taj je način Le Pen htjela uspostaviti, kako to Perelman i Olbrechts-Tyteca nazivaju, *strukturu*

²⁰ Tvrdnja ili teza treba biti jedna izjavna, stilski neobojena rečenica koja je branjiva, netrivialna i zanimljiva publici.

realnosti (eng. *establishing the structure of reality*) u kojoj postoji jasna granica poželjnog ponašanja *modela* (Marine Le Pen) i nepoželjnog ponašanja *anti-modela* (Emmanuel Macron). Strukturno gledano, njezin argument je kompleksan te se sastoji od implicitne tvrdnje „Glasači ne smiju glasati za Emmanuela Macrona“, prvog argumenta čiji je implicitni zaključak „Emmanuel Macron je loš kandidat“, te drugog argumenta na implicitnu tvrdnju „Glasači moraju glasati za Marine Le Pen“ čiji je implicitni zaključak „Marine Le Pen je dobar kandidat“²¹. Kada bismo morali shematski prikazati argument prema Toulminovom modelu rekonstruirali bismo ga na sljedeći način: 1) tvrdnja „Glasači ne smiju glasati za EM“, temelj „EM je loš kandidat“, kopča „loš kandidat ne smije biti predsjednik“; 2) tvrdnja „Glasači trebaju glasati za MLP“, temelj „MLP je dobar kandidat“, te kopča temeljena na toposu „predsjednikom treba postati dobar kandidat“. Ako pogledamo strukturno, uvjerljivost argumenta ponajviše može ovisiti o tome koliko je publici prihvatljiv temelj. Ukoliko publika smatra temelj prihvatljivim, a koji bi trebao biti činjenicom ukoliko je dobro argumentiran, prijelaz s tvrdnje na zaključak bit će uspješno izveden. U ovom slučaju, publika treba prihvatiti niz emotivnih, vrijednosno obilježenih pojmova pribjegavanjem kojima se udaljava od racionalnog i logičkog obrazlaganja argumentacije, odnosno publici se nudi prečac, heuristički mehanizam dovođenja do brzog zaključka poticanjem na subliminalne osjećaje straha i neprijateljstva. Takav efekt postiže se korištenjem pozitivnih ili negativno nabijenih epiteta koji pobliže opisuju takozvane *loaded terms*, odnosno riječi višestrukog značenja koje pretežito upućuju na izazivanje emocija. Primjerice, kad govori o vrijednostima za koje se zalaže Macron navodi odreda negativno određene pojmove: *divlja globalizacija, uberizacija, prekarni rad, socijalna neosjetljivost, rat svijetu protiv svih, gospodarska devastacija, komadanje Francuske na korist velikih ekonomskih interesa*. Naravno, u dijelu argumenta u kojem ističe svoje pozitivne vrline odabrani pojmovi upućuju na osjećaje nacionalne povezanosti, ponosa i topline, zajedništva: *kandidatkinja naroda, kandidatkinja Francuske kakvu volimo, njezine kulture, njezine civilizacije, njezinog jedinstva, kandidatkinja naroda koja štiti, štiti radna mjesta, sigurnost naših ljudi, naših granica, štiti od nelojalne strane konkurencije i jačanja islamističkog fundamentalizma*.

Napadi na etos – ad hominem argumenti

Kao što je bilo i očekivano na temelju značajnosti *etosa* u političkom diskursu, argumentacijska strategija Marine Le Pen usredotočena je, gotovo u potpunosti, na oslabljivanje

²¹ Za cjelovitu strukturu argumenta vidi sliku 1

etosa Emmanuela Macrona. Napadi na *etos* usmjereni su prvenstveno na oslabljivanje preddiskurzivnog *etosa*, preciznije *etosa* kredibiliteta, ukazivanjem na neiskrenost, pristranost, nekompetentnost i nedosljednost, a argumentacijski su se pojavljivali najviše kao argument krivnje po povezanosti (eng. *guilt by association*), situacijski *ad hominem* (eng. *circumstantial*), argument nedosljednosti (eng. *argument from inconsistent commitment*), argument trovanje izvora (eng. *poisoning the well*) te *ad personam* (eng. *abusive ad hominem*). Kad je riječ o *pogreškama* iz skupine *ad hominem* neki neformalni logičari (Walton, Bowell, Copi) također svrstavaju u pogreške irelevantnosti, jer se koriste kao strategija privlačenja pozornosti na govornikov *etos*, umjesto iznošenja argumentacije o pravoj temi rasprave. Ta je strategija konzistentna u argumentaciji Le Pen, te ne postoji pitanje na koje je Le Pen odgovorila, a da nije iskoristila priliku da upotrijebi neki od *ad hominem* argumenata, ponajviše situacijski *ad hominem* i argument iz nedosljednosti. U nastavku ćemo ponuditi po jedan primjer za svaku navedenu skupinu argumentacijskih pogrešaka koje smo odabrali kao reprezentativne primjere za prikaz argumentacijskih pogrešaka.

Premda razni autori na različite načine dijele *ad hominem* argumente (Kišiček, 2010), ono što im je zajedničko jest da govornik koji koristi napad a) ne napada izneseno stajalište ili argumentaciju sugovornika, b) pokušava poduprijeti ili ojačati vlastitu poziciju, c) čini to na način da diskreditira suprotnu stranu u diskusiji, d) čini to na način da prikaže drugu stranu nedostojnom povjerenja (van Eemeren, 2003: 177). Walton (2000: 103) navodi da su se *ad hominem* argumenti u predizbornim kampanjama pokazali tako učinkoviti da, čak i kada ih osuđuju, političari ih ne prestaju koristiti. Ti se argumenti čuvaju u rezervi, kao posljednje oružje kojem se pribjegava ako kandidat osjeća da loše kotira na predizbornim anketama, doživljavajući *ad hominem* kao zadnju slamku spasa za izvući pobjedu. Osim toga, Charaudeau (2005, prema Baider, 2019) navodi da političari svoj kredibilitet i legitimitet uspostavljaju prvenstveno kroz verbalne konfrontacije i način na koji iskazuju svoj, suprotni, stav, te da se to najčešće postiže upravo napadanjem protivnikovog kredibiliteta i legitimiteta, ključnih kvaliteta dobrog *lideršipa*.

Ukazivanje na neiskrenost i pristranost

Le Pen se ne libi već u uvodnoj riječi izravno i odrješito napasti Macronov *etos* koristeći se figurom *enumeratio* za oblikovanje argumenta *trovanje izvora* kojeg izvodi na osnovu teze da bivši predsjednik Hollande stoji iza svega što Macron radi čime ocrtava Macrona kao

nesamostalnog kandidata, političku marionetu koja govori ono što mu se kaže čime se uvodi element sumnje u ispravnost njegovih misli, namjera i djela: „Ja sam neizmjereno sretna zbog načina na koji se odvija drugi krug, jer je odluka koju će Francuzi morati donijeti vrlo očita. Mr. Macron je kandidat divlje globalizacije, uberizacije, prekarnog rada, socijalne neosjetljivosti, rata svijetu protiv svih, gospodarske devastacije, posebice naših velikih tvrtki, komadanja Francuske na korist velikih ekonomskih interesa, te europske nadnacionalne politike, a sve konce povlači g. Hollande, što je toliko očito, da ne može biti očitije.“ Netom poslije također navodi da Macron „[nije uveo] ekonomski nacionalizam, to [ga] užasava, jer [je] okorjeli europeist.“, da bi ga dalje u raspravi pokušala diskreditirati navodeći da „porez na stanovanje koji smanjujete s jedne strane, zapravo nadoknađujete s druge. Ali, pošto ste socijalist, reći ćete nam da to ne košta ništa, to će platiti država.,, Argument *trovanje izvora* podvrsta je argumenta *pristranosti* (eng. *bias*) kojim se sugerira da je pristranost sugovornika toliko fiksirana, jaka, da mu se nikada ne može povjerovati na riječ jer njegovi argumenti nisu utemeljeni na nezavisnim, objektivnim, dokazima, već na njegovom osobnom priklanjaju tom određenom stajalištu (Walton, 1998: 47). Tom se strategijom taktički pokušava onemogućiti pravedna rasprava već na samom početku i eliminirati uopće mogućnost da se sa sugovornikom razgovara prema pravilima kritičke diskusije i kooperativnog principa dijaloga. Walton (2006) navodi da se na taj način pokušava ušutkati protivnika, tako da on ni ne može iznijeti argumente o problemima o kojima su pristali raspravljati u konfrontacijskoj fazi kritičke diskusije. Međutim, postoji još jedan razlog zbog kojeg Le Pen inzistira na utiskivanju povezanosti između Macrona i bivšeg predsjednika Hollande u svijest glasača, kojeg spominje čak 13 puta tijekom debate; naime, predsjednik Hollande je tijekom svoje vladavine napravio niz kritičnih pogrešaka, kako u ekonomskom, tako i u državničkom vođenju zemlje (Clift, McDaniel, 2017) te je čak, zbog vrlo lošeg političkog rejtinga, bio jedini francuski predsjednik koji nije pokušao obnoviti mandat. Dakle, ako uspije pokazati da je Macron nasljednik, štoviše, suradnik g. Hollande, Le Pen bi mogla na osnovu nepopularnosti prethodnog predsjednika oslabjeti Macronov kredibilitet. Primjerice, u jednom trenutku izravno tvrdi „Vi ste nasljednik François Hollande.“ te „Odstupili ste s vlasti kako biste mogli pripremiti kandidaturu, kako biste pripremili teren i naveli Francuze da vam povjeruju da ste, upravo tako, nov čovjek. Iako ste, zapravo, kandidat kojeg su odabrali socijalisti i sistem koji se trudi opstati.“ Perelman i Olbrechts-Tyteca nazvali su takve argumentativne poteze kojima se pokušava uspostaviti poveznica između tvrdnji i/ili ljudi asocijacijom, dok se disocijacija odnosi na poništavanje ili redefiniranje poveznica između tvrdnji i/ili ljudi.

U skladu s prethodno navedenim, Le Pen se u svojim napadima također koristi i argumentacijskom shemom krivnje po povezanosti (eng. *guilt by association*). Argument krivnje po povezanosti Wheelwright, zatim Toulmin, Rieke, Janik (1979, prema Walton, 2016: 56) smatraju podvrstom argumenta *ad hominem* te ga definiraju kao pokušaj odbacivanja tvrdnje pozivanjem na povezanost između govornika i diskreditirane skupine ljudi. Kopča koja obično povezuje tvrdnju i temelj jest da navedena skupina ljudi uvijek ima pristrana razmišljanja o tvrdnji o kojoj se raspravlja, te će stoga i osoba koja govori imati pristrana razmišljanja. Primjerice: „Ne radi se tu o darežljivosti, gospodine Macron, ja vraćam novac Francuzima. To je njihov novac, to zaboravljate. To nije vaš novac, nije ga stvorila vlada u kojoj ste sudjelovali.“, zatim „Vi ste u poziciji namještenog kandidata, kandidata kojeg je odabrao čitav niz ljudi, stoga biste ipak trebali biti malo manje arogantni prije izbora.“ te „To što je mirovinski sustav danas u problemima nije krivica Francuza, to je vaša krivica. To je krivica sustava koji vas podržava, gospodine Macron. Onoga koji je na vlasti već godinama, koji je uveo taj ekonomski model koji imamo, koji je doveo do masovne nezaposlenosti, jer je najbolji način kako spasiti mirovinski sustav, otvoriti nova radna mjesta., i „Dok se ja zalažem za potpuno davanje prednosti MSP-ima. (...) *Vi još jednom olakšavate život velikim korporacijama*. To je normalno, *to su vam prijatelji*. Oni s kojima pijete vino u restoranu Rotonde²².“ Jedan vrlo važan napad bio je usmjeren na podršku koju je Macron dobio od Saveza islamskih organizacija u Francuskoj, a kojeg je Le Pen izvela u maniri *straw man* argumenta, kako bi poduprla činjeničnu tvrdnju da Macron „pokazuje afinitet prema islamskom fundamentalizmu“ te da on „neće izbaciti ideologiju fundamentalističkog islamizma jer im je podčinjen“: „Trebalo se sukobiti i s drugima koje vas podržavaju, gospodine Macron, recimo sa SIOF-om. SIOF je Savez *islamističkih* organizacija u Francuskoj. [Ne.] to je savez *islamističkih* udruga u Francuskoj, to je zapravo udruga islamista koja brani islamski fundamentalizam, podržava gospodina Macrona, i koja na sva svoja okupljanja, razumijete li, na sva svoja okupljanja, poziva ljude koji šire mržnju protiv Židova, mržnju protiv homoseksualaca, protiv nevjernika, ljude koji sustavno održavaju takve govore mržnje. Gospodin Hani Ramadan, koji podržava kamenovanje žena, i on vas je podržao.“ Na osnovu Macronove prošlosti, njegovog preddiskurzivnog etosa te populističkih toposa o političkom establišmentu kojemu je pripadao, bankarskim elitama i privatnim interesima, Le Pen podupire stav da se Macronu ne treba vjerovati, čime je svaki njegov budući iskaz unaprijed oslabljen, te je na njemu

²² Poznati francuski restoran, okupljalište umjetnika. Marine Le Pen vrlo vjerojatno aludira na događaj koji su mediji i javne osobe smatrale « komunikacijskim gafom » u Macronovoj kampanji. Naime, nakon pobjede u prvom krugu izbora, Macron je proslavio odlazak u drugi krug, što su mnogi doživjeli kao proslavu konačne pobjede nad Nacionalnom frontom i osudili kao neodgovoran i nedostojanstven potez. <https://www.parismatch.com/Actu/Politique/Apres-les-resultats-Emmanuel-Macron-retrouve-ses-soutiens-a-la-Rotonde-1239860>

teret dokazivanja, odnosno pobijanja njezinih tvrdnji kako bi zadobio vjerodostojnost nad svojim iskazima, a time i pred publikom, odnosno glasačima.

Treći način na koji Le Pen pokušava srušiti Macronov *etos* kredibiliteta je korištenjem argumenta pristranosti (*argument from bias*): „Vidjeli smo da je u programu gospodina Macrona navedeno subvencioniranje i to posebice za slučajeve hipertenzije. Pitali smo se, ali zašto baš hipertenzije? Da bismo naknadno saznali da je, zapravo, njegov savjetnik bio jedan od najvećih lobista laboratorija Servier i da je upravo Servier veliki laboratorij čija je primarna djelatnost borba protiv hipertenzije.“ Za razliku od drugih argumenata u napadu, koji su često neprecizni, odviše općeniti, tipično populistički, te kojima su kopče upitne jakosti, ovdje je zadan vrlo konkretan udarac koji ozbiljno ugrožava Macronov kredibilitet jer donosi argumentaciju koja više nije nekakvo općenito nagađanje, već snažno upućuje na osobne interese i pristranost. Macron na taj napad nije odgovorio. Navedeni argument odredili smo kao argument pristranosti slijedeći i Waltonovu podjelu *ad hominem* argumenata. Premda je vrlo sličan argumentu krivnje po povezanosti, u argumentu krivnje po povezanosti sugovorniku se pripisuju stajališta koja nije izrekao, dok se argument pristranosti odnosi na izneseno stajalište (u ovom slučaju politički program u kojem se nalazi plan subvencioniranja hipertenzije).

Ukazivanje na nekompetentnost i nedosljednost

Jedna od podvrsti etosa kredibiliteta jest i etos kompetencije koji se stječe iskustvom i pokazanom stručnošću u određenoj domeni. Za mladog političara teže je pokazati kompetentnost upravo iz razloga što mu nedostaju iskustvo i rezultati, a još mu je teže ukoliko je karijeru započeo lošim rezultatima. Le Pen se u napadima na Macrona ciljano usredotočila na rezultate koje je pokazao kao savjetnik predsjednika Hollandea i kao njegov ministar, što se ponajprije odnosi na zadane predizborne političke ciljeve, primjerice, pad nezaposlenosti, rasprodaju nacionalnih poduzeća, smanjenje javnog duga. Politički rezultati su važni jer su oni posljedica procesa donošenja odluka (eng. *decision-making*), koji se temelji na racionalnoj prosudbi (eng. *judgment*) u uvjetima kada postoji više izbora. Kao što ćemo vidjeti u sljedećim primjerima, Le Pen sugerira da, ukoliko su rezultati loši, oni mogu biti ili posljedica loše prosudbe, čime suparnik postaje nekompetentan, ili posljedica odlučivanja prema pristranosti, čime suparnik postaje korumpiran. Djelovanje različitih kompleksnih ekonomskih faktora i hijerarhije u odlučivanju nije uzeto u obzir. Le Pen iznosi vrlo efektan argument u obliku kompleksnog hipotetskog pitanja: „Četiri godine ste bili ekonomski savjetnik gospodina Hollandea, zatim dvije godine ministar. Ako već imate recept za smanjivanje nezaposlenosti (1), kako to da ga niste ponudili Hollandeu (2)? A ukoliko nemate takvog rješenja (3), jer su vaši

tadašnji rezultati bili, što se nezaposlenosti tiče, izuzetno loši (4), (...) zašto se onda kandidirate za predsjednika Republike?“ Naime, postavljanje pitanja u političkim raspravama nema uobičajenu funkciju, onu dobivanja objašnjenja za nešto što je nejasno, već uglavnom u svojoj strukturi sadrži tvrdnje, obaveze (eng. *commitment*) i teret dokazivanja. Walton (2006) navodi da sva pitanja sadrže pretpostavke, primjerice, pitanje „Kada Harvey odlazi za New York?“ sadrži pretpostavku „Harvey odlazi u New York“, te su i ispitivač i ispitanik obvezani (eng. *committed*) prema pretpostavci da Harvey odlazi u New York. Međutim, u ovom pitanju riječ je o nešto kompleksnijoj strukturi. Naime, implicitna pretpostavka temeljena je na lažnoj dilemi „ili imate rješenje, ili ga nemate“ iz čega proizlazi prvo retoričko pitanje koncipirano pomoću *modus tollens* sheme²³: ako imate rješenje, zašto ga nismo vidjeli na djelu, te drugo retoričko pitanje, također koncipirano pomoću *modus tollens* sheme²⁴: ako nemate rješenje, zašto se kandidirate za predsjednika? *Modus tollens* argumentacijska shema glasi: „Ako *p*, onda *q*. Ne-*p*, dakle, ne-*q*.“ Prvo pitanje sadrži pretpostavku: da je imao rješenje, Macron bi, prema savjetničkoj dužnosti koju je obnašao, bio moralno i poslovno obavezan ponuditi ga tadašnjem predsjedniku. Da je Hollande smatrao rješenje uspješnim, primijenio bi ga i rezultati bi bili dobri, odnosno, da je rješenje toliko dobro, Hollande ne bi dvojio implementirati ga. Drugo pitanje odnosi se na Macronov mandat u vladi: da je imao rješenje dok je bio na vlasti, imao bi dobre rezultate. Rezultati nisu dobri. Stoga se, u ovoj pojednostavljenoj argumentacijskoj liniji, sugerira zaključak polazeći od datosti da „rezultati nisu dobri“ da Macron ili nije imao rješenje ili nije imao dovoljno dobro rješenje što u oba slučaja dovodi u pitanje njegove kompetencije. Pretpostavka da je imao rješenje a *nije* ga predstavio Hollandeu ukazivala bi na sumnjive namjere i spletkarenje. Pitanja koja ostaju otvorena su: na koje rezultate misli Le Pen, jer prema pokazateljima dostupnim na internetu u drugom kvartalu 2016. godine zabilježen je pad nezaposlenosti. Također, krivulja pokazuje tendenciju kontinuiranog općeg porasta nezaposlenosti u razdoblju od 2008. do 2016. godine kada je prvi put zabilježen pad nezaposlenosti u odnosu na isti period prethodne godine. Dakle, nedostaje *logos* u argumentaciji, precizne reference i objašnjenje uzročno-posljedičnih veza između Macronovih mjera i rezultata. Zatim, kolika je zaista bila Macronova moć utjecaja s obzirom na funkcije koje je obnašao? Naime, Macronov politički i gospodarski svjetonazor je poprilično progresivistički u usporedbi s naglašeno socijalističkom kulturom Francuske. To se posebice odnosi na, primjerice,

²³ Ako *P*, onda *Q*. Ne-*p*, ne-*q*. Da imate rješenje, Hollande bi ga iskoristio. Hollande ga nije iskoristio, dakle, nemate rješenje.

²⁴ Da imate rješenje, imali biste dobre rezultate. Niste imali dobre rezultate, dakle, nemate rješenje.

njegov prijedlog zakona o rastu, aktivnosti i jednakim gospodarskim mogućnostima, koji se kolokvijalno i u medijima nazivao „Macronov zakon“ (fr. *la loi Macron*). U tom prijedlogu zakona Macron je pokušao povećati broj radnih nedjelja na 12 u godini dana (u Francuskoj nije bilo dopušteno raditi više od 4 nedjelje godišnje), liberalizirati prijevoz (Francuska nije poznavala usluge autoprijevoznika poput Flixbusa), pojednostaviti proces izdavanja vozačke dozvole (prosjeck čekanja na izdavanje vozačke dozvole iznosio je 90 dana, Macron je htio prepoloviti tu brojku), liberalizirati zapošljavanje u upravnoj djelatnosti, itd. Iako može djelovati začudno da bi ovakav zakon uzrokovao revolt koji je na kraju uzrokovao, u kontekstu Francuske republike on je naišao na snažno neodobravanje, posebice Socijalističke partije, te najprije nije bio izglasan u Narodnoj skupštini²⁵ (fr. *Assemblée nationale*), već je bilo potrebno pribjeći članku 40, točki 3 Ustava Francuske Republike kako bi bio uspješno implementiran. Stoga smatramo da opravdano postavljamo pitanje: kolika je zaista bila Macronova moć utjecaja? Koliko je zaista imao „odriješene ruke“ kao što Le Pen navodi u nastavku argumenta, i može li se pred njega postaviti pitanje s takvim implicitnim tvrdnjama. Drugim riječima, pitanje je formulirano tako da se pred Macrona se postavlja ozbiljna dilema – ili će, uvjetno rečeno, pristati na to da ima „recept“ kako poboljšati državnu ekonomiju, i biti prisiljen objasniti kako to da ga nije proveo u djelo u vrijeme obnašanja funkcije predsjedničkog savjetnika i ministra u vladi predsjednika Hollandea, ili će priznati da nema „recept“ i time dovesti u pitanje opravdanost vlastite kandidature. Doista, pitanje može djelovati veoma efektno i politički legitimno: zašto bismo vam trebali vjerovati ako niste pomogli državi onda kada ste mogli? Međutim, kao što smo pokušali pokazati, time se riskira pretjerano simplificiranje donošenja odluka u sustavu političke hijerarhije i uopće kompleksnost svih faktora koji utječu na izradu i provedbu određenog ekonomskog plana, te se, također, namjerno zanemaruje činjenica da je Macron bio na ministarskoj poziciji tek dvije godine, a s koje je odstupio upravo zbog, kako tvrdi, zbog neslaganja s predsjednikom Hollandeom. U svakom slučaju već sama strateška prednost iznošenja napada je u tome što bilo kakav pokušaj odgovora na postavljeni napad, u okvirima vremenske ograničenosti, može djelovati kao pokušaj opravdanja i oslabjeti poziciju napadnutog kandidata²⁶ što ovo pitanje čini retorički efektom. Na kompleksno

²⁵ Narodna skupština je donji dom Francuskog parlamenta u političkoj organizaciji Pete Francuske Republike. Glavna zadaća Narodne skupštine je rasprava o spornim ili novim zakonima čiji se zaključci nakon prihvatanja šalju Francuskom senatu, koji ili prihvaća ili odbija prijedlog.

²⁶ Prema funkcionalističkoj teoriji koju je iznio William L. Benoit obrana od napada ima tri ključna nedostatka : 1) kandidat koji se brani djeluje pasivno umjesto proaktivno, 2) napadi su uglavnom fokusirani na protivnikove slabosti,

pitanje nadovezuje se i vrijednosna tvrdnja „imali ste odriješene ruke za provesti vašu politiku, a ta je politika bila katastrofalna“ za koju iznosi argument nedosljednosti (eng. *argument from inconsistent commitment*) čime ukazuje na Macronovu kompetentnost i dovodi u pitanje vjerodostojnost glede planiranih mjera pojednostavljenja administracije te restrukturiranja programa za mala i srednja poduzeća: „kredit za konkurentnost i zapošljavanje dodijelili ste velikim grupacijama. Mikro, mala i srednja poduzeća (...) prema njima ste se ponijeli kao da ne postoje. Jer ste odbili ukinuti Direktivu o upućivanju radnika zbog čega danas 300 000 do 500 000 radnih mjesta nije dostupno našim ljudima. Niste smanjili namete za mikropoduzeća, mala i srednja poduzeća. Niste uveli odgode plaćanja za mikropoduzeća, mala i srednja poduzeća, niste uveli jedinstveni šalter, niste pojednostavili administraciju, niste uveli ekonomski nacionalizam (...). Sve što daje prednost domaćim poduzećima u poslovima javne nabave, vi ste protiv toga, jer se trebamo pokoriti. Vi predstavljate Francusku koja se pokorava zahtjevima Europske unije, nelojalnoj stranoj konkurenciji. Niste pomogli poljoprivrednicima u borbi protiv te strane nelojalne konkurencije, kao niti industrijalcima. Ah, da, zapravo jeste, određenom broju velikih poduzeća, ispričavam se. To su ona koja ste prodali velikim američkim grupacijama, na štetu nacionalnog interesa. To su Alstom, Technip, ali i cijeli niz drugih poduzeća koja su imala iste probleme s bivšom bankom u kojoj ste radili, naročito po pitanju konflikta interesa. Dakle, vidite, vi ne posjedujete narodni duh. Vi ne mislite na više nacionalne interese. Vi branite, i to ću vam uvijek zamjerati, privatne interese. Mislim da su Francuzi postali toga svjesni. Problem je što se ispod površine nalazi krah, krah vaše politike: tu je Whirpool, tu su poduzeća koja sele proizvodnju. Zatim, i to nije nekakva anegdota, gospodine Macron, tu su poduzeća koja ste vi prodali, primjerice, francuski telekom SFR koji ste prodali svom prijatelju, g. Drahiju, vlasniku televizijske postaje BFM, što je prouzročilo gubitak od 6 000 radnih mjesta.“. Ovaj argument mogao je biti izuzetno uspješan jer je Le Pen navela niz primjera koji podupiru njezinu vrijednosnu tvrdnju, međutim, u tim primjerima ukomponirane su i dvije činjenične tvrdnje: „Kredit za konkurentnost i zapošljavanje dodijelili ste velikim grupacijama“ i, parafrazirano, „prodali ste nacionalna poduzeća Alstom i Technip velikim američkim grupacijama“. Macron je osporio te tvrdnje, te je posebice adresirao rasprodaju nacionalnih poduzeća, što je bio jedan od važnijih momenata u debati, u kojima je Le Pen pokazala nepripremljenost i/ili nerazumijevanje. Ako povučemo analogiju s Karl Popper natjecateljskom debatom, o kojoj ćemo nešto više reći u metodičkom dijelu rada, pravila nalažu da negacijska (suprotna) strana odnosi debatu ako uspije pokazati da je barem jedan od argumenata ne dovodi do kriterija, odnosno tvrdnje. Ne uspjevši dokazati dvije činjenične tvrdnje zbog jakih protuargumenata protivničke strane, njezin argument doveden je u

stoga obrane često udaljavaju protivnika od prvotne linije govora i uvode ga u digresije, 3) da bi mogao odbaciti napad, kandidat ga mora prepoznati. Samim time što je izjavu prepoznao kao napad može razotkriti gledateljima svoje slabosti ili ih podsjetiti na neke postojeće (Benoit i sur., 2007: 33).

sumnju, te umjesto da joj donese argumentativnu prednost, njezin napad dovodi je u oslabljenu poziciju.

U daljnjem nastavku debate Le Pen čak i priznaje da je Macron, uvjetno rečeno, kompetentan, tj. da on „zna kako prodati“, no smatra da je problem taj što on zna *rasprodati*, i to „na uštrb nacionalnih interesa“. Time je, u maniri koncesije, postignut dvojak efekt: dok s jedne strane priznaje da Macron vrlo dobro barata ekonomskim vještinama, što je u skladu sa slikom pristranog hladnokrvnog bankara na kojoj inzistira, s druge strane sugerira da je on u političkom smislu nekompetentan jer za vrijeme trajanja mandata nije pomogao državnoj ekonomiji, odnosno djelovao je u interesu velikih financijskih sila. Štoviše, na drugom mjestu u debati Le Pen iznosi podatak da je Macron „napravi[o] 300 milijardi dugova tijekom [svog] mandata“ te da je sudjelovao u vladi koja je uvela „trideset i pet milijardi dodatnih poreza i nameta“, međutim ne navodi izvore za te podatke, vrlo vjerojatno jer su opće poznati iz medijskih izvora. Na te napade Macron joj, prilično uspješno, pokušava objasniti, u maniri disocijacije, da može snositi odgovornost za određene rezultate, ali ne i za sve probleme protekle vlade i socijalista koje mu Le Pen pokušava pripisati te da su određeni ugovori o prodaju državnih poduzeća već bili dogovoreni kad je on stupio u vladu.

Spomenut ćemo ovdje još dva primjera upotrebe kompleksnog pitanja od kojih se jedno odnosi na izravno dovođenje u pitanje vjerodostojnosti sugovornika, dok je drugo usredotočeno na nedosljednost. Naime, Le Pen u jednom trenutku postavlja pitanje: „jeste li svjesni da niste vjerodostojni po tom pitanju. Jeste li svjesni toga ili niste?“. To pitanje sadrži tvrdnju „Niste vjerodostojni u tom pogledu“, koja je uobličena u pitanje koje iziskuje „da“ ili „ne“ odgovor čime se sugovornika dovodi u neugodnu situaciju, a to je da, ukoliko ne prepozna skrivenu tvrdnju, riskira prihvatiti odgovornost za nešto s čime se (vjerojatno) ne slaže. Primjerice, kada bi Macron odgovorio na to pitanje potvrdnim odgovorom dobili bismo sljedeću formulaciju „da, svjestan sam da nisam vjerodostojan“, dok bi u slučaju negativnog odgovora formulacija glasila „ne, nisam svjestan da nisam vjerodostojan“. U oba slučaja sugovornik riskira kompromitirati svoj položaj prihvaćanjem činjenične tvrdnje na kojoj je pitanje zasnovano. U jednakoj maniri kompleksnog pitanja formuliran je i sljedeći argument: „gospodine Macron, oprostite, ali govorite o prevenciji. Nije li vas zasmetalo u zakonu El Khomri uništavanje zdravstvene prevencije na radnom mjestu?“ Kompleksno pitanje ovdje podrazumijeva činjeničnu tvrdnju „zakon El Khomri uništava zdravstvenu prevenciju na radnom mjestu“. Odgovarajući pozitivnim odgovorom „da, zasmetalo me što zakon El Khomri uništava

zdravstvenu prevenciju na radnom mjestu“ ili negativnim odgovorom „ne, nije me zasmetalo što zakon El Khomri uništava zdravstvenu prevenciju na radnom mjestu“, formulacija „zakon El Khomri uništava prevenciju na radnom mjestu“ prestaje biti činjeničnom tvrdnjom i postaje činjenicom za oba sugovornika.

Osim ukazivanja na nekompetentnost, Le Pen napada Macrona na osnovu nedosljednosti koristeći kombiniranu shemu situacijskog *ad hominema* i krivnje po povezanosti: [Le Pen]: „Kad smo vas pitali primete li donacije od SIOF-a odgovorili ste: „da, i to mi ne predstavlja problem“ (...) „Hassan Iquioussen, osnivač Mladih muslimana Francuske (...) okarakterizirao je Židove kao škrtice i lihvare te „u samom vrhu izdaje i zločina“ (...) Od takvih ljudi vi primete potporu?“ [Macron]: „Gospođo Le Pen, najprije, ova debata pruža mi jedno veliko zadovoljstvo, a to je moći slušati vas kako držite govore suosjećanja s homoseksualcima i Židovima. To mi je naprosto nevjerovatno i ponosan sam jer sam ih ja uvijek štutio“ [Le Pen]: „Štitili tako što podržavate SIOF?“ [Macron]: „Ne podržavam SIOF.“ (...) [Le Pen]: „Ali prihvatili ste potporu SIOF-a.“ (...) „I u jednoj emisiji ste izjavili „prihvaćam potporu SIOF“. Prema Waltonu (2006: 287), situacijski *ad hominem* sastoji se od lančane argumentacije koja se temelji na kombinaciji argumenta nedosljednosti i izravnog *ad hominema* koji zajedno impliciraju upitnu iskrenost sugovornika, te dovode do zaključka da, budući da sugovornik nije iskren, ne može biti ni vjerodostojan.

Ukazivanje na manjak ozbiljnosti, lideršipa, vrline

Kao što smo već napomenuli, pri razmatranju govornikova *etos*a možemo uzeti u obzir njegovu vjerodostojnost, njegove kompetencije, ali i psihološke osobine. U hijerarhiji vrijednosti nekog pojedinca poslovni uspjesi mladog političara koji se nadaje državnikom ne moraju biti dovoljnim razlogom da mu ustupi svoj glas, ukoliko ne pokaže da je osoba od povjerenja, iskrenosti i časti. Le Pen napada i taj element Macronova *etos*a pripisujući mu nedostatak moralnih kvaliteta, iskrenosti i poštenja, čime mu pokušava oslabiti *etos* vrline: „Dovoljne su četiri godine kad ste bili savjetnik i ministar. Započet ćemo s time. Znae, preuzeti odgovornost za svoje rezultate pred Francuzima, to znači biti iskren i pošten.“ Naime, tijekom debate Le Pen opetovano poziva Macrona na preuzimanje odgovornosti za neuspješnu politiku prošle vlade kako bi dokazala svoj stav: da je Macron pristran, samim time politički nekompetentan te mu se ne može vjerovati. Sljedeći napad je formuliran kao vrijednosna tvrdnja potpomognuta kontrastnim, psihološkim primjerima čime se ukazuje na Macronove karakterne osobine, njegovu neiskrenost, prijetvornost i pristranost: „Imali smo priliku vidjeti istinskog Macrona u drugom krugu: uljudnost se pretvorila u zajedljivost, marketinšku strategiju preuzela je mašinerija Socijalističke partije, a izučeni osmijeh pretvorio se u kiselu grimasu; voljeno dijete sustava i elita zapravo je skinulo svoju masku.“ Osim političkog konteksta iz kojeg Macron dolazi, njegove povezanosti s

predsjednikom Hollandeom i Socijalističkom partijom, Le Pen ističe i bankarski milje u kojem je radio, te tome shodno, i njegovu naklonost za velike korporacije i njihove financijske interese. Na taj način, Le Pen ne samo da oslabljuje Macronov kredibilitet već, prezentirajući informacije kao da ih *razotkriva*, u klasično populističkoj maniri ona gradi sliku o sebi kao zaštitnici potlačenih radnika i malog čovjeka, naspram klasno nedodirljivog Macrona koji ih ne može razumjeti poradi privilegiranog društvenog statusa koji zauzima. Na to se nadovezuje i pokušaj prikazivanja Macrona kao beskičmenjaka, osobe bez stvarnog autoriteta, koja slijepo slijedi naredbe odozgora – „*Vi neprestano savijate kičmu pred Njemačkom, pred Sindikatom sudaca, pred SIOF-om, europeistima, financijskim silama, bankama. Kandidat bez kičme.*“ te ide toliko daleko da u jednom, retorički efektom, iskazu navodi: „Ne, reći ću vam što će se dogoditi, gospodine Macron. Bilo kako bilo, Francusku će voditi žena – to ću biti ili ja, ili gospođa Merkel. To je činjenica.“ Efektivnost navedene izjave, koju, doduše, Macron posprdno naziva „smiješnom formulacijom“, leži u konstrukciji misli izraženoj u obliku dileme. Na taj način Le Pen, gotovo slikovito, implicira visoku razinu poslušnosti Macrona prema njemačkoj kancelarki Angeli Merkel, te tako poručuje glasačima da glasati za Macrona zapravo znači glasati za Angelu Merkel, odnosno strani intervencionizam.

Kao jednu od slabijih točki argumentacije izdvojili bismo i argument *ad personam* kojeg bismo okarakterizirali neuljudnim, slijedeći pritom Kienpointera, u smislu da pokazuje nepoštovanje, antipatiju i kompetitivnost. Naime, Le Pen, smatrajući kako joj Macron pokušava docirati, izjavljuje: „Htjeli biste da se igramo profesora i učenika, ali mene to previše ne zanima, znate.“ Mogli bismo reći kako je ovo ogledni primjer sve težine identificiranja, analize i interpretacije argumentacije te potrebe za kontekstom i maksimalnim vrednovanjem, odnosno ovdje možemo posvjedočiti potrebi za sljubljanjem dvaju argumentacijskih pravaca: neformalno-logičkog i retoričkog. Smatramo da su dvije stvari upitne: 1) može li se taj napad promatrati kao tvrdnju, ili argument, 2) možemo li tu tvrdnju, ili argument, promatrati kao argumentacijsku pogrešku. Spornim nalazimo radi li se ovdje uopće o tvrdnji jer je jedan od kriterija koji smo uzeli da bi iskaz bio tvrdnjom i *stilska neoboječnost*. Izraz „igrati se profesora i učenika“ metaforički je izraz kojim se zamjenjuje značenje „docirati“, „predavati“, „podučavati“. Usudili bismo se reći kako je, bez obzira na metaforičnost, ovaj izraz poprilično jednoznačno određen, te je njegova interpretacija neupitna u kolektivnoj svijesti i kontekstu rasprave. Uzimajući u obzir širi kontekst rasprave, smatramo da jest riječ o tvrdnji jer ima argumentacijsku funkciju u vidu diskreditiranja prethodno izrečenih protivnikovih argumenata i prikazivanja Macrona kao

osobe koja se obraća s visoka, pretjerano docirajući, što mu se kao osobina pripisivalo i u francuskim medijima. Da se radi o bilo kojem drugom kandidatu, ova bi tvrdnja/argument vrlo vjerojatno upućivala samo na to: da je razvidno iz protivnikovog ponašanja da se postavlja patronizirajuće, ili čak *mansplaining*, te bi imala slabu do gotovo nikakvu argumentacijsku ili retoričku snagu. Međutim, u kontekstu Emmanuela Macrona moramo uzeti u obzir dodatnu informaciju, a to je da je Emmanuel Macron oženio svoju 24 godine stariju profesoricu, što daje za pravo posumnjati na to da Le Pen prilično podrugljivo aludira na Macronov privatni život i afinitete. S obzirom na takav kontekst smatramo kako je ovdje riječ o neuljudnom *ad personam* argumentu, odnosno argumentacijskoj pogrešci koja nije prikladna za civiliziranu raspravu te je riječ o čistoj diverziji koja ne doprinosi rasvjetljavanju političkih planova i programa već ima za cilj skrenuti pozornost na nečiji privatni život i izazvati negativne emocije kod sugovornika, te kod publike implicirati određene, potpuno nerelevantne zaključke.

Također, Le Pen nije propustila priliku da podsjeti javnost na Macronove gafove prema osjetljivim društvenim skupinama koji su izazvali lavinu kritika: „ [Ja sve blatim?] Mislite radnike tvornice Louis Gad koje ste nazvali nepismenima²⁷? Nezaposlene – kojima ste rekli da kupe odijela²⁸? Stanovnike sjevera – koje ste nazvali alkoholičarima²⁹? Harkije i povratnike – koje ste oslovili kriminalcima? Onih devet milijuna mojih glasača i glasača Nicolasa Dupont-Aignana – koje ste neprestano pokušavali oblatiti tijekom ovog drugog kruga?“ Mišljenja smo da je ovo poentiranje bilo jedno od retorički važnijih trenutaka u debati jer, premda su neke riječi izvučene iz konteksta u maniri *straw man* argumenta, poput toga da je Macron nazvao stanovnike sjevera alkoholičarima, ipak se radi o neoporecivim pogreškama koje su izazvale oštru kritiku francuske javnosti. Također, retoričkom efektu doprinosi figura *enumeratio* u kombinaciji s *anaforam* kojom se Le Pen često služi, u ovom slučaju nizanje

²⁷ <https://www.europe1.fr/economie/Macron-et-les-illettres-de-Gad-une-polemique-et-un-vrai-sujet-677004>

Spornu izjavu prenosimo u cijelosti: „Među poduzećima na mojem stolu nalazi se i poduzeće Gad. U toj klaonici većinski rade žene, a mnoge od njih su nepismene ! Govori im se da nemaju više budućnosti u klaonici i da moraju naći posao u mjestima udaljenim i 60 km ! Te žene nemaju ni vozačku dozvolu! Što ćemo im reći ? Da treba platiti 1500 eura i sjediti kući godinu dana ? Eto, to su primjeri reformi svakodnevice, kojima se potiče mobilnost i djelatnost!”

²⁸ <https://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/2016/05/27/25001-20160527ARTFIG00392-emmanuel-macron-le-meilleur-moyen-de-se-payer-un-costard-c-est-de-travailler.php>

Spornu izjavu prenosimo u cijelosti: „Nećete me zastrašiti vašom majicom. Najbolji način kako si priuštiti odijelo je početi raditi.”

²⁹ https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/16/tabagisme-et-alcoolisme-dans-le-nord-emmanuel-macron-dit-plutot-vrai_5063517_4355770.html

Spornu izjavu prenosimo u cijelosti: „Na ovom rudarskom području slabije se skrbi o zdravlju – visok je udio uživatelja duhanskih proizvoda i alkohola, a očekivani životni vijek je smanjen, sve je niži u odnosu na nacionalni prosjek. (...) Potrebno je hitno riješiti te probleme kako bi poboljšali kvalitetu života tamošnjih stanovnika.“

propusta u obliku pitanja koja sva započinju na isti način: najprije navodeći objekt, zatim pripisanu izjavu.

Le Pen se često služi i perceptivnom evaluacijom Macronovih neverbalnih i ekstralingvističkih znakova i to kako bi ukazala slušateljima na njegovo trenutačno stanje i uznemirenost uzrokovanu neugodnim pitanjima ili optužbama: „jako ste se uzrujali“, „jeste li dobro? Ajde, popijte malo vode, bit će vam bolje“, „čini se da vam nije baš ugodno“, „znam da ste razdraženi“, „smirite se, nije tako strašno“. Na taj način, odajući dojam kako ona uspijeva ostati „hladne glave“, Le Pen gradi svoj *etos* ozbiljnosti, dok istovremeno oslabljuje Macronov. *Etos* ozbiljnosti odnosi se na stalno karakter, dostojanstveno ponašanje i suzdržavanje od uznemirenosti i impulzivnih, neželjenih reakcija.

Ostale argumentacijske pogreške

Ostale najučestalije pogreške koje su se pojavljivale u iskazima Marine Le Pen su pogreške relevantnosti *straw man* i *red herring* te pogrešno korištenje emocijama.

Straw man

Straw man argument je jedna od najučestalijih argumentacijskih pogrešaka. Ono što je čini primamljivom i uvjerljivom jest sam način na koji se oblikuje: govornik preuzme citate ili stajališta protivnika te ih distorzira, prilagodi na način da sebi olakša napad, a protivnika dovede u slabiju poziciju, iako to nisu njegova stvarna stajališta. Walton i Macagno (2017) kategoriziraju ovu pogrešku u pogrešku interpretacije te je definiraju kao „napad ili odbacivanje stajališta koje govornik pripisuje svom protivniku, a koje ne odgovara protivnikovom stvarnom stajalištu, već distorziranoj (ili krivo predstavljenoj) verziji tog stajališta“. Budući da političari vrlo pomno bdiju nad izjavama svojih rivala, ne čudi da se ta pogreška najčešće javlja pri pogrešnom citiranju, napadima utemeljenim na netočnim citatima i optužbama za pogrešno citiranje. Navođenje citata u argumentativnom činu služi kao podsjetnik suprotne strane (ili publike) na prethodno iznesena stajališta sugovornika, time i obveze dosljednosti (eng. *commitment*). Istovremeno, onaj koji iznosi citat u tom trenutku biva izuzet od vlastitih dijalektičkih obveza, a teret dokazivanja je na citiranoj osobi koja mora ponuditi objašnjenja za svoje navode. Dvije su osnovne namjene citata u argumentaciji: strategija koja jača govornikove tvrdnje ili argumente, te strategija koja oslabljuje/pobija protivnika kojeg se citira. Osnovni elementi koji čine *straw man* argument su: 1) distorzija – odnosno, pogrešno pripisivanje obveza dosljednosti (eng. *commitments*); 2) cilj

distorzije – obveze dosljednosti pripisuju se sudioniku s ciljem postizanja određenog argumentativnog cilja, od kojih su najčešći metadijaloški i dijaloški. *Metadijaloški cilj* se odnosi na napade na osobu kojima se želi diskreditirati citiranu osobu ili na način da se oslabi njegova stručnost i vjerodostojnost, ili da se istaknu veće kvalitete govornika koji citira. Uglavnom se napadi mogu svesti na dvije veće kategorije: direktni napadi na temelju obveza dosljednosti (citirana osoba je loša osoba jer je rekao *p*) ili indirektni napade, primjerice viktimizacija (citirana osoba je loša osoba jer se loše ponašao prema meni). *Dijaloški cilj* odnosi se na napade na argumente ili tvrdnje sugovornika koje su iznesene u tijeku dijaloga (a koje su stvarne ili izmišljene) kako bi ih se odbacilo, i ojačalo suprotne. Nekoliko je taktika napada: 1) korištenje argumenata citirane osobe kako bi se izravno ojačala vlastita pozicija: sugovornikova pozicija se distorzira tako da njezina neprihvatljivost postaje očita, a u takvom obliku postaje pogodna za potporu željenog zaključka; 2) zaključak je distorziran i može ga se lako pobiti kontraargumentom ili kritikom; 3) oslabljivač – govornik distorzira implicitnu premisu ili pretpostavku sugovornikovog argumenta kako bi pokazao da cijeli argument, ili tvrdnja/zaključak, nije valjan ili razuman. Taktike kojima se govornik koristi mogu biti poduprte emotivnim apelima, i najčešće se koriste u metadijaloškim napadima, i to ponajviše mržnja, iskušenje i posramljenosti. U sljedećem primjeru Marine Le Pen je iskoristila *straw man* argument i to ponajviše s metadijaloškim ciljem, odnosno s ciljem direktnog napada na protivnika, protukandidata Emmanuela Macrona na način da mu je pokušavala pripisati obveze dosljednosti (eng. *commitments*) citirajući njegove rečenice izvan konteksta ili displasirano.

Le Pen: Prije, prije nego što počine napad, gospodine. Dakle, ukidanje dvojnog državljanstva i momentalno izbacivanje. Eto, i već smo se riješili određenog broja ljudi i naši policajci i žandarmerija mogu nastaviti pratiti ograničen broj preostalih. Jer, gospodine Macron, ostaviti na našem teritoriju 11 000 osumnjičenih za islamistički fundamentalizam... jedanaest tisuća! I to je također rezime vaše vlade, to je prava sramota. Dan nakon napada rekli ste: „Ne mogu izmisliti antiteroristički plan preko noći.“ Dakle, vi se natječete na predsjedničku poziciju bez razrađenog, ozbiljnog i koherentnog plana?“

Macron: Ali gospođo, ja ga imam. Ne želim upasti u vaše zamke... (...)

Macron: Govorite o svom planu i programu, ne pričajte gluposti o mojem. Imam plan i program, jednostavno ne reagiram na događaje isto kao i vi.

Le Pen: Ne, vi nemate plan i program. Ne samo da nemate plan i program nego čak pokazujete afinitet prema islamističkom fundamentalizmu. To je možda ključni problem.

U navedenom primjeru Marine Le Pen izolira jednu rečenicu iz intervjuja Emmanuela Macrona

održanog 21.4.2017 za RTL France, a koja je izrečena u sljedećem kontekstu: RTL: Dakle, neće se napraviti ništa više od onoga što se dosad radilo. Nisam vidjela ništa po pitanju osumnjičenih za sigurnost države u vašem programu.

Macron jer se ne bavim demagogijom. Vidite, kad bih iskoristio trenutačno stanje, to bi bila demagogija. Ne mogu izmisliti antiteroristički plan preko noći. To je neodgovorno. To žele oni koji nas blate, to je panika, to je navođenje na mijenjanje programa iz dana u dan, sukladno okolnostima. To je podjela između nas. To što žele, jest da zaustavimo predsjedničku kampanju.

Dakle, Marine Le Pen u samom iznošenju citata ispravno prenosi originalni citat, pa čak i smisao, preispitujući kako to da ne postoji plan za tako važno sigurnosno pitanje za Francusku Republiku (a koja je u toj godini bila pogođena s 3 značajna teroristička napada). Naime, doista može djelovati čudno da u takvom kontekstu narušene građanske sigurnosti kandidat na predsjedničku poziciju ne predstavlja mjere povećanja sigurnosti i antiteroristički program. Međutim, pogrešno zaključivanje izneseno je u tvrdnji da Emmanuel Macron „pokazuje afinitet prema islamističkom fundamentalizmu“. Tu se svakako radi o *straw man* argumentu, o zaključku koji nije relevantan, činjeničnoj tvrdnji koja je izrazito sporna i problematična jer ne proizlazi iz premisa. Da bi taj zaključak stajao, morali bismo najprije prihvatiti implicitnu premisu da „svaki kandidat na predsjedničku poziciju koji nema antiteroristički plan pokazuje sklonost prema islamističkom fundamentalizmu“. Međutim, koliko god možda primamljivo zvučala ova premissa, to nije čvrsta kopča koja čini argument stabilnim. Naime, možda kandidat na predsjedničku poziciju želi zadržati postojeće stanje, možda je riječ o taktičkoj političkoj igri u kojoj se kandidat ne želi zamjeriti određenom glasačkom tijelu (pretjerano liberalne mjere osudilo bi desno glasačko tijelo, strože mjere naišle bi na otpor etničkih skupina, a nijedno ni drugo nije u skladu s politikom centra koja karakterizira Macrona), a možda doista o prostoj nepripremljenosti. U svakom slučaju, radi se o vrlo ozbiljnoj optužbi jer, pokazivati afinitet za islamistički fundamentalizam, što to znači? To znači ili sabotiranje, nesprečavanje terorističkih aktivnosti na teritoriju zemlje, ili aktivno podupiranje terorističkih aktivnosti na teritoriju zemlje. Kako bi se takva teška optužba dokazala nije dostatno, a niti prihvatljivo iznijeti optužbu na osnovu jednog argumenta manjkavog plana i programa. Također, ukoliko se uzme u obzir debata u cijelosti, pa i navedeni intervju, razvidno je da je Emmanuel Macron u svojim stavovima doista suzdržan, međutim nikako bez ideje o antiterorističkim problemima i solucijama. Njegovi navodi uglavnom i jesu odmjereni, što prati čitavu njegovu kampanju kad je riječ o društvenim temama od visokog javnog interesa i za koje je

karakteristična jaka podjela mišljenja. Ipak, za populističkog kandidata poput Marine Le Pen takvo ponašanje je previše popustljivo, nedovoljno čvrsto, beskičmeno, te ni ne čudi da je u tom paradigmatomskom pogledu Marine Le Pen doista uvjerena kako protukandidat na predsjedničku poziciju potiče islamistički fundamentalizam.

Red herring

Argument *dimljeni sled* (eng. *red herring*) Tindale (2007) u svojoj podjeli argumentacijskih pogrešaka svrstava u pogreške diverzije zajedno s argumentom *straw man* i argumentom *irelevantni zaključak*. Ono što čini ovu pogrešku uvjerljivom jest, ponekad jedva primjetno, skretanje sa stvarne teme rasprave o kojoj govornik možda ne želi iznijeti mišljenje, na temu koja mu je lakše branjiva. Tindale (2007: 32) navodi: „za razliku od argumenta *straw man*, argumentom *dimljeni sled* ne distorzira se protivnikovo stajalište već je riječ o uvođenju nove teme, koja se udaljava od prave teme rasprave.“ Kako bi se ispravno odredilo je li riječ o argumentacijskoj pogrešci, Tindale sugerira da je potrebno ustanoviti je li uistinu jasno koja je prava tema o kojoj se raspravlja i je li se govornik čiji se argument analizira pokušao vratiti na tu temu. Ponekad može biti vrlo teško odrediti argument kao pogrešku *dimljeni sled* jer je prijelaz na drugu temu vrlo suptilan, te zahtijeva pomnu analizu vođenu Griceovim *načelom milosrđa*. U primjeru koji ćemo navesti moderator postavlja pitanje kandidatima o planiranim izmjenama starosne dobi za odlazak u mirovinu. Pritom Le Pen navodi kako planira provesti izmjenu starosne dobi za odlazak u mirovinu do kraja mandata, pri čemu Macron intervenira, napominjući kako je prethodno u javnosti tvrdila da će ih provesti čim stupi na vlast, na što Le Pen odgovara: „Reći ću vam vrlo jasno, što prije to bolje. Jer, ideja da se Francuze neprestano traži neka žrtva, da im se drže predavanja i okrivljuje ih se, to je vaša specijalnost. To što naš mirovinski sustav ne funkcionira, to je zbog njih, jer ne rade dovoljno dugo, jer ne rade dovoljno. Taj fenomen prebacivanja krivnje je neprestano prisutan, u svakoj prilici. Ako su pak nezaposleni, gospodine Macron, vi im kažete: „to je vaša greška, jer ne prihvaćate ponude koje vam se nude“. I zato biste vi ukinuli, to jest, ograničili naknadu za nezaposlene pod izgovorom da će dobiti dvije ponude za posao. Gdje – ne znamo, za što – ne znamo, možda negdje 200 ili 300 km daleko.“ U nastavku Macron iznosi zamolbu da Le Pen iznese svoj plan i program na što Le Pen nastavlja: „Dakle, ako je mirovinski sustav trenutno u velikoj krizi, to nije krivnja Francuza, nego vaša krivica. To je krivica sustava koji vas podržava, gospodine Macron. Upravo onaj sustav koji je na snazi već godinama, kojim se uveo ekonomski model koji je pokrenuo masovnu nezaposlenost jer je jedini i najbolji način spašavanja mirovinskog sustava pronalaženje posla. Umirovljenje u 60-oj godini s 40 godina radnog staža predstavlja 17 milijardi eura troškova. Smanjenje nezaposlenosti za 3% donosi 25 milijardi prihoda za državu. Samo što to vi niste mogli sprovesti, zbog vašeg ekonomskog modela koji je podupire

divlju globalizaciju, otvaranje granica, tržišnu borbu svih protiv svijeta, što je, naravno, potaknulo masovnu nezaposlenost kojoj danas svjedočimo. Treba raskinuti s tim modelom, izraditi planove za dokidanje globalizacije i oboružati se protiv nje. Također, uz pomoć našeg vezivnog tkiva, malih i srednjih poduzeća, omogućiti nova zaposlenja, smanjiti nezaposlenost i spasiti mirovinski sustav međugeneracijskom solidarnosti za koju smo svi vezani. Ja znam koji je vaš prijedlog, napraviti jedinstveni sustav. Već se dugo o tome šuška u ultraliberalnim krugovima, zapravo je riječ o općem smanjenju mirovina.“ Vodeći se Tindaelovim kriterijima, ustanovili smo da u navedenom primjeru Le Pen pribjegava pogrešci *dimljeni sled* jer se ne nudi obrazlaganje argumenata koji podupiru tvrdnju da Francuzi trebaju ići u mirovinu sa 60 godina i 40 godina radnog staža već se izvodi manevar, uvodi se potpuno nova tema u maniri *ad misericordiam* argumenta, odnosno argumenta *samilosti*³⁰, u kombinaciji s napadom na protivničkog kandidata. Naime, Le Pen pokušava utjecati na emocije publike time što potiče na osjećaj nepravde koja im je nanesena, osjećaj da su zakinuti i izmučeni, te da je za to posebice kriv protivnički kandidat. Međutim, taj argument, osim što je gotovo irelevantan, te iako može imati jak retorički efekt jer upućuje na heurističko zaključivanje, ne nosi jaku argumentacijsku snagu jer ne objašnjava konkretne prednosti njezinog programa. Štoviše, da takav argument doista ne detektira konkretno postavljen zahtjev za odlaskom u mirovinu sa 60 godina te da je argumentacijski slab, vidimo i po tome što bi ga jednako mogli zamisliti i u tvrdnji da se u mirovinu treba otići sa 40 godina i 20 godina staža ili bilo kojim drugim godinama koje bismo mogli zamisliti.

Emotivni argumenti

Hiperbola, metafora, upotreba emotivnih i polisemičnih pridjeva, priloga, te drugih emotivnih riječi, elementi su pomoću kojih Le Pen gradi emotivne argumente. Emotivne riječi su one koje imaju moć u upravljanju stavovima (Stevenson, 1944, prema Macagno, Walton, 2019), one se odnose na dio stvarnosti, ali istovremeno imaju tendenciju poticati na buduće djelovanje (Stevenson, 1938, prema Macagno, Walton, 2019) i navesti slušatelja na promjenu na način da izmijene njegov sustav interesa (Stevenson, 1944, prema Macagno, Walton, 2019). Osnovna sposobnost emotivnih riječi je da dirnu slušatelja, adresiraju (njegov) sustav vrijednosti, impliciraju određene vrijednosne sudove koji uzrokuju fizičku i psihičku reakciju koja ih može potaknuti na djelovanje. Pinto i Macagno zauzimaju kognitivistički pristup emocijama te ih dovode u izravnu vezu s vrijednosnim sudovima i uvjerenjima (Pinto, 2011). Kako bismo osjetili emociju,

³⁰ Argument *ad misericordiam* odnosi se na isticanje okolnosti koje u određenoj mjeri imaju utjecaj ili na govornika ili na neku treću osobu (publiku) a koji mogu izazvati sažaljenje kod publike na način da se publika dovede do zaključka koji inače ne bi lako prihvatila. (Tindale, 2007: 113)

najprije moramo vrednovati stanje u kojem se nalazimo. Nussbaum (2001, prema Pinto, 2011: 6) je to objasnila na sljedeći način: „Da bih osjetila strah... Najprije moram vjerovati da će se nešto loše dogoditi, što nije trivijalno, već zaista loše, nad čime nemam kontrolu.“ Time preduvjet za osjećaj straha postaju uvjerenja koja uključuju vrijednosne *sudove* odnosno sadržaj oblikovan u propozicije koje izražavaju jedno, ili više povezanih, uvjerenja. Isto tako, da bismo bili tužni ili ljubomorni, moramo nešto vrednovati kao gubitak, da bismo bili iznevjereni moramo nešto vrednovati kao povredu povjerenja. Na tom tragu, emocije imaju najbolji učinak na motivaciju za djelovanje – pod utjecajem emocija ljudi brzaju sa zaključcima, donose generalizacije na osnovu pojedinačnih generalizacija, mogu pokazivati pristranost u zaključivanju (Frijda, Mesquita, 2000 Macagno, 2013: 6). Negativne emocije su izrazito jake, posebice strah koji je evolucijski imao važnu ulogu u preživljavanju; one stvaraju nelagodu i ometaju normalno funkcioniranje, te ih se čovjek želi riješiti, obično bez previše odgode, praktičnom eliminacijom uzročnika nelagode. Kad se Le Pen koristi emotivnim riječima prije svega to je kako bi izazvala osjećaj straha, nesigurnosti, nepovjerenja, nezadovoljstva i ljutnje: (govoreći o islamističkom fundamentalizmu) „A vi ste se radije odlučili zadržati financijsku potporu nego preuzeti rizik i najstrože osuditi takve političke struje, koje su vrlo ozbiljne struje, koje siju smrt po našoj zemlji, koje su počinile višestruke napade protiv kojih ništa ozbiljno nije bilo poduzeto do dana današnjeg (...)“, „dakle, velika opasnost za nas danas je, gospodine Macron, podčinjavanje EU“, „pravna popustljivost uzrokuje eksploziju nesigurnosti, svakodnevne nesigurnosti, što predstavlja nepodnošljivi teret ne samo za gradove, već i za sela“, „policajci se sustavno napada, gađa zapaljivim sredstvima, pokušava ih se ubiti“, „Neravnoteža u odnosima između Njemačke i Francuske je, zapravo, suštinski uzrok rata. Kada su odnosi u balansu, kada svaka strana brani svoje interese, kada nismo podčinjeni, poslušni sljedbenici njemačkih zahtjeva, tada je sve u redu. Do rata je došlo zbog podčinjenosti, gospodine Macron, znate, ove koju vi pokušavate ponovno uspostaviti, jer ste vi Francuska koja se podčinjava Njemačkoj, i to je izuzetno opasno.“ Kada se služi pozitivnim emotivnim riječima, poziva se na osjećaje nacionalnog ponosa, sigurnosti, zajedništva i suosjećanja: „Ja sam kandidatkinja naroda, kandidatkinja Francuske takve kakvu je volimo, njezine kulture, njezine civilizacije, njezinog jedinstva. Ja sam kandidatkinja naroda koja štiti naša radna mjesta, koja štiti sigurnost naših ljudi, naših granica, koja nas štiti od nelojalne strane konkurencije i porasta fundamentalističkog islamizma“. Međutim, problem kod njenog izražavanja pozitivnih emotivnih argumenata, koje je daleko manjeg opsega od negativnih emotivnih argumenata, jest što, ako se prisjetimo Gilberta (2004), oni ne zvuče *istinito* kad uzmemo u obzir i njezin preddiskurzivni etos. Naime, iako kaže da se zalaže za „sve ljude“ koje naziva isključivo imenicom *compatriotes* (doslovan prijevod bio bi *sunarodnjaci*; zanimljivo je da ih Macron naziva isključivo imenicom *concitoyens*, odnosno *sugrađani*), u svojim medijskim

obraćanjima pokazuje tendenciju marginaliziranja i/ili isključivanja određenih društvenih skupina, ponajviše imigranata, zatim homoseksualaca, te muslimana. U tom smislu teško je povjerovati da bi Le Pen „zaštitila sve“, više djeluje kao da bi zaštitila samo – odabrane.

Odabir riječi

Glavne odlike govornog stila Marine Le Pen su emotivnost i figurativnost (posebice hiperbola, metafora). Vokabular kojim se Marine Le Pen služila u debati možemo okarakterizirati kao jednostavan, kolokvijalan, emotivan i lišenim intelektualizma te binaran. S jedne strane, dok govori o sebi i narodu koristi riječi koji imaju pozitivne konotacije i pozitivne emocije („ja sam kandidatkinja naroda, kandidatkinja Francuske koju *volimo*“, „ja *branim* Francusku u svim okolnostima“. S druge strane, iskazi koje upućuje protivniku obilježeni su negativnim pojmovima i emocijama. Kada se koristi pridjevima, što čini tijekom cijele rasprave, oni su pretežito evaluativni, emotivni i psihološki, te u funkciji negativnog opisivanja protivnika ili njegove politike, primjerice: „divlja“ (globalizacija), „nelojalna“ (konkurencija), „cinično“ (ponašanje), „sramotna“ (argumentacija), „okorjeli“ (europeist), „hladnokrvni“ (bankar), „lešinarski“ (fondovi), zatim „vaši su rezultati tada bili iznimno loši“, „ta (Macronova) politika je bila katastrofalna“.

Ono što je također primijećeno jest i značajna upotreba priloga, posebice priloga *uostalom* (fr. *d'ailleurs*) *izuzetno* (fr. *extrêmement*), *očito*, *očigledno* (fr. *évidemment*), *doista* (fr. *effectivement*), *zapravo* (fr. *en fait, réellement*), *odmah* (fr. *immédiatement*), *apsolutno* (fr. *absolument*), *jasno* (fr. *clairement*), *precizno* (fr. *précisément, exactement*), *potpuno* (fr. *totalemment*), *naročito*, *osobito*, *posebice* (fr. *notamment*), *savršeno* (fr. *parfaitement*), *sistematično* (fr. *systématiquement*) : „*uostalom*, to je ono što su napravili na Cipru“, „moralizacija, poduke iz morala koje, *uostalom*, ne prestajete dijeliti“, „rezultati su bili *izuzetno* loši“, „vi ste ostali *izuzetno* nedorečeni“, „to se može uvesti na *izuzetno* jednostavan način“, „to će imati *izuzetno* loše posljedice“, „ja mislim da je to vrlo znakovito i *izuzetno* problematično“, „do rata je došlo zbog takve podčinjenosti, koju vi pokušavate ponovno uvesti, jer ste vi Francuska koja se podčinjava Njemačkoj i to je *izuzetno* opasno.“ „*očigledno* na štetu nacionalnih interesa“, „*očigledno* treba, *radikalno*, okrenuti leđa toj politici“, „privatnici će, *očigledno*, puno patiti zbog te mjere“, „*očigledno* treba zatvoriti salafističke džamije“, „to su stvari koje *očigledno* nisu dopustive“, „prometne kazne namiruju se od poštenih i hrabrih građana koje se *doista* dere po džepu“, „vi ste

zapravo manje stručni nego što se pokušavate prikazati“, „to je, *zapravo*, razlog zbog kojeg želite ukinuti nadoknadu za nezaposlenost“, „I, reći ću vam, mislim da u ovom svijetu koji se trenutno mijenja, gospodine Macron, u kojem se opredjeljuje za izbore koji su *posve* suprotni vašima, u svijetu u kojem se *zapravo* pokušava obraniti vlastitu nezavisnost“, „to je nešto što ću učiniti *odmah* po dolasku na vlast“, „to su mjere koje ću *odmah* uvesti za područje ekonomije“, „to je nešto što moramo *odmah* uvesti kako bi se zaustavila direktiva o upućivanju radnika jer ima teške posljedice na zaposlenost i stoga treba *odmah* donijeti tu odluku“, „ta su pitanja *apsolutno* bitna za odgovoriti“, „to je *apsolutno* najvažniji problem“, „I evo, to vam je plan koji će uspostaviti vlada, plan koji je *apsolutno* sveobuhvatan za borbu protiv delinkvencije i terorizma“, „ja nisam nikada, *apsolutno* nikada, u čitavom svom životu uvrijedila bilo koga na osnovu podrijetla ili religije“, „reći ću vam vrlo *jasno*“, To je zamijetila i Fabienne Baider (2019) koja je analizirala uporabu priloga kod Marine Le Pen u intervjuima i debatama te došla do zaključka kako je takav njezin diskurs osmišljen sa svrhom da djeluje „državnički“ (fr. *présidentiable*), odnosno da se predstavi kao karizmatičan, kompetentan i vjerodostojan političar. Baider (2019) navodi da funkcionalna gramatika i priložne rečenice pospješuju izgradnju argumenta kojim se želi navesti na alternativan ili poželjniji zaključak o stranci ili ojačati poziciju govornika u debati. Za prilog *izuzetno* (fr. *extrêmement*) navodi da je „u srži rečeničnog modaliteta i od središnje važnosti za argumentaciju (Biber i sur., 1999) jer omogućava vrednovanje ljudi i događaja te izražava stupanj obveze (eng. *commitment*) kroz više ili manje intenzivan epistemički ili afektivni stav (Aijmer, 2007)“. Modalni prilozi izražavaju vjerojatnost, opredijeljenost, polarizaciju, itd. te se koriste kao lingvistička sredstva koja pomažu političaru da predstavi publici očekivane vrijednosti te, istovremeno, da ospori vrijednosti protivnika. U svojoj analizi frekventnosti priloga u intervjuima i govorima Marine Le Pen, Baider (2019) je ustanovila da u spontanom govoru koristi gotovo dvaput više priloga nego u pripremljenim govorima. Najčešći prilozi bili su: *uostalom*, *potpuno*, *precizno*, *očigledno*, *doista*, *upravo*. U našoj analizi najfrekventniji prilozi su bili: *uostalom* (19 pojavljivanja), *očigledno* (14 pojavljivanja), *izuzetno* (12 pojavljivanja), *precizno* (11 pojavljivanja), *apsolutno* (9 pojavljivanja), *posebice* (8 pojavljivanja), *potpuno* (5 pojavljivanja). Priloge Le Pen koristi kako bi naglasila *autoritet* i *bliskost*, dvije glavne ideološke postavke populističkih stranaka (Baider, 2019). Prilog *uostalom* koristi se kao „kvalifikator tereta dokazivanja“ i to kao 1) dodatni element koji je strukturno odvojen i periferan glavnom konstituentu rečenice, 2) uvodi dodatnu informaciju koja nije izravno esencijalna za razumijevanje

suštinskog značenja onog što je izrečeno, 3) ta dodatna informacija nije ili se ne čini izravno esencijalnom za debatu no ima važnu ulogu u njezinoj strategiji. Baider zaključuje da priloge sa završetkom na *-ment* Le Pen koristi kako bi istaknula obvezu (eng. *commitment*) i vrednovanje iskazanog sadržaja. Prilog *precizno* koristi se kako bi se potaknulo publiku na aktivno slušanje objašnjenja ili dokaza argumenta koji slijedi, dok se prilog *očigledno* koristi kako bi se iznijeli zaključci koji možda nisu „očiti“ bez obzira na to što ih se takvima predstavlja, odnosno, ono što je zapravo hipoteza prezentira se kao očiti zaključak, a da se nije iznijela nikakva argumentacija koja bi poduprla taj zaključak – govornikova uvjerenja predstavljaju se kao gotove činjenice i poznate istine. Najčešće se *očigledno* koristi kako bi se uvela nova tema koja je vezana uz glavni argument, odnosno kako bi se glavni argument proširio. Takvo korištenje priloga upućuje slušatelja na prihvaćanje govornikovog izlaganja, primjerice: „Ta potpuna deregulacija, kolaps zakona o radu, to će biti, *očigledno*, politika prekarnosti, to neće stvoriti nova radna mjesta, to će stvoriti dodatnu nezaposlenost“ ili „Dakle ja imam, *očigledno*, što mi *uostalom* gospodin Macron često spočitava, *zaista izuzetno* važne mjere za kupovnu moć, za vraćanje novca Francuzima, koje se *naročito* odnose na smanjenje u visini od 10% za tri prva razreda poreza na dobit (...)“ Uz pomoć priloga, Le Pen intenzivira emotivni i vrijednosni sud te se lišava obveze tereta dokazivanja.

U pogledu figurativnosti naglašena je upotreba figura hiperbole radi naglašavanja emocionalnog stava i metafore: „Znaju da ono što ih ubija je politika kakvu vi provodite, politika neloyalne konkurencije (...) koja dopušta da veliki jedu male (...)“, „Posebice za sve one koji se pate zbog trenutnog stanja i koji žele povratak nacionalne valute jer ih euro ubija“, „Ja sam Europljanka, želim spasiti Europu, povrh svega istrgnuti je iz ruku Europske unije, koja je trenutno ubija.“, „Ja sam donijela svjetlo“.

5.2. Rezultati analize argumentacijskih obilježja u diskursu Emmanuela Macrona

Emmanuel Macron zauzeo je u određenoj mjeri potpuno drugu strategiju, stavivši naglasak najprije na *logos*, zatim *etos* te najzad *patos*. Glavne odlike njegove argumentacije su: 1) koncizna, informativna i sadržajna argumentacijska linija utemeljena pretežito na *logosu*, 2) napadi na *etos*, 3) identifikacija s publikom. Argumentacijska analiza nastupa Emmanuela Macrona pokazala je da se on služi ponajprije političkim tvrdnjama koje sadrže preliminarnu argumentaciju, iznošenje prijedloga te iznošenje argumenata koji podupiru njegov prijedlog, zatim vrijednosnim tvrdnjama, potom činjeničnim a od logičkih veza koristi se najviše dedukcijom i kauzalnošću. Njegovi argumenti poduprti su očitostima, posebice podacima, činjenicama, toposima i primjerima.

Primjerice, kada odgovara na napad o pristranoj prodaji Francuskog telekoma koji je Le Pen plasirala kako bi pokazala da ne mari za nacionalne interese već velike financijske interese, Macron iznosi dedukciju služeći se činjenicom i specifičnim toposom iz područja prava: „Francuski telekom bio je u vlasništvu privatne grupe koja se zove Vivendi. Mi smo u državi u kojoj se štiti privatno vlasništvo. Grupa Vivendi je prodala telekom, ne pričajte gluposti.“ Pozivanjem na taj specifični topos njegova argumentacija dobiva na jačini jer je utemeljena na ustavno zaštićenoj vrijednosti, vrijednosti privatnog vlasništva te, stoga, država u konačnici nije mogla imati odlučujući utjecaj na prodaju³¹.

Struktura uvodne riječi

Budući da je uvodnu riječ imao nakon Marine Le Pen, Macron je na njezine napade uzvratilo gotovo istom mjerom. Najprije je ukazao slušateljima da je Le Pen upravo pokazala kako „nije kandidatkinja profinjenog duha, koja bi bila spremna na pravednu i otvorenu demokratsku debatu“. Da bi zatim prešao u kontranapad, služeći se figurom toposa skromnosti (lat. *praeteritio*): „Ja ne namjeravam govoriti o tome da ste istinska nasljednica, ne bilo kojeg prezimena, bilo koje stranke, već stranke ekstremne francuske desnice, čitavog jednog sustava koji već godinama uspijeva na mržnji Francuza. Ne namjeravam govoriti o tome da vi čak branite to nasljedstvo, jer ste ga naslijedili preuzimanjem stranke, te da u ovoj državi već 40 godina gledamo dinastiju Le Pen kako se kandidira na predsjedničke izbore. Ne namjeravam, jer me to ne zanima.“ Potom je, na isti način kao i Le Pen, iskoristio koncept *modela* i *anti-modela*, tako što je najprije opisao njezinu politiku kao politiku „poraza“, u kojoj prevladava „gubitnički stav“, da bi, gotovo u maniri hvalospjeva, istaknuo časne i uzvišene vrijednosti Francuske Republike, njezinu važnost i jakost u svijetu, te zaključio kako upravo on može ostvariti te vrijednosti jer ima „pobjednički stav“ te da takva Francuska slični njemu i Francuzima, dok ona Marine Le Pen podrazumijeva posve druge vrijednosti. Strukturno gledajući, njegov uvodni argument sastojao se od dva elementa (A) diskreditiranje protivnika koji je *anti-model* i (B) afirmacija sebe kao *modela*. Za razliku od Marine Le Pen koja prilično jasno insinuirala koji bi trebao biti glasački odabir, Macron nastupa samouvjeren i ne upušta se u takve implikacije, barem ne već u uvodnoj riječi i na sugestivan način na koji to čini Le Pen. Slušatelji su prepušteni uzvišenim osjećajima, borbenosti i hrabrosti, optimizmu te osjećaju nacionalnog ponosa jer su dio države koja „je uvijek uspijevala u svijetu“, čiji se jezik „govori na svim kontinentima“, čija je snaga u tome što njezina povijest, njezina civilizacija „dopiru do svih krajeva svijeta“. Na taj način identificirajući pozitivne vrijednosti kao

³¹ Doduše, u Francuskoj je uporaba radiofrekvencijskog spektra zaštićena kao javno dobro, zbog čega je Vivendi u pregovore trebao uključiti i resorne ministre koji su imali ograničeni, ali ipak postojeći, utjecaj na prodaju.

zajedničke državi, narodu, i njemu kao kandidatu, Macron pokazuje ne samo da ih je svjestan, već da ta tri elementa čine zajedništvo, te se stvara opozicija *mi* (Macron, narod) i *vi* (Marine Le Pen) jer je njegova vizija Francuske „ona koja [Francuzima] sličī“, a ne ona Marine Le Pen.

Logos

U usporedbi s Marine Le Pen čija je strategija primarno usmjerena na oslabljivanje položaja protivnika, osobnim napadima, distorzijama ili diverzijama zbog čega je njezina argumentacija obilježena nedostatkom *logosa*, Macron se u svojim odgovorima usredotočivao pretežito na demonstraciju političkih tvrdnji pomoću logičkog obrazlaganja argumentacije. Primjerice, u jednom od najreprezentativnijih primjera njegove argumentacije, na pitanje o nezaposlenosti Macron najprije započinje s preliminarnom argumentacijom: „Problem Francuske zadnjih 30 godina je visoka stopa nezaposlenosti. Masovna nezaposlenost prati nas već 30 godina, jedina smo europska država koja to nije uspjela zaustaviti s 10% nezaposlenih, vrlo važnom stopom nezaposlenosti mladih.“ Preliminarnom argumentacijom (Fahnestock, 2004: 267) publiku se uvjerava u to da problem postoji, da stanje nije onakvo kakvo bi trebalo biti. Macron postavlja preliminarnu argumentaciju na način da konkretno identificira problem, njegovo trajanje, njegov značaj i ugroženu društvenu skupinu te ga smješta u širi kontekst drugih europskih država. Uvjerljivosti njegove preliminarne argumentacije doprinose podatci, odnosno statistika, koji su francuskom narodu lako dostupni, poznati, te ne zahtijevaju posebno navođenje izvora. Zatim iznosi političku tvrdnju, općeniti prijedlog koji odgovara na pitanje „što trebamo poduzeti?“, „Suočeni s time, trebamo omogućiti, i to naročito našim malim i srednjim poduzećima, stvaranje novih radnih mjesta, veću agilnost i bolju prilagodbu poslovnim ciklusima.“ U glavnom dijelu, koji strukturom podsjeća na elemente kompozicije govora prisutne u klasičnoj retorici, jer se sastoji od *kazivanja* (lat. *narratio*) i *dokazivanja* (lat. *argumentatio*), Macron navodi specifične prijedloge praćene potporama: „Iz tih razloga namjeravam pojednostaviti procedure. Najprije, tako što ću omogućiti toleranciju na pogrešku za sve dionike gospodarskog sustava, već od ovog ljeta. To je fundamentalna reforma – kad administrativna tijela provode kontrole ne trebaju odmah sankcionirati, već usmjeravati, najprije objasniti što treba popraviti. Obrtnici, trgovci, mali i srednji poduzetnici s time žive svaki dan. Upravo su oni ti koji su glavne žrtve kompleksnog sustava. Zatim, namjeravam ukinuti Sustav osiguranja za samozaposlene osobe, što je također ključno za rast i zapošljavanje. Te na kraju, želim da imamo radno pravo koje nije, kao danas, na svakom koraku, za svakoga, sve kategorije, sve sektore, propisano zakonom koji je postao previše rigidan, već takvo koje može uputiti na ugovore na razini poduzeća ili kolektivne ugovore na razini sektora. Što to točno znači? To znači da će se poduzeće koje može ispregovarati većinski sporazum s predstavnicima sindikata, čime mu se otvara prostor za reorganizaciju poslovanja, lakše suočiti s ekonomskim rizicima i konkurencijom. Tako su velika poduzeća u našoj državi sačuvala radna mjesta, jer su trenutno jedina koja

to mogu. Dakle, pragmatizam za mikro poduzeća, mala i srednja poduzeća i sva naša poduzeća koja se suočavaju s poslovnim ciklusima koji su sve kraći, i sve nepravilniji – to nam treba.“ Sadržaj *kazivanja* predstavljen je na način koji slušatelju omogućava strukturirano i jednostavno praćenje prijelaza s jedne na drugu misao: Macron nagovještava razdiobu sadržaja argumenta služeći se priložima: *najprije, zatim, te na kraju*. Kad govori o pregovaranju na razini sektora ili poduzeća, Macron pokazuje da vodi brigu o slušateljima jer prepoznaje da je taj dio argumenta potencijalno nejasan, ili kontroverzan, te, služeći se dijalogizmom (lat. *ratiocinatio*), iznosi pojašnjenje koje bi trebalo otkloniti sumnje. Napoljetku, iznosi zaključak (lat. *peroratio*) u kojem sumira glavnu misao argumenta.

Drugo obilježje njegovog razumskog obrazlaganja je korištenje retoričkih argumenata, entimema i zaključnog veznika *dakle* (70 ponavljanja). Kao što je već spomenuto, retorički argumenti utemeljeni su na onim premisama koje publika smatra prihvatljivim i uvjerljivim. Za Aristotela, entimem je retorička metoda dokazivanja, ekvivalent onom što je u demonstrativnoj argumentaciji silogizam. Entimem se često smatra „krnjim“ silogizmom, tj. silogizmom kojemu nedostaje neka od premisa. William L. Benoit (1987) navodi da je izostavljena premissa zapravo generalizacija koju „retor pretpostavlja u fazi invencije argumenta a publika prepoznaje u fazi izlaganja argumenta“. Primjerice: „Terorizam i terorističke prijetnje bit će mi glavni prioritet u narednim godinama, glavni. Želim biti predsjednik Francuske Republike, *dakle*, želim biti vrhovni vojni zapovjednik i odgovoran za sigurnost. *Dakle*, to će mi biti prioritet. Za to je potrebno osnaživanje policijskih resursa i, zapravo, djelovanje prije nego što se napadi uopće ne dogode. *Dakle*, po pitanju popisa osoba osumnjičenih za djelovanje protiv sigurnosti države, to su obavještajni dokumenti. U tom pogledu, ja sam zagovornik pooštavanja mjera, pri čemu podrazumijevam i uvođenje mjera kojima se može oduzeti sloboda kretanja evidentiranim osobama koje su povezane s džihadističkim aktivnostima. Ali, to svi stručnjaci kažu, to su obavještajni dokumenti, tkogod da susretne nekog džihadista može se naći na toj listi. *Dakle*, sve ih staviti u zatvor ili ih izbaciti izvan države ne bi imalo nikakvog smisla.“ U prvom dijelu iskaza Macron najprije iznosi zaključak „Terorizam i terorističke prijetnje bit će mi prioritet“, a zatim liniju zaključivanja koja polazi od toga da želi biti predsjednikom, što podrazumijeva obnašanje funkcije vrhovnog vojnog zapovjednika, što pak podrazumijeva brigu o sigurnosti građana. Završni dio argumenta počiva na izostavljenoj, mogućoj premisi koja se odnosi na široki kriterij prema kojemu se može završiti na popisu osoba pod sumnjom za djelovanje protiv sigurnosti države, što bi drakonskim zatvaranjem svijui, ili izbacivanjem svijui iz države, moglo dovesti do toga da potencijalno nevini ljudi podlegnu takvim mjerama. U još jednom primjeru izostavljena je implicitna premissa: „Da, dobro znamo da ima psihički neuravnoteženih osoba među onima koji

se radikaliziraju. *Dakle*, neizostavno je poduzeti preventivne mjere.“ U ovom slučaju implicitna premisa je „Radikaliziranje se može spriječiti poduzimanjem preventivnih mjera“.

Zatim, Macron se vrlo često, u maniri anafore, koristi prilogom *jer*, odnosno *zato što* (fr. *parce que*) koji ima funkciju argumentacijskog indikatora te se njime uvodi daljnja kauzalna argumentacija ili se epistemioološki objašnjavaju razlozi (109 ponavljanja). Taj je postupak usko povezan i s njegovim *etosom* jer naglašava njegovu karizmu i pedagošku namjeru, odnosno pokazuje da vodi brigu o onome što se treba raščlaniti i objasniti publici. Anafora, prema samoj definiciji, znači ponavljanje istog označitelja. Time se glavna misao osnažuje i akumulira, čime se povećava dojam uvjerenosti i emotivne važnosti koju ona ima za govornika, što pospješuje karizmu govornika i osnažuje *etos* vođe (lidera) te može snažno utjecati na publiku³². Mayaffre (2015) navodi da je taj postupak vrlo koristan jer, osim što daje na snazi govorniku koji tako pokazuje ustrajnost, uvjerenost i odlučnost vođe, anafora stvara dojam koherentnosti, progresa i akumulacije u iskazu. To je ponajviše vidljivo u uvodnoj riječi ali i u sljedećem primjeru: „Smanjit ću za malo više od 3% rashode na plaću za sve koji rade. Zašto? *Jer*, danas kada primite platnu listu, najprije imate zarađeni bruto iznos plaće nakon čega slijede porezni doprinosi za zdravstveno osiguranje i osiguranje u slučaju nezaposlenosti. Ja ću ih ukinuti, što iznosi nešto više od 3% troškova za plaće. Zašto? *Jer* se želim izboriti za sustav u kojem svi imaju pravo na naknadu u slučaju nezaposlenosti. *Jer* želim da obrtnici, trgovci, poljoprivrednici imaju pravo na naknadu za nezaposlenost, što danas nije slučaj, i to nije pravedno. I, dakle, nezaposlenost ću financirati porezom.“

Macron se koristi *logosom* i kada napada protivnikove argumente. Primjerice, Macron napada argument koji je iznijela Le Pen, da će „smanjiti troškove lijekova“ kako bi država mogla subvencionirati veći iznos izdanih recepata tako što iznosi podatke i izvodi kauzalne zaključke na temelju Le Peninog programa prema kojemu se uvoz planira oporezivati kako bi se ojačalo nacionalno gospodarstvo: „(...) 80% lijekova proizvodi se u inozemstvu. Budući da ćete uvesti porez na uvoz, cijena lijekova će se povećati (...)“ te „ne možemo od danas do sutra proizvesti 80% lijekova koje uvozimo. Znae, to tako ne ide u stvarnom životu. Možda u televizijskim serijama, ali ne u stvarnom životu. Dakle, u narednim godinama, ako ćete biti izabrana za predsjednicu, lijekovima će se povisiti cijena, u svakom slučaju 80% lijekova će imati višu cijenu. Svi oni koje inače uvozimo. To govorim kako bi ukazao Francuzima na manjak koherentnosti u vašim prijedlozima.“ Time je tvrdnja o smanjenju lijekova dovedena u sumnju, te je teret dokazivanja prebačen na Marine Le Pen. Međutim, Le Pen ne uspijeva obraniti svoju tvrdnju jer je njezin

³² Bonhomme (2005, prema Mayaffre, 2015) ističe da korištenje anafore sadrži „patemijsku dimenziju“ koja može izazvati jake osjećaje kod publike.

pokušaj opovrgavanja tvrdnje izražen samo rečenicom „To nije istina“ što nije dovoljno kako bi se osporile kauzalne veze i zaključak koji je iznio Macron jer „To nije istina“ ne može stajati kao očitost, činjenica, već tvrdnja i stoga zahtijeva daljnje obrazlaganje.

Napadi na etos

Walton (2008) navodi da se najčešće, prema logičkim priručnicima, na *ad hominem* napad odgovara također korištenjem *ad hominem* napada. To se pokazalo relativno točnim na primjeru Emmanuela Macrona. Budući da je Le Pen tijekom cijele debate upućivala napade na *etos*, Macron se u obrani koristio sličnom, ali u određenoj mjeri drugačijom strategijom. Njegovi napadi bili su usmjereni ponajprije na preddiskurzivni *etos* te sam sadržaj argumentacije, odnosno *logos*. U tom smislu, Macron se manje vodi za time da upućuje uvredljive *ad hominem*, odnosno *ad personam* napade, kako ne bi dao previše na važnosti Marine Le Pen, ali i uvrijedio njezine glasače čije je glasove htio pridobiti, a više stavlja naglasak na mane same politike ekstremne desnice i nedostatnu argumentaciju. Za početak, Macron već u uvodnoj riječi ukazuje da se Le Pen nedostaje *etos* vrline i ozbiljnosti: „Upravo ste pokazali da niste kandidatkinja profinjenog duha koja bi bila spremna na otvorenu i uravnoteženu demokratsku raspravu.“ Zatim se koristi, već spomenutom, figurom *praeteritio* kako bi podsjetio na njezin preddiskurzivni *etos* i nasljedstvo njezinog oca, radikalno desnog političara, Jean-Marie Le Pena. Njezine iskaze diskreditira nazivajući ih „logorejom“, odnosno bujicom riječi koje nemaju smisla i nisu povezane, čime unaprijed stigmatizira sav nadolazeći govor kao beznačajan i besadržajan. I ne samo to, većinu njezinih argumenata, bilo da je riječ o onima koji se tiču obrazlaganja političkih planova, ili argumenata koji su upućeni kao *straw man* napadi, Macron ili direktno imenuje „lažima“, „insinuacijama“ ili se koristi zamolbom „molim vas, ne lažite ljudima“, objašnjavajući pritom u čemu se laž sastoji, primjerice: „vaša strategija sastoji se samo u tome da iznosite hrpu laži“, „iznosite laži, gospođo Le Pen“, „gospođo Le Pen, Francuzi i Francuskinje zaslužuju bolje od toga, uvjeravam vas. Zaslužuju prije svega istinu, a ne insinuacije (...)“, „molim vas, prestanite lagati“, „gospođa Le Pen je iskoristila čitav svoj zaključak kako bi izrekla laži o mojem programu, a da nijednom nije rekla što ona želi učiniti za državu“, „konstantno lažete“, „ne lažite, ne podržavam SIOF“, „gospođo Le Pen, znam što sam rekao, nisam to izrekao. Nisam to izrekao, prestanite opet lagati“. Zanimljivo je, s druge strane, da je Le Pen Macrona samo dvaput optužila za iznošenje laži. Tim više, takve optužbe mogu imati dvojak efekt: ne samo da dovode u pitanje vjerodostojnost optuženoga, već upravo zbog tereta dokazivanja koji se prebacuje na sugovornika, odnosno, u slučaju izostanka potkrjepa i

dokazivanja istinitosti tvrdnji koje se očekuju od istoga, jača se vjerodostojnost govornika koji je iznio te optužbe.

Macron napada i *logos* argumentacije, opetovano tvrdeći da Le Pen „ne predlaže ništa“ u svom programu te da govori „gluposti“: „(...) vaša strategija sastoji se u tome da iznosite mnogo laži i da imenujete sve što ne valja u državi, ali ništa ne predlažete“, „grupa Vivendi ga [Francuski telekom] je prodala, ne govorite gluposti, puno ste ih izrekli. To je samo jedna od gluposti koje ste dosad iznijeli“, „prestanite govoriti takve gluposti“, „Izrekli ste gomilu gluposti, jer nemate ispravno poimanje istine“, „govorite o svom programu, ali ne izričite gluposti o mojem“, „najprije ću demantirati gluposti koje ste upravo izrekli“, „Ali, prestanite govoriti gluposti, gospodin Ramadan me nikada nije podržao, ne poznajem ga“, „prekidam vas, jer govorite gluposti“, „vi ne predlažete ništa u pogledu borbe protiv nezaposlenosti, ništa“, „U svim vašim hipotezama navodite da je smanjenje nezaposlenosti uzeto u obzir. Ali ne objašnjavate na koji način. Vidjeli smo maloprije, vi ne predlažete ništa“, „bili ste protiv svih reformi koje je donijela EU za borbu protiv terorizma! Svih! Ali, povrh toga, niste predložili ništa“, „zato ja predlažem smanjenje poreza u visini od 6% za mikro, mala i srednja poduzeća. Zato predlažem smanjenje poreza na dobit na 25%. Vi ne predlažete ništa“, „genijalno je što nikada ne odgovorite na pitanja, već samo govorite o prošlosti i drugim stvarima. Ali, to je vrlo dobro, Francuzi će shvatiti da ne predlažete ništa“. Dakle, Macron je uspješno primijetio dvije stvari: 1) da se Le Pen gotovo uopće ne bavi iznošenjem vlastitog plana i programa, 2) da se koristi napadima kako bi umanjila njegovu vjerodostojnost, i istovremeno izbjegla odgovor na postavljena pitanja. Ta strategija donosi mu argumentativnu prednost jer je uspio iznijeti argumentacijsku osnovu vlastitih političkih planova i tvrdnji, dok se sugovornica nije uspjela pokazati ni vjerodostojnom u pogledu napada, niti pripremljenom u pogledu vlastite argumentacije. On više puta apelira na zdrav razum francuskog građanstva te navodi kako takva argumentacija neće „pomoći napretku države“: „Francuzi i Francuskinje zaslužuju bolje od toga“, „naši sugrađani zaslužuju bolje“, „Francuzi će razumjeti da ne predlažete ništa“, „to je obećanje koje ne drži vodu, znam da vi takva obećanja dajete, ali ljudi nisu glupi“. Time se uspostavlja odnos s publikom koja će prije biti spremna prihvatiti ono što je bolje, od onog što je loše, te izbjeći ono što je „glupo“, na korist onog što je pametno.

Kao što je spomenuto, Macron većinom upućuje napade Le Pen na osnovu preddiskurzivnog *etos*a i politike njezine stranke. Ono što je Le Pen pokušavala svim tim

napadima, osim ukazati na manjak vjerodostojnosti, jest i isprovocirati kakvu neželjenu ili impulzivnu reakciju. To je gotovo i uspjela pred kraj debate kada Macron, posvjedočivši upravo tomu da je Le Pen iskoristila slobodnu temu da mu uputi još jedan napad, rezimira njezine iskaze i naziva je “parazitom”: “Ovo što smo upravo doživjeli govori puno toga o vama. Imali ste pravo na temu po vlastitom izboru, a vi ste je iskoristili kako biste blatili protivnika, plasirali laži kao što to radite od samog početka debate. Jer vas ne zanima država, nemate plan i program za nju. Vaš plan se svodi na izjave “ova osoba je užasna” a kampanju ste utemeljili na lažima i neistinama. Vaš plan je plan koji cilja na mržnju, jer je to ono čime se hranite, to je ono što je desetljećima hranilo vašeg oca. To je ono što je hranilo francusku ekstremnu desnicu i što vas je izgradilo takvom kakva jeste. Ali, to nije Francuska koju želim, jer Francuska koju ja želim neće biti razdijeljena. No, da bi se to postiglo, moramo izaći iz sustava koji vas je stvorio. Vi ste nusprodukt sustava kojeg prokazuje. Jer od njega živite, vi ste njegov parazit”.

Konstrukcija etosa

Amossy (2008) u analizi *etosa* povezuje retoričku tradiciju s analizom diskursa s namjerom da pokaže kako se *etos* ostvaruje i pomoću razuma i pomoću osjećaja. Naime, Amossy navodi kako se u retoričkoj tradiciji izdvajao *logos* kao sredstvo razuma, dok su *etos* i *patos* pripadali afektivnom uvjerenju. Takva dihotomija, smatra Amossy, smješta *logos* uvijek izvan konkretne komunikacije, kao neku teško dostižnu, purističku, kategoriju koja pripada prvenstveno znanosti, a koja je uvijek narušena *etosom* i *patosom* u stvarnom komunikativnom činu. Stoga, osim preddiskurzivnog i diskurzivnog *etosa*, Amossy razlikuje još dvije dimenzije: racionalnu dimenziju *etosa* i afektivnu dimenziju *etosa*. Racionalna dimenzija *etosa* odnosi se na *logos* argumentacije, sadržajno izlaganje o određenoj temi na temelju kojeg je publika spremna izvesti zaključak da je govornik „stručan“ u tom području. Glavne odrednice afektivnog *etosa* su simpatija prema govorniku i pokazivanje suosjećanja s publikom. To je „osjećaj pripadnosti koji ujedinjuje članove iste zajednice i kojim se postiže da se slušatelji izravno osjete povezanim s govornikom, da gaje jednake ideje“. Macron vlastiti *etos* gradi na nekoliko načina: *etos* vjerodostojnosti, stručnosti i ozbiljnosti (racionalni *etos*) gradi pomoću logičke argumentacije, dok *etos* identifikacije (afektivni *etos*) gradi kontaktom, interakcijom, direktnim obraćanjem različitim društvenim skupinama za koje pokazuje suosjećanje. Svoju vjerodostojnost i sliku odlučnog državnika pokušava uspostaviti korištenjem ratničkog leksika: „ja ću se boriti. Znae, imam iza sebe i pobjede i poraze, ali sam se uvijek borio i nastavit ću to raditi“. „ja ću se boriti za oporavak industrijskog sektora jer je to prava borba“. Također, naglašava svoju ozbiljnost koja je utemeljena na razrađenom programu: „Dakle, ja imam ozbiljan program a ne papazjaniju. Ja sam uvijek prihvatio odgovornost za svoja djela za razliku od

gospođe Le Pen, koja vodi borbu protiv terorizma na televizijskim kanalima, a čije europsko zastupništvo financiraju porezni obveznici. Istina je da se rijetko tamo pojavljuje, kad god su u pitanju važne reforme na temu terorizma, ona glasa protiv.“ *Etos* stručnosti najbolje dolazi do izražaja u direktnim razmjenama s Marine Le Pen u kojima Macron pokazuje da neki njezini prijedlozi već postoje: „Gospođo Le Pen, imam dobru vijest za vas, to postoji, to postoji. Postoji nešto što se zove Agencija za državne subvencije pomoću koje država može investirati u određeno poduzeće. Tu sam mogućnost iskoristio, primjerice, kad je Peugeot bio ugrožen. Država je investirala i uložila u temeljni kapital kako bi se poduzeće spasilo“. Zatim, Macron se predstavlja kao političar koji će uvesti zaokret u dosadašnjoj politici, koji želi donijeti pozitivne promjene, provesti politiku transformacije, koja je ključna u njegovom diskursu, politiku pomirbe i udaljiti se od postojećih problema koji usporavaju napredak, kao što su podjele u društvu i netrpeljivosti: „Imate pravo, Francuska je drugo. To je otvoreno društvo utemeljeno na velikodušnosti. Posve suprotno onomu što vi zagovarate. To nije ksenofobija, to nije vaša vizija obitelji, ona na koju je vaš otac sramotno podsjetio prije nekoliko dana, ili ona koju ste sustavno zagovarali u Europskom parlamentu i drugdje, koju ste htjeli uspostaviti kad ste tražili da se ukinu krediti za planiranje obitelji“, zatim “To je činjenica i to jest zločin protiv čovječnosti. Dakle, ja se zalažem za to da se suočimo s našom prošlošću, pa čak i onim njezinim najtužnijim stranicama kako bismo rekli istinu koju naši sugrađani zaslužuju, kako bismo ih *pomirili*, kako bismo postigli *jedinstvo*, i prestali uzgajati mržnju, što vaša stranka ekstremne desnice radi već godinama, desetljećima”.

Jedno od stalnih obilježja tijekom čitave debate je uspostava kontakta s publikom. Kad god mu to prilika pruža Macron spominje konkretne društvene skupine koje će ili beneficirati od njegove politike ili za koje pokazuje razumijevanje, suosjećanje i poštovanje: „više fleksibilnosti za poduzeća, više sigurnosti za zaposlenike, radnike“, „poduzeće koje se bavi građevinskim radovima i ima dva zaposlenika ne dijeli jednaku stvarnost kao i informatička tvrtka ili neko poduzeće koje ima petsto zaposlenika“, „koje su sindikati hrabro potpisali“, „ja sam poslušao ljutnju zaposlenika Whirlpoola, proveo sam s njima sate“, „ja sam bio s predstavnicima radnika, jer ih poštujem“, „To znači da će se svim osobama koje rade, obrtnicima, samozaposlenim radnicima, poljoprivrednicima, poduzetnicima, trgovcima, službenicima, zaposlenicima – sad ću završiti – povećati kupovna moć“, „podržat ću njegovatelje, udruge“, „mislim na naše prekooceanske teritorije, gdje postoji goruća potreba za zdravstvenom njegom, posebice u Gvajani“, „to smo vidjeli i na otoku Reunion, svi su naši teritoriji pogođeni terorističkim prijetnjama“, „poznajem carinike, rade izvanredno svoj posao“, „Gospođo Le Pen, najprije, ova debata mi pruža jedno veliko zadovoljstvo, a to je da vas imam priliku slušati kako suosjećate s homoseksualcima i Židovima. Mislim da je to fenomenalno, i čestitam si na tom uspjehu, jer sam ih ja uvijek branio“, „i to je povrijedilo naše sugrađane koji su židovske vjeroispovijesti, to ih je sve povrijedilo“, „Vidjeli smo to na primjeru pripadnika Sigurnosne republikanske postrojbe koje su podlo napali aktivisti ekstremne ljevice i zadali im teške opekotine. Moje misli su večeras s njima“, „seljak iz Cantala koji me sluša dobro je to shvatio jer on živi u

Europi. Onaj tko uzgaja jabuke u dolini Durance i prodaje ih u eurima, kojemu treba euro kao zajednička valuta, sutradan je neće imati. Štetišta koji nas sluša, na dan ukidanja eura“, „Čak i kada oni i one koji nas slušaju u Toulouseu, ili u Saint Nazaireu, ili u mnogim drugim mjestima širom Francuske, rade na zrakoplovu A320, jer više od 50 000 Francuskinja i Francuza radi za kompaniju Airbus kao njihovi kooperanti, trećina vrijednosti proizvedena je u drugim europskim zemljama“, „htio bih nešto reći o osobama koje boluju od hendikepa u našoj državi, jer nismo imali priliku toga se dotaknuti dok smo govorili o zdravlju.“ U tom smislu Macron je uspio obuhvatiti široki spektar glasačkog tijela, evocirajući interese onih koji rade u poduzetništvu, civilnom, ili javnom sektoru, interese direktora, radnika i seljaka, interese Francuza koji žive u Francuskoj, ali i onih koji žive na prekomorskim ili preoceanskim teritorijama, zatim obitelji, mladih, osoba s poteškoćama, i tako dalje. Volju za zajedništvom, pomirbom i ujedinjenjem pokazao je i prema Le Peninom glasačkom tijelu: „Gospođo Le Pen, ja poštujem Francuze i Francuskinje koji su glasali za vas i gospodina Dupont-Aignana, uvijek sam ih poštivao. Nikada im nisam držao moralne prodike. Ja ih i poznajem, u mom gradu, u mojoj regiji“, „Poštujem sve vaše glasače, i kažem vam, poštujem ih jer su gnjevni, u zbrci. Poznajem ih, dolazim iz grada u kojem se također glasalo za vas. Ali oni ne zaslužuju vaš gnjev, vi ne donosite odgovor. Vi raspirujete njihov gnjev, vi njime manipulirate.“

Macron ne samo da imenuje određene društvene skupine i identificira njihove potrebe, već im se i izravno obraća kad želi naglasiti važnost određenog zaključka, uključujući na taj način publiku u debatu što potiče publiku na angažiranost i aktivno slušanje, te ojačava Macronov *etos* identifikacije i solidarnosti: “za sve one koji nas slušaju, s gospođom Le Pen dobivamo novi porez”, “za sve one koji nas slušaju, izazivam vas, pokušajte usporediti vaše ugovor o zdravstvenom osiguranju - nemoguće je ustanoviti jeste li bolje ili lošije osigurani.”, “za sve obrtnike, trgovce, male poduzetnike koji nas slušaju - moći će se pregovarati na razini sektora”.

Ironija

Ako se usredotočimo na načine na koje Macron odgovara na upućene napade, primjećujemo da je zajednički element određenom broju odgovora figura misli (ili trop) – ironija. Koncept ironije proučavali su teoretičari retorike (Perelman, Olbrechts-Tyteca, 1971, Booth, 1975) ali i pragmatičari (Garmendia, 2018). Perelman i Olbrechts-Tyteca (1971) analiziraju ironiju u kontekstu *komičnog* (ili apsurdnog) i ulogu *komičnog* u argumentaciji. Prema njima, izjava može djelovati smiješno ako je suprotna prihvaćenom mišljenju, bez jasnog obrazloženja. Osoba koja griješi protiv logike ili netočno iznosi činjenice može biti izložena podsmijehu, pod uvjetom da nije neuračunljiva ili da je manjak vjerodostojnosti, odnosno stručnosti, ne diskvalificira više nego

išta učinjeno. Komično se obično povezuje s činjenicom da je određeno pravilo bilo *nesvjesno* prekršeno ili proturječno zbog nepoznavanja samog pravila ili propusta u anticipiranju katastrofalnih posljedica tvrdnje ili radnje. Koncept *smiješnog* funkcionira po principu očuvanja onoga što je prihvaćeno, stoga i običan pomak u mišljenju koji je u suprotnosti s prethodno rečenim može izložiti govornika podsmijehu. Komično je snažno oružje koje govornik može upotrijebiti protiv onih koji pokušavaju potkopati njegov argument na način da odbijaju, bez razloga, prihvatiti neku od premisa njegovog diskursa. To je oružje koje se, kažu POT, mora koristiti protiv onih koji tvrdoglavo ustraju u nepodudarnim tvrdnjama. Odbacivanje nečijih stajališta na osnovu posljedica koje iz njih proizlaze, a koje su komične, jedan je od najjačih prigovora koji se može plasirati u argumentaciji. Najčešće se to postiže na način da se izvode dedukcije iz onog što se pokušava kritizirati. U geometriji je ta metoda poznata pod nazivom *reductio ad absurdum* gdje se polazi od toga da je propozicija *A* pogrešna, kako bi se pokazalo da su posljedice nekompatibilne s onim što je otprije poznato, te se tako dolazi do zaključka o istinitosti početne propozicije *A*. U kvazi-logičnoj argumentaciji privremeno se prihvaća tvrdnja suprotna onoj koju se namjerava braniti, deduciraju se posljedice, te se demonstrira njihova nekompatibilnost s onime što je prihvaćeno na drugim temeljima i time izvlači zaključak o istinitosti propozicije koju se namjerava braniti. Primjerice, odgovarajući na napad Marine Le Pen o troškovima imigracije i članstva u Europskoj uniji, te tvrdnju da „postoji društvena prevara protiv koje se [Macron] nije bori[o]“ on odgovara: „Pa da, naravno, to će se zaustaviti preko noći. Kada postanete predsjednica, ljudi će momentalno prestati dolaziti. Više neće biti društvenih prevara, fiskalnih prevara, sve će se odvijati uredno, od danas do sutra, samo tako. Genijalno, genijalno.“ Na taj način Macron ismijava praktičnu neprovedivost Le Peninih planova, dovodeći do apsurdna pretpostavke o izlasku iz Europske unije i ponovnom uspostavljanju granica.

Garmendia (2018) smatra da postoje tri vrste ironije: situacijska, dramatska i verbalna. Situacijska ironija je ona koja nije namjerna, to je događaj ili stanje koje se čini namjerno suprotnim od očekivanog i često ima zabavan rezultat. Dramatska ironija vezuje se uz književnu naraciju. Verbalna ironija tiče se govorne komunikacije u kojoj govornik na ironičan način prenosi poruku publici koja je može (ali i ne mora) razumjeti. Različiti autori na različite načine pristupaju ironiji: Garmendia (2018) ističe Griceovu teoriju o ironiji kao suprotnosti, teoriju relevantnosti (Dan Sperber, Deirdre Wilson) i teoriju izgovora (eng. *pretension theory*, Herbert Clark, Richard Gerrig). Ironiju se često može zamijeniti s parodijom, satirom ili sarkazmom, te dok će jedni autori neki čin odrediti kao ironiju, drugi će u tome vidjeti sarkazam ili parodiju. Bez obzira na različitosti

pojedinih teorijskih pristupa, ono u čemu se pragmatičari slažu jest da je ironija govorni čin u kojem govornik ima drugačije komunikacijske namjere koje ne odgovaraju onome što je izrekao, te da je vrlo važna uloga ironije u *izražavanju stava* govornika. Garmendia (2018: 11) se u analizi ironije u kontekstu retoričke teorije poziva na Aristotelova tri načina uvjeravanja, te navodi da je izgledno da se ironija odnosi na *etos* jer i sam Aristotel kaže „ironija je bliža širokogrudnijem karakteru no lakrdija, jer u prvom slučaju čovek pribegava šali i smehu radi samoga sebe, dok u drugom to čini zbog drugih“ (Aristotel, *Rhetorica*, 1419b). Polazimo li od Griceove teorije konverzacijskih implikatura, ironija se može definirati kao govorni čin kojim se krši maksima „kvalitete“. Maksima, ili pravilo, kvalitete nalaže da govornik u svojim iskazima govori istinu. U skladu s time, ironijom se krši to načelo jer se govori suprotno od onoga što se misli. Grice naknadno proširuje to shvaćanje i navodi da se kod ironije uvijek radi o izražavanju emocije, stava ili evaluacije te da je ona povezana s neprijateljskim ili ponižavajućim sudom (Palašić, 2015). Palašić (2015) smatra da stav prema sugovorniku ne mora biti nužno negativan, već da se ironijom može pokušati ublažiti kritika, izbjеći izravno kritiziranje kako bi se udovoljilo načelima uljudnosti, ili zauzelo distancu prema problemu o kojemu je riječ. Također, navodi da nam ironija omogućava da „izbjegnemo otvorene konflikte i iskazivanje nesuglasja s društvenim i komunikacijskim konvencijama“. Ako pogledamo Macronove iskaze, te uzmemo u obzir konkretnu komunikacijsku situaciju, kao i *etose* govornika, ironija postaje i više nego očita: „Hvala vam na tom krasnom predstavljanju, gospođo Le Pen. Ništa drugo nisam ni očekivao.“, „Gospođa Le Pen nam već barem tri minute govori o svojoj strategiji za borbu protiv nezaposlenosti u Francuskoj“, „Nešto se malo razumijem u dokumente i francusku ekonomiju“, „Hvala na tom implicitnom odavanju počasti“, „gospođa Le Pen nam je upravo predstavila svoj popis želja da pokaže svoju darežljivost, to je genijalno“, „Da, to će ih preplašiti, ove koji se žele ubiti, to će ih prestraviti“. U navedenim komentarima riječ je o ironiji jer Macron implicira posve drugačiji stav. Prema tome, možemo zaključiti, slijedeći Leecha, Gricea i Kienpointera da se ovdje radi o neuljudnosti, iako vrlo dobro funkcionira kako bi neposredno, i uz minimum štete, oslikao argumentativne nedosljednosti i manjkavosti.

5.3. Usporedba argumentacijskih obrazaca Marine Le Pen i Emmanuela Macrona

Ako usporedimo Marine Le Pen s Emmanuelom Macronom možemo ustanoviti da Marine Le Pen u svojoj argumentaciji zanemaruje *logos* te zauzima strategiju oslabljivanja protivnikovog *etosa* korištenjem *ad hominem* argumenata. Obrnuto proporcionalno prisustvu *logosa* u njezinoj

argumentaciji ističe se pojačano korištenje emotivnih argumenata koji su tipični za populističke diskurse, a pri čemu Le Pen posebice ustraje na djelovanje na strah i prijezir. Za razliku od nje, Emmanuel Macron se usredotočio na *logos*, identificiranje s publikom i konstrukciju vlastitog, pozitivnog, *etos*a. U direktnim razmjenama između dvaju kandidata Le Pen često poseže za argumentacijskim pogreškama, poput *straw man* argumenta, i argumenta *dimljeni sled*, što kritički osviještenom gledatelju može ukazati na njezinu nepripremljenost ili izbjegavanje tereta dokazivanja. S druge strane, možemo ustvrditi da je Emmanuel Macron je pokazao retoričku obrazovanost jer je tijekom debate identificirao manjkavosti argumentacije njegove suparnice i osvijestio ih gledateljskoj publici. U svojim odgovorima na napade Macron je, utemeljujući argumentaciju na *logosu*, odao dojam bolje pripremljenosti i stručnosti, što je posebice bilo očito u raspravi na temu eura i Europske unije.

6. Metodika komponenta

U ovom dijelu rada prezentirat ćemo prijedlog metodičke obrade nastavnih tema argumentacije i debate na nastavnom satu retorike. Najprije treba istaknuti da se nastavni predmet Retorika, ili Govorništvo, u Hrvatskoj predaje kao izborni predmet u nekoliko srednjih škola: XVIII. gimnazija, Privatna jezično-informatička gimnazija Svijet, Opća privatna gimnazija Zagreb, Privatna gimnazija Varaždin, Prva privatna gimnazija Zagreb, Klasična gimnazija Zagreb, Zagrebačka umjetnička gimnazija, Privatna umjetnička gimnazija Zagreb, Privatna gimnazija i ekonomsko-informatička škola Futura i Klasična gimnazija Ivana Pavla II. Zadar (Sunara-Jozek, 2019). Iako nema predmetni status na nacionalnoj razini, govorništvo se kao vještina (marginalno) podučava unutar drugih predmeta, ponajprije u nastavi hrvatskog jezika, zatim u logici, filozofiji, etici ili politici i gospodarstvu. U izvannastavnom okviru govorništvo se prakticira u debatnim klubovima koje organiziraju profesori ili debatni treneri u osnovnim i srednjim školama. Hrvatsko debatno društvo krovna je institucija koja promiče edukacijsku debatu te organizira i debatna natjecanja, dosada pretežito u KP ili KPP formatu (Karl Popper debata, Karl Popper debata s planom), a u zadnjih nekoliko godina se u srednjim školama prakticira World Schools debata. Međutim, takav način podučavanja govorništva je nedostatan i ne može obuhvatiti svo bogatstvo govorničkog umijeća. Također, učenici rijetko kad, ako uopće, imaju priliku za govornički nastup, u što ne možemo ubrojiti usmena ispitivanja. Nasuprot tome, potpuno govorničko obrazovanje unutar samostalnog predmeta omogućava razvoj kritičkog mišljenja, pruža uvid u tehnike i metode invencije uvjerljivih argumenata, prepoznavanje protuargumenata, njeguje stilska sredstva i

vrednote govorenog jezika i govornički bonton, vještine koje su potrebne i primjenjive u raznim područjima ljudske djelatnosti. Govorničko znanje najbolje se može izvježbati u debati, formi koja je jedno od najvažnijih obilježja demokratskih društava, a njezine su prednosti bezbrojne. Freeley i Steinberg (2005: 22) navode neke prednosti akademske debate: 1) debata pruža pripremu za učinkovito sudjelovanje u demokratskom društvu; 2) debata omogućava razvoj *lideršipskih* vještina; 3) debata omogućava trening argumentacijskih vještina; 4) debata posvećuje pozornost promatranju i analizi značajnih suvremenih problema; 5) debata razvija sposobnost kritičkog mišljenja; 6) debata omogućava sintezu znanja iz raznih područja; 7) debata razvija uspješnost u proučavanja i istraživanja nepoznatih tema; 8) debata naglašava važnost kvalitetne interakcije s učenicima, 9) debata potiče učenike na istraživački rad i prijave na stipendije, 10) debata razvija sposobnost brzog i analitičkog odgovaranja; 11) debata potiče na kritičko slušanje; 12) debata razvija uspješnost u pismenom izražavanju; 13) debata potiče na zrelo razmišljanje; 14) debata potiče na hrabrost; 15) debata potiče na stvaranje i obrazlaganje uvjerljivog govora; 16) debata razvija društveno zrelo ponašanje; 17) debata potiče multikulturalnu toleranciju; 18) debata razvija računalne sposobnosti; 19) debata osnažuje izražavanje, 20) debata razvija uspješnost u svim nužnim radnjama: mišljenju, pisanju, čitanju, govorenju, slušanju.

Metodička obrada argumentacije i debate zamišljena je na način da prati odgojno-obrazovne ishode trenutno važećeg Nacionalnog kurikula za nastavni predmet Hrvatski jezik za gimnazijski program dostupnog na internetskim stranicama Ministarstva znanosti i obrazovanja RH. U predmetnom kurikulu 3. razreda gimnazijskog usmjerenja odgojno-obrazovni ishodi koji su relevantni i za nastavu retorike su: 1) SŠ HJ A.3.1. učenik govori upućivačke i raspravljačke tekstove u skladu sa svrhom i željenim učinkom na primatelja (učenik istražuje informacije služeći se različitim pouzdanim izvorima radi oblikovanja argumenata i protuargumenata, govori u skladu s govornom ulogom, razlikuje činjenice od mišljenja i vrijednosnih sudova, izriče tezu, navodi argumente i protuargumente, izvodi zaključak, samostalno primjenjuje pravogovorna pravila hrvatskoga standardnoga jezika uvažavajući verbalne i neverbalne vrednote govorenoga jezika s obzirom na funkcionalni stil teksta), 2) SŠ HJ A.3.2. učenik sluša u skladu s određenom svrhom upućivačke i raspravljačke tekstove različitih funkcionalnih stilova i oblika (učenik razlikuje govorne i razgovorne vrste upućivačkih i raspravljačkih tekstova, tumači jezična i govorna obilježja slušanoga teksta, razlikuje pouzdane od nepouzdanih informacija u različitim izvorima u skladu sa svrhom slušanja, razlikuje činjenice od mišljenja i vrijednosnih sudova u slušanom

tekstu, kritički vrednuje informacije, oblikuje govoreni i/ili pisani tekst na temelju slušanja), 3) SŠ HJ C.3.1. učenik prosuđuje utjecaj medijskih tekstova na oblikovanje stavova i vrijednosti primatelja.

Argumentacija i debata su teme koje zahtijevaju veći fond sati za obradu i postizanje odgojno-obrazovnih ishoda. Smatramo da bi minimalni fond sati iznosio 3 školska sata: 2 školska sata za teorijsko obrazlaganje argumentacije i upoznavanje s debatnom formom, te 1 školski sat za primjenu argumentacijskih vještina u debati. Teorijsko obrazlaganje argumentacije odnosi se na upoznavanje učenika s temeljnim pojmovima teorije argumentacije: tvrdnja, argumentacija, argument, protuargument, zaključak. Učenicima se daje definicija tvrdnje (Škarić), i predstavljaju se vrste tvrdnji: činjenična, uzročno-posljedična, vrijednosna, politička te se navode reprezentativni primjeri za svaku tvrdnju.

Idealno, nastavna obrada debate uslijedila bi kao kruna prethodno usvojenih nastavnih cjelina koje obrađuju govorne i jezične funkcije, konverzacijske implikature, glas, vrednote govornog jezika, govorni bonton i eleganciju, stil, oblikovanje govora, argumentaciju, slušalački bonton, neverbalnu komunikaciju, dimenzije publike. U teorijskom obrazlaganju debate učenike bi se upoznalo s formatom vrijednosne Karl Popper debate i Karl Popper *policy* debate koje smatramo najfleksibilnijima za potrebe prilagođavanja nastavnoj situaciji, odnosno broju učenika. Štoviše, upravo na osnovu Karl Popper debatnih formata Lukić (2013) predlaže format prilagođen nastavnoj situaciji: debata u nastavi (DN). Dakle, DN je format utemeljen na KP i KPP formatu, a razlikuje se, gotovo isključivo, u pogledu predviđenih trajanja govora i broju unakrsnih ispitivanja. Naime, Lukić predlaže 2 unakrsna ispitivanja, dok u izvornoj KP debati postoje 4 unakrsna ispitivanja te skraćuje trajanje svakog govora na 3 minute kako bi se debata mogla provesti unutar jednog školskog sata. Prema Lukićevom prilagođenom KP formatu, u debati sudjeluju dvije ekipe, afirmacijska i negacijska (svaka ekipa broji 3 člana tima) i jedan mjerač vremena, te ostatak razreda koji bilježi pitanja koja želi postaviti debatantima za vrijeme otvorene rasprave i odlučuje o pobjedniku debate. Tijek debate (Lukić, 2013) je sljedeći:

A1 govor (prvi afirmacijski govor) – 3 minute
A → N (unakrsno ispitivanje) – 3 minute
N1 govor (prvi negacijski govor) – 3 minute
N → A (unakrsno ispitivanje) – 3 minute
A2 govor (drugi afirmacijski govor) – 3 minute
N2 govor (drugi negacijski govor) – 3 minute
A3 govor (treći negacijski govor) – 3 minute
N3 govor (treći negacijski govor) – 3 minute
Otvorena rasprava – 10 minuta
Donošenje presude i ocjenjivanje – 5 minuta

Smatramo da je Lukićev DN format dobro prilagođen nastavnim potrebama s izuzetkom redosljeda unakrsnih ispitivanja. Naime, u originalnom KP formatu nakon prvog afirmacijskog govora slijedi prvo negacijsko unakrsno ispitivanje afirmacijske strane, dok nakon prvog negacijskog ispitivanja slijedi prvo afirmacijsko unakrsno ispitivanje negacijske strane. Taj redoslijed je i logičan jer nema smisla da afirmacija ispituje negacijsku stranu ukoliko negacijska strana nije još predstavila svoje argumente. Stoga predlažemo izmjenu $A \rightarrow N$ u $N \rightarrow A$ za prvo unakrsno ispitivanje, te $N \rightarrow A$ u $A \rightarrow N$ za drugo unakrsno ispitivanje. Učenicima koji drže govore trebaju se pojasniti njihove uloge³³:

- 1) Afirmacijska strana odgovorna je za definiranje i interpretiranje teze maksimalno kooperativno, u okvirima uobičajene, zdravorazumske interpretacije u javnoj sferi te je dužna iznijeti prikladnu argumentacijsku liniju (tzv. *case*) koja prati postavljene definicije teze. Argumentacijska linija podrazumijeva minimalno jedan argument koji se mora formulirati u prilog zadane teze.
- 2) Negacijska strana argumentira protiv afirmacijske strane i može osporiti interpretaciju teze ukoliko smatra da ona nije razumna. Negacijska strana može osporiti bilo koji element afirmacijske argumentacijske linije, ali i ponuditi vlastitu argumentacijsku liniju (eng. *case*). Negacijska strana može osporiti definiciju i interpretaciju teze, očitosti, logičke veze, argumentacijske linije ili implicitne pretpostavke koje leže u osnovi tvrdnji afirmacije.

³³ Detaljnije o ulogama pojedinih govornika vidjeti Keča, 2015.

Uobičajeno je da negacijska strana odnosi pobjedu ako uspije osporiti makar jedan element afirmacijske argumentacijske linije.

Teze koje su prikladne za DN format odgovaraju Škarićevoj definiciji tvrdnje – oblikovane su kao jedna, izjavna, stilski neobojena rečenica koja nije trivijalna i koja je branjiva. U KP vrijednosnoj debati raspravlja se, kako sam naziv to govori, o temeljnim vrijednostima (takozvanim *kriterijima*) koje proizlaze iz određene teze. Uobičajeno je, iako za DN nije nužno, da argumenti koji se oblikuju u prilog tezi ili je osporavaju dovode do ostvarenja nekog *kriterija*. To je cilj, smisao, svrha odnosno temeljna vrijednost koja se ostvaruje prihvaćanjem (ili negiranjem) tvrdnje. Unutar okvira postavljenog *kriterija* grade se argumenti koji su s njime u vezi. Dakle, kriterij služi kao svojevrsno mjerilo za procjenu kvalitete argumentacijske linije: možemo promatrati u kojoj mjeri argumenti dovode do određenog kriterija, zadovoljavaju li ga uopće i postoje li neki drugi, bolji argumenti za ostvarivanje tog kriterija. S time u skladu, teze koje su prikladne za KP vrijednosnu debatu su teze zasnovane na činjeničnim, vrijednosnim, uzročno-posljedičnim i političkim tvrdnjama. S druge strane, KP *policy* debata podrazumijeva raspravu o određenim problemima i njihovim rješenjima. U tom formatu afirmacija pronalazi problem unutar teze te predlaže suvisli, provedivi plan koji mora, uvjetno rečeno, dokazati. Negacijska strana mora dokazati da afirmacijski plan nije dobar, a može ponuditi i svoj vlastiti plan te dokazivati da je on bolji. Teze prikladne za KP *policy* debatu su one koje su oblikovane kao političke tvrdnje.

Preporučljivo je da teze budu odabrane u skladu s aktualnim temama iz društveno-političkog života i interesima učenika oko kojih inače imaju podijeljene stavove kako bi ih upravo ta razlika u stavovima motivirala da se što bolje pripreme za debatu. Primjerice, neke od početnih teza u kontekstu suvremenog društva mogle bi biti: činjenična tvrdnja *Hrvatska je ekonomski razvijena država*, vrijednosna tvrdnja *Članstvo u EU ima više prednosti nego mana*, uzročno-posljedična tvrdnja *Cijepljenje uzrokuje razvoj autizma*, politička tvrdnja *Žene trebaju imati pravo na abortus*.

U nastavku donosimo primjer nastavnog sata na temu argumentacije.

PEDAGOŠKI, DIDAKTIČKI I METODIČKI PODACI O NASTAVNOJ JEDINICI

ŠKOLA: gimnazija, opća, jezična, klasična

RAZRED: 3. razred

NASTAVNI PREDMET: Retorika/Govorništvo

NASTAVNO PODRUČJE: uvjeravanje, javno govorenje, jezično izražavanje, argumentacija, argumentacijske pogreške, debata

ŠKOLSKA GODINA: 2020./2021.

DATUM: 28. siječnja 2021.

NASTAVNA CJELINA: Argumentacija

TIP NASTAVNOG SATA: obrada novog gradiva

TRAJANJE OBRADJE NASTAVNE JEDINICE: jedan školski sat (45 minuta)

UNUTARPREDMETNA KORELACIJA: javni govori, političko govorništvo, deliberativni žanr

MEĐUPREDMETNA KORELACIJA: hrvatski jezik, politika i gospodarstvo, logika, filozofija, sociologija

NASTAVNI OBLICI RADA: frontalni rad, individualni rad

NASTAVNE METODE: *verbalne metode*: metoda usmenog izlaganja (objašnjavanje), metoda razgovora (razvojni, slobodni, diskusija), *vizualne metode*: dokumentacijska metoda i metoda pisanja

NASTAVNA SREDSTVA I POMAGALA: živa riječ nastavnika, živa riječ učenika, računalo, projektor, PowerPoint prezentacija, radni listići (uručci)

PRILOZI: radni listići (uručci) – vježbe argumentacije

IZVORI ZA IZRADU PRIPREME (LITERATURA):

1. Kišiček, G., Stanković, D. (2014). *Retorika i društvo*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
2. Kišiček, G. (2008). USPOREDBA ŽENSKJE I MUŠKE RETORIKE U POLITICI. *Govor*, 25(2), 189-201.

3. Kišiček, G. (2010). Pogreške u argumentaciji–dvojbe u tumačenju i klasifikaciji. *Govor*, 27(2), 129-143.
4. Škarić, I. (2008). *Temeljni savremeni govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
5. Škarić, I. (2011). *Argumentacija*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
6. Škarić, I. (2004). *Skripta za mentore govorničke škole*. Zagreb
7. Fahnestock, J., Secor, M. (2004). *A Rhetoric of Argument*. Boston: McGraw-Hill
8. Walton, D. (2006). *Fundamentals of Critical Argumentation*. Cambridge; New York: Cambridge University Press
9. van Eemeren, F. H., Grootendorst, R. (2003). *A Systematic Theory of Argumentation: The pragma-dialectical approach*. New York: Cambridge University Press.
10. Keča, M. (2012). *Metodički pristup debati u nastavi*. Diplomski rad. Filozofski fakultet u Zagrebu. Sveučilište u Zagreb

CILJEVI I ZADAĆE NASTAVNE JEDINICE

OBRAZOVNI:

- Upoznati učenika s osnovama argumentacije i argumentiranog iznošenja mišljenja
- Upoznati učenika sa značajem političkih govora i sučeljavanja
- Upoznati učenike sa značajem debate

FUNKCIONALNI:

- Razvijati sposobnosti primjene usvojenog znanja na konkretnom primjeru
- Razvijati sposobnost kritičke analize političke argumentacije
- Razvijati sposobnost argumentiranja vlastitog stava

ODGOJNI:

- Razviti kod učenika zanimanje za političko govorništvo, politička sučeljavanja
- Razviti kod učenika zanimanje za kritički odnos prema političkom diskursu
- Razviti kod učenika zanimanje za prednosti retoričkog obrazovanja
- Razviti kod učenika interes za glasanje i sudjelovanje u politici

KOMUNIKACIJSKI:

- Potaknuti učenike na argumentirano iznošenje vlastitog mišljenja

- Potaknuti učenike na argumentiranu raspravu s drugim učenicima
- Potaknuti učenike na prihvaćanje različitih mišljenja
- Razvijati sposobnost argumentiranog izražavanja

RAZRADA SATA

1. Uvodni dio: *Trajanje: 3-4 minute*

Nastavnik pozdravlja učenike i stvara zanimanje za nastavnu jedinicu. Na računalu otvara unaprijed pripremljenu prezentaciju s fotografijama predizborne debate u Hrvatskoj 2016. između Milanovića i Plenkovića, predsjedničke debate u Francuskoj 2017. između Le Pen i Macrona, predsjedničke debate u SAD-u 2020. između Bidena i Trumpa. Započinje se razvojni razgovor postavljanjem pitanja: „Što vidite na ovim fotografijama? Možete li odrediti o kojim je događajima riječ?“ Pretpostavlja se će učenici prepoznati da je riječ o političkim sučeljavanjima, te da će znati imenovati barem neke od političara. Nastavnik potvrđuje točne odgovore: „Tako je. Riječ je o političkim sučeljavanjima koja su se održala neposredno prije zadnjeg kruga izbora. U slučaju Plenkovića i Milanovića riječ je o parlamentarnim izborima, dok je u slučaju ostalih riječ o predsjedničkim izborima. Nakon odgovora, učenicima se postavlja sljedeće razvojno pitanje: „Političke debate su važan i gotovo neizostavan događaj koji predstoji završnom krugu izbora. Po vama, zašto političari pristaju na debate? Što žele postići?“ Pretpostavlja se da će se odgovori učenika kretati oko pojmova „uvjeravanje“ i „glasanje“. Nastavnik odgovara: „Tako je. Političari prvenstveno žele uvjeriti publiku, u ovom slučaju gledatelje-glasače, da glasaju za njih. Žele se predstaviti u najboljem mogućem svjetlu, a ponajviše ostaviti dojam da su bolji od svog protivnika, kako bi pridobili naklonost glasača.“ Učenicima se postavlja pitanje slobodnog tipa: „Kada govorimo o uvjeravanju, što za vas znači uvjeriti nekoga u nešto? Na koje sve načine možemo uvjeravati?“ Nakon iznesenih odgovora, objašnjava se razlika između „uvjeravanja“ i „argumentacije“: „Uvjeravanje se može ostvariti na više načina, pa tako i upotrebom sile, dok se argumentacija ostvaruje upotrebom zdravorazumskih argumenata. Svaka argumentacija jest uvjeravanje, ali nije svako uvjeravanje argumentacija.“ Nastavnik najavljuje da će nastavni sat biti posvećen temi argumentacije.

2. Razrada teme: *Trajanje: 40 minuta*

Nastavnik učenicima daje definiciju argumentacije u PowerPoint prezentaciji: „Argumentiranje je retorički postupak kojim tvrdnja zdravorazumski postaje slušačima vrlo vjerojatnom istinom“ (Škarić, 2004: 47). To je jezična, društvena i racionalna djelatnost s ciljem uvjeravanja razumnog sugovornika u prihvatljivost stajališta iznošenjem razloga koji opravdavaju ili pobijaju izraženu tvrdnju. (prilagođena definicija van Eemeren i sur., 2003: 1). Cjeloviti argument sastoji se od tvrdnje, očitosti i logičkih veza. Prema definiciji tvrdnja je jedna, izjavna, stilski neobojena rečenica koja je branjiva, netrivialna i zanimljiva publici“ (Škarić, 2011: 24). Argumentacijom se tvrdnja može i dokazivati, međutim tim se postupkom ulazi u područje logike i znanosti. Nastavnik postavlja učenicima pitanje: „Što mislite, koriste li se političari obrazlaganjem ili dokazivanjem svojih stavova?“ (Očekivani odgovor: obrazlaganjem). Nastavnik potvrđuje točan odgovor: „Tako je. Političari *obrazlažu* svoje tvrdnje, ali ne mogu dokazati, u znanstvenom smislu, da je njihov prijedlog uistinu bolji od onog njegovog protivnika.“ Nastavnik predstavlja različite vrste tvrdnji prema Fahnestock, Secor (2004) i objašnjava svaku tvrdnju: „Osnovno obilježje tvrdnji jest da o njima postoje različita, često suprotna, mišljenja. U suvremenoj retorici razlikujemo četiri vrste tvrdnji: činjenične, uzročno-posljedične, vrijednosne i političke. Činjenične tvrdnje su tvrdnje o naravi stvari. One sadrže odgovor na pitanje *Što je nešto?*. Treba razlikovati činjenice od činjeničnih tvrdnji. Činjenice su dokazane, neosporne i provjerljive tvrdnje. Činjenične tvrdnje nisu dokazane, zahtijevaju daljnju argumentaciju i o njima postoje suprotna mišljenja. Primjerice: *Abortus je ubojstvo. Francuska je počinila genocid nad Židovima. Turizam je glavna gospodarska grana budućnosti.* Uzročno-posljedične tvrdnje su tvrdnje o vezi uzroka i posljedice. One sadrže odgovor na pitanje *Zašto je nešto? Kako je došlo do nečega?*. Primjerice: *Smanjenje poreza dovodi do veće kupovne moći. Kompjuterske igrice stvaraju ovisnost. Gledanje nasilnog sadržaja na televiziji dovodi do porasta nasilja u zajednici.* Vrijednosne tvrdnje su one kojima vrednujemo prirodu, predmete, ljude, postupke i događaje. One odgovaraju na pitanje: *Kakvo je nešto?*. Primjerice: *Nacionalizam je štetan. Plenković je dobar govornik. Smrtna kazna je opravdana. Uvođenje karantene je korisno za očuvanje zdravlja građana.* Političke tvrdnje se odnose na prijedloge za nove postupke. One odgovaraju na pitanje: *Što učiniti?*. Političke tvrdnje sastoje se od tri dijela: preliminarne argumentacije, tvrdnje i potpornih argumenata. Preliminarna argumentacija služi uvjeravanju publike da problem doista postoji. Tvrdnja sadrži općeniti prijedlog što treba učiniti kako bi se problem razriješio. Potporni argumenti služe uvjeravanju u konkretne radnje koje treba poduzeti kako bi se ono što se tvrdi

ostvarilo. Primjerice: *UK treba izaći iz EU. Hrvatska treba povećati ekonomsku proizvodnju. Vjeronauk treba izuzeti iz nastave u osnovnim i srednjim školama. Homoseksualni parovi trebaju imati pravo na posvajanje djece.*“ Nastavnik grupira učenike u četiri skupine ovisno o broju i rasporedu sjedenja i dijeli Radni listić 1 (u nastavku RL). Zadatak RL1 jest ispravno povezati zadani primjer tvrdnje s odgovarajućom vrstom tvrdnje. Nakon što su učenici ispunili zadatak, po jedan predstavnik svake skupine čita točne odgovore za činjenične tvrdnje, predstavnik druge skupine za uzročno-posljedične, sljedeći za vrijednosne i na kraju posljednji za političke tvrdnje. Nastavnik uzima potrebno vrijeme za kratko pojašnjavanje nejasnoća u slučaju netočnih odgovora.

U nastavku sata nastavnik objašnjava drugi element argumentacije: očitosti. „Kada smo definirali argumentaciju, rekli smo da argumentirati podrazumijeva iznositi razloge koji podupiru ili opovrgavaju iznesenu tvrdnju. Razlozi se obično oblikuju pomoću očitosti. Očitosti mogu biti definicije, toposi, citati, zakoni, podaci, činjenice, primjeri (slučajevi), autoriteti, stereotipi, ilustracije. Uzmimo za primjer kontroverznu debatu na temu pobačaja. Ukoliko tvrdimo da pobačaj treba zabraniti u RH, trebamo najprije definirati što smatramo pobačajem. Naš argument možemo nastaviti graditi pomoću općeg toposa prema kojemu „svatko ima pravo na život“. Ukoliko tvrdimo da pobačaj ne treba zabraniti, trebamo također najprije definirati što smatramo pobačajem, a zatim se možemo pozvati na opći topos „svatko ima pravo na izbor“. Ovisno o našem stavu, uporište možemo tražiti i u zakonima, primjerice, možemo se pozvati na Zakon o zdravstvenim mjerama za ostvarivanje prava na slobodno odlučivanje o rađanju djece, stavak 3, članak 15. prema kojemu se prekid trudnoće može izvršiti do deset tjedana od dana začeća. A možemo uzeti za primjer i zakonsku regulativu nekih drugih država u kojima je pobačaj zabranjen. Također, možemo navesti svjedočenja relevantnih autoriteta iz područja ginekologije i porodiljstva, predočiti podatke o porastu ili padu broja pobačaja u zemljama koje su zakonski dopustile ili zabranile prekid trudnoće, navesti činjenice o posljedicama ilegalnih pobačaja na zdravstveno stanje žena ili ponuditi primjer Poljske koja je bliska Hrvatskoj prema povijesnim, kulturološkim i religijskim aspektima te ukazati na argumente poljskih aktivistica. Dakle, očitosti nam mogu poslužiti kao temelj za izgradnju argumenata.“ Nastavnik zatim dijeli učenicima RL2 s vježbama za prepoznavanje očitosti. Učenici samostalno rješavaju zadatak i nastavnik provjerava točne odgovore.

Naposljetku, nastavnik obrađuje posljednji element temeljne argumentacijske sheme: logičke veze. „Logičke veze su vrste zaključivanja. One povezuju očitosti s tvrdnjom. Logičke veze su: dedukcija, indukcija, analogija, uzročno-posljedična veza, zaključivanje po znakovima. Dedukcija je zaključivanje od općeg prema pojedinačnom. Sastoji se od tri dijela – velike i male premise i zaključka. Najčešći oblik deduktivnog zaključivanja je silogizam. Osnovno načelo deduktivnog zaključivanja jest da ako svi članovi nekog skupa imaju određena svojstva, a za nešto novo se tvrdi da pripada tom skupu, onda i to novo ima ista ta svojstva. Primjerice: *Svi punoljetni građani Republike Hrvatske imaju pravo glasovati na izborima. Ivan Horvat ima 23 godine i građanin je Republike Hrvatske. Ivan Horvat ima pravo glasovati na izborima.* Indukcija je suprotni postupak. To je zaključivanje od pojedinačnog prema općem. Temelji se na iskustvu da svi elementi jedne klase, ukoliko imaju ista obilježja, vjerojatno imaju ista svojstva. Primjerice: *Središnji Dnevnik RTL-a emitira se u 18.30h. Središnji Dnevnik HRT-a emitira se u 19h. Središnji Dnevnik Nove TV emitira se u 19.15h. Vremenski period od 20h do 22h smatra se udarnim terminom. Dakle, središnji dnevници najvećih televizijskih kuća emitiraju se prije udarnog termina.* Analogija je zaključivanje da su neka svojstva dvaju predmeta istovjetna na temelju njihove sličnosti u nekim drugim svojstvima. Primjerice: *Kada država uzima poreze kroz plaću, kako bi vratila poticaje za kupovinu goriva, to je kao da prijatelj od vas uzme žvaku i vrati vam je prožvakano.* Uzročno-posljedična veza je način sagledavanja uzroka i posljedica. Primjerice: *Neispravna prehrana i manjak tjelesne aktivnosti dovode do povećanja tjelesne kilaže.* Zaključivanje po znakovima je postupak izvođenja veza ili korelacija između dviju varijabli. Primjerice: *Ceste su mokre, dakle vjerojatno je padala kiša.* Od svih vrsta zaključivanja najveća jakost pridaje se deduktivnom zaključivanju, zatim induktivnom, uzročno-posljedičnom a na kraju zaključivanju prema analogiji i znakovima.“

3. Zaključak: Trajanje: 1 minuta

Nastavnik dijeli učenicima RL3 vježbe za prepoznavanje vrsti zaključivanja i zadaje im rješavanje listića za domaću zadaću. Nastavnik se zahvaljuje na suradnji i pozdravlja učenike.

7. Zaključak

U predstavljenom radu pokušali smo ukazati na važnost predsjedničkih sučeljavanja tijekom predizbornih kampanja te primjene retoričkih i neformalno-logičkih alata kao sredstava kritičkog mišljenja koja omogućuju pomniju analizu političkog diskursa. Istraživanja o utjecaju televizijskih

predsjedničkih debata ukazuju na određeni utjecaj koji one mogu polučiti na glasačko tijelo, te stoga predstavljaju važan događaj u predizbornoj kampanji. Televizijska predsjednička sučeljavanja mogu učvrstiti postojeće stavove glasača, ili utjecati na neodlučne glasače. Ipak, to je područje još nedovoljno istraženo s obzirom na raznolikost faktora koji mogu utjecati na oblikovanje glasačkog stava te zahtijeva kontinuiranu pozornost.

Televizijsko predsjedničko sučeljavanje koje smo promatrali iz retoričke i neformalno-logičke perspektive održalo se između kandidata Emmanuel Macrona i Marine Le Pen 3. svibnja 2017. godine u Francuskoj. U analizi smo promatrali argumentacijske obrasce, odabir riječi i bonton. Ustanovljeno je da je Marine Le Pen koristila ponajviše *ad hominem* argumente s ciljem oslabljivanja protivničkog *etos*a, dok je *logos* gotovo potpuno izostao. Također, njezin diskurs obilježen je nacional-populističkom ideologijom što se očituje kroz pozivanje na strah, prijezir, opoziciju „narod-elita“ i grubi govor lišen intelektualizama. Emmanuel Macron pokazao je bolju pripremljenost i govorničko umijeće te su njegovi argumenti bili primarno usredotočeni na *logos* i koncizno obrazlaganje argumentacije potkrijepljeno primjerima i toposima. U pogledu govornog bontona, oba kandidata su pokazivala strategiju osvajanja bodova i neuljudnost, Marine Le Pen *ad hominem* argumentima, a Emmanuel Macron ironijom.

Prostori koji se otvaraju za naknadne analize su usporedba preddebatnih i debatnih strategija dvaju kandidata, retorička analiza kompletnih predsjedničkih kampanja, usporedba predsjedničke debate održane 3. svibnja 2017. s onima koje su joj prethodile prije prvog kruga izbora, te usporedba predočene debate s onima koje će uslijediti na predsjedničkim izborima 2022. godine, a za koje je Marine Le Pen već najavila kandidaturu, dok se isto očekuje i od trenutnog predsjednika Emmanuela Macrona.

8. Literatura

1. Amossy, R. (2008). Dimension rationnelle et dimension affective de l'ethos. U Rinn, M. (Ur.), *Émotions et discours : L'usage des passions dans la langue*, 113-125. Presses universitaires de Rennes. Pristupljeno: 25. siječnja 2021. DOI: [10.4000/books.pur.30405](https://doi.org/10.4000/books.pur.30405)
2. Aristotel (1987). *Retorika 1, 2, 3: sa studijom: poimanje i značaj besedništva kod drevnih naroda*. Preveo, studiju i komentare sačinio M. Višić. Beograd, Valjevo: S. Mašić, M. Višić

3. Baider, F. (2015). La parole inversée ? Marine Le Pen et son identité-ressource langagière. U: *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, 11(1), 217–252. DOI: <https://doi.org/10.7202/1035937ar>
4. Baider, F. (2019). “Using modality, achieving ‘modernity’, portraying morality: Marine Le Pen’s (adverbial) stance in interviews”. U: Sullet-Nylander, F., Bernal, M., Premat, C., Roitman, M. (eds.): *Political Discourses at the Extremes. Expressions of Populism in Romance-Speaking Countries*, 125–147. Stockholm: Stockholm University Press. DOI: <https://doi.org/10.16993/bax.g>.
5. Benoit, W. L. (1987). On Aristotle's Example. *Philosophy & Rhetoric* (Vol. 20), 261-267
6. Benoit, W. L., McKinney, M. S., Holbert, R. L. (2001). *Beyond learning and persona: extending the scope of presidential debate effects*. *Communication Monographs*, 68(3), 259-273
7. Benoit, W.L., Wen, W.Ch., Yu, Tz. (2007). *A Functional Analysis of 2004 Taiwanese Political Debates*. *Asian Journal of Communication*, 17(1), 24-39. Pristupljeno: 25. siječnja 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/01292980601114521>
8. Blair, J. A. (2012). *Groundwork in the theory of argumentation: Selected papers of J. Anthony Blair* (Vol. 21). Springer Science & Business Media.
9. Blanuša, N. (2009). Uloga teorija zavjera u konstrukciji političke zbilje u Hrvatskoj: analiza političkog diskurza 1980.-2007. godine. Doktorska disertacija. Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu.
10. Bodlović, P. (2012). Osnovne odrednice načela milosrđa u argumentativnome kontekstu. *Scopus: časopis za filozofiju studenata Hrvatskih studija*, 12(25), 7-24.
11. Booth, W. C. (2004). *The rhetoric of rhetoric: The quest for effective communication*. John Wiley & Sons.
12. Brouard, S., Kerrouche, É. (2012). L'effet candidat lors des élections parlementaires: L'exemple des élections législatives 2012 en France. *Revue Française de Science Politique*, 63(6): 1113–1136.
13. Budzyńska-Daca, A., Botwina, R. (2015). Pre-election TV debates—persuasive games between ethos, logos, and pathos. U: Saftoiu, R., Neagu, M.-I., Mada, S. (Ur.): *Persuasive Games in Political and Professional Dialogue*, 39-54. John Benjamins Publishing Company.

14. Charaudeau, P., Lambert-Lucas. (2005). *Le discours politique: Les masques du pouvoir*. Limoges: Éditions Lambert-Lucas.
15. Clift, B., McDaniel, S. (2017). Is this crisis of French socialism different? Hollande, the rise of Macron, and the reconfiguration of the left in the 2017 presidential and parliamentary elections. U: *Modern & Contemporary France*, 25(4), 403-415. Pristupljeno: 25. siječnja 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/09639489.2017.1375649>
16. Danler, P. (2013). The Linguistic-Discursive Creation of the Speaker's Ethos for the Sake of Persuasion: A Key Aspect of Rhetoric and Argumentation. U: Kišiček, G., Žagar, I. (Ur.) *What do we know about World? Rhetorical and argumentative perspectives*. University of Windsors: Open Monograph Press. 37.-47
17. van Eemeren, F. H. (1996). *Fundamentals of argumentation theory: A handbook of historical backgrounds and contemporary developments*. New York: Routledge.
18. van Eemeren, F. H., Houtlosser, P. (ur.). (2002). *Dialectic and rhetoric: The warp and woof of argumentation analysis* (Vol. 6). Springer Science & Business Media.
19. van Eemeren, F. H., Grootendorst, R. (2003). *A Systematic Theory of Argumentation: The pragma-dialectical approach*. New York: Cambridge University Press.
20. van Eemeren, F. H., Garssen, B. (ur.). (2009). *Examining argumentation in context: Fifteen studies on strategic maneuvering* (Vol. 1). John Benjamins Publishing.
21. van, Eemeren, F. H., Garssen, B., Krabbe, E. C. W., Snoeck, H. A. F., Verheij, B., Wagemans, J. H. M. (2014). *Handbook of argumentation theory*. Dodrecht: Springer Netherlands
22. Fahnestock, J., Secor, M. (2004). *A Rhetoric of Argument*. Boston: McGraw-Hill
23. Fahnestock, J. (2011). *The Uses of Language in Persuasion*. Oxford University Press
24. Freeley, A. J., Steinberg, D. L. (2005). *Argumentation and Debate: Critical Thinking for Reasoned Decision Making*. Wadsworth: Thomson Learning.
25. Freeman, J. B. (2011). *Argument Structure: Representation and Theory* (Vol. 18). Springer Science & Business Media.
26. Fortin, G. (2006). Généalogie des débats politiques télévisés : ritualisation et construction d'un nouvel ethos politique.
27. Garmendia (2018). *Irony*. Cambridge University Press.

28. Gilbert, M. A. (2004). Emotion, Argumentation and Informal Logic. *Informal Logic*, 24(3), 245-264. <https://doi.org/10.22329/il.v24i3.2147>
29. Goffman, E. (1982). On Face-Work: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. U: *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. New York: Doubleday, 5-45.
30. Gosselin, A. (1995). Les attributions causales dans la rhétorique politique. *Hermès, La Revue*, 16(2), 153-166. <https://doi.org/10.4267/2042/15189>
31. Grice, H. P. (1995). *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press.
32. Groarke, L. A., & Tindale, C. W. (2004). *Good reasoning matters: A constructive approach to critical thinking*. Oxford University Press
33. Grootendorst, R., van Eemeren, F. H. (2003). *A systematic theory of argumentation: The pragma-dialectical approach*. New York: Cambridge University Press.
34. Hitchcock, D. (2017). *On reasoning and argument*. Cham: Springer.
35. Huddy, L., Sears, D. O., Levy, J. S. (2013). *The Oxford Handbook of Political Psychology*. New York: Oxford University Press.
36. Hwang, H., Gotlieb, M. R., Nah, S., McLeod, D. M. (2007). Applying a cognitive-processing model to presidential debate effects: Postdebate news analysis and primed reflection. *Journal of Communication*, 57(1), 40-59.
37. Jamieson, K. H. , & Birdsell, D. S. (1990). *Presidential debates: The challenge of creating an informed electorate*. New York: Oxford University Press.
38. Janković-Paus, S. Ž. (2013). Argumentacijski model Stephena Toulmina : Usporedna analiza slovenskog i hrvatskog osnovnoškolskog udžbeničkog diskursa. *Philologia Mediana*, (Vol. 5).
39. Johnson, R. H., Ohlbach, H. J., Gabbay, D. M., & Woods, J. (2002). *Handbook of the Logic of Argument and Inference: The Turn Towards the Practical*. Elsevier.
40. Johnson, R. H. (2014). *The rise of informal logic: Essays on argumentation, critical thinking, reasoning and politics* (Vol. 2). University of Windsor.
41. Jorgensen, C. (2014). Rhetoric, dialectic and logic: The wild-goose chase for an essential distinction. *Informal Logic*, 34, 2, 152-166.
42. Keča, M. (2012). *Metodički pristup debati u nastavi*. Diplomski rad. Filozofski fakultet u Zagrebu. Sveučilište u Zagrebu

43. Kienpointner, M (2008) Impoliteness and emotional arguments. *Journal of Politeness Research: Language, Behaviour, Culture* 4(2): 243–265
44. Kišiček, G. (2008). USPOREDBA ŽENSKE I MUŠKE RETORIKE U POLITICI. *Govor*, 25(2), 189-201.
45. Kišiček, G. (2010). Pogreške u argumentaciji–dvojbe u tumačenju i klasifikaciji. *Govor*, 27(2), 129-143.
46. Kišiček, G. (2013). The Political Discourse on Croatia’s EU Accession: A Rhetorical Analysis of the Presentation of the European Union among Supporters and opponents of the EU. *What do we know about the world?*
47. Kišiček, G., Žagar, I. Z. (2013). *What do we know about the World?: Rhetorical and Argumentative Perspectives*, 1. University of Windsor.
48. Kišiček, G. (2018). *Rhetoric and Politics*. Jesenski i Turk.
49. Kock, Ch. (2008). Choice is Not True or False: The Domain of Rhetorical Argumentation. *Argumentation* 23, 61–80. Pristupljeno: 25. siječnja 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10503-008-9115-x>
50. Kraus, M. (2013). Arguing or reasoning? Argumentation in rhetorical context. OSSA Conference Archive. 97.
51. Lauc, D., Banek, A., Tomek, T., Mikić, K. (2019). *Pojmovnik elementarne logike*. Sveučilište u Zagrebu: FF Press
52. Lukić, I. (2013). *Debata kao nastavna metoda u predmetima društveno-humanističkog područja*. Agencija za odgoj i obrazovanje.
53. Macagno, F. (2013). What we hide in words: Value-based reasoning and emotive language. *OSSA Conference Archive*. 109. Pristupljeno: 25. siječnja 2021.: https://scholar.uwindsor.ca/ossaarchive/OSSA10/papersandcommentaries/109/?utm_source=scholar.uwindsor.ca%2Fossaarchive%2FOSSA10%2Fpapersandcommentaries%2F109&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
54. Macagno, F., Walton, D. (2019). Emotive Meaning in Political Argumentation. *Informal Logic*, Vol. 39 (3), 229-261
55. Mayaffre, D. (2015). L’anaphore rhétorique, *Pratiques. Linguistique, littérature, didactique*, 165-166. Pristupljeno: 25. siječnja 2021. DOI : [10.4000/pratiques.2418](https://doi.org/10.4000/pratiques.2418)

56. McKinney, S. M., Warner, B. R. (2013). *Do Presidential Debates matter? Examining a Decade of Campaign Debate Effects*. *Argumentation and Advocacy*, 49(4), 238-258
57. Meyer, M., Carrilho, M. M., Timmermans, B., Mikšić, V. (2008). *Povijest retorike od Grka do naših dana*. Zagreb: Disput.
58. Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH. *Kurikulum nastavnoga predmeta Hrvatski jezik za osnovne škole i gimnazije*. Ministarstvo znanosti i obrazovanja. Pristupljeno: 25.1.2021. <https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Publikacije/Predmetni/Kurikulum%20nastavnoga%20predmeta%20Hrvatski%20jezik%20za%20osnovne%20skole%20i%20gimnazije%20u%20RH.pdf>
59. Nadeau, R., Bélanger, É., Lewis-Beck, M., Cautrès, B., Foucault, M. (2012). Les effets des campagnes électorales. U: Nadeau, R., Bélanger, É., Lewis-Beck, M., Cautrès, B., Foucault, M. (Ur.), *Le vote des Français de Mitterrand à Sarkozy: 1988 - 1995 - 2002 – 2007*, 203-228. Paris: Presses de Sciences Po. <https://www.cairn.info/le-vote-des-francais-de-mitterrand-a-sarkozy--9782724612127-page-203.htm>. Pristupljeno: 25. siječnja 2021.
60. Palašić, N. (2015). Komunikacijska vrijednost ironije. *Fluminensia*, god. 27, br. 1, 123-136
61. Pinto, R. (2011). Emotions and reasons. *OSSA Conference Archive*. 37. Pristupljeno: 25. siječnja 2021. https://scholar.uwindsor.ca/ossaarchive/OSSA9/papersandcommentaries/37/?utm_source=scholar.uwindsor.ca%2Fossaarchive%2FOSSA9%2Fpapersandcommentaries%2F37&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
62. Rapp, C., Wagner, T. (2012). On some Aristotelian sources of modern argumentation theory. *Argumentation*, 27(1), 7-30.
63. Sloane, T. O. (2001). *Encyclopedia of rhetoric*. New York: Oxford University.
64. Sunara-Jozek, D. (2019). GOVORNIŠTVO – POTREBA U HRVATSKOMU ODGOJNO-OBRAZOVNOMU SUSTAVU. *Život i škola*, LXV (1-2), 171-180. Pristupljeno: 25. siječnja 2021. DOI: <https://doi.org/10.32903/zs.65.1-2.13>
65. Surel, Y. (2019) How to stay populist? The Front National and the changing French party system. *West European Politics*, 42(6). Pristupljeno: 25. siječnja 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1596693>
66. Škarić, I. (2004). *Skripta za mentore govorničke škole*. Zagreb

67. Škarić, I. (2008). *Temeljci suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
68. Škarić, I. (2011). *Argumentacija*. Zagreb: Globus.
69. Tindale, C. W. (1999). *Acts of arguing: A rhetorical model of argument*. SUNY Press.
70. Tindale, C. W. (2004). *Rhetorical argumentation: Principles of theory and practice*. SAGE Publications.
71. Tindale, C. W. (2007). *Fallacies and argument appraisal*. Cambridge University Press.
72. Tindale, C. W. (2015). *The Philosophy of Argument and Audience Reception*. Cambridge University Press
73. Trent, J. S., Friedenber, R. V. (1995). *Political Campaign Communication: principles and practices*. Prager Publishers.
74. Walton, D. (2000). Case Study of the Use of a Circumstantial Ad Hominem in Political Argumentation. U: *Philosophy & Rhetoric*, 33(2), 101-115.
75. Walton, D. (2006). Poisoning the Well. U: *Argumentation*, 20, 273-307.
76. Walton, D. (2006). *Fundamentals of Critical Argumentation*. Cambridge; New York: Cambridge University Press
77. Walton, D. (2007). *Media argumentation: Dialect, persuasion, and rhetoric*. Cambridge: Cambridge University Press.
78. Walton, D., Godden, D. (2007) Informal logic and the dialectical approach to argument. U: Hansen, H.V., Pinto, R.C. (Ur.), *Reason Reclaimed*, 3-17. Newport News, VA: Vale Press.
79. Walton, D. (2016). *Ad Hominem Arguments*. University of Alabama Press. Ebook
80. Zarefsky, D., Bizzarri, N., Rodriguez, S. (2005). *Argumentation: The study of effective reasoning*. Teaching Company.
81. Zarefsky, D. (2014). *Political argumentation in the United States: Historical and contemporary studies. Selected essays by David Zarefsky*. John Benjamins Publishing Company.
82. Zarefsky, D. (2014). *Rhetorical perspectives on argumentation: Selected essays*. Heidelberg: Springer.
83. Zarefsky, D. (2016). *Public speaking: Strategies for Success* (8. izd.). New York: Pearson

Sažetak: *Argumentacijska analiza predsjedničkih sučeljavanja na izborima u Francuskoj 2017.*

Ovaj rad bavi se argumentacijskom analizom televizijskog predsjedničkog sučeljavanja između Marine Le Pen i Emmanuela Macrona koje se održalo prije drugog izbornog kruga 2017. godine. U radu se koristi metoda deskriptivne analize. Kod kandidata su se proučavali preferirani argumentacijski obrasci, argumentacijske pogreške, bonton, odabir riječi i korištenje retoričkih sredstava uvjeravanja, *logosa*, *etos*a i *patosa*. Ustanovljeno je da diskurs Marine Le Pen odražava karakteristike populističke ideologije, te da se tijekom debate oslonila prvenstveno na napade na *etos*, u vidu *ad hominem* argumenata te na *patos*, u vidu emotivnih argumenata, dok je argumentacija *logosom* bila neprimjetna. Ustanovljeno je i da Le Pen često koristi priloge u svrhu kreiranja bliskosti i autoriteta. Emmanuel Macron argumentaciju je usredištiio prvenstveno oko *logosa*, konstrukcije pozitivnog *etos*a i identifikacije s publikom. Svoju sugovornicu diskreditirao je na temelju nedostatne argumentacije, nepripremljenosti i ideologije koju zastupa *Front national*. U njegovu diskursu je često prisutna ironija. Radom se ukazuje i na važnost argumentacijske analize i debate za razvoj kritičkog mišljenja. Metodčki dio rada sadrži prijedlog i plan za izvođenje nastavnog sata iz predmeta Retorike na temu argumentacije i debate.

Ključne riječi: argumentacija, debata, predsjednička debata, Marine Le Pen, Emmanuel Macron.

Summary: *Argumentation Analysis of French Presidential Debates in 2017*

The present thesis is focused on argumentation analysis of French presidential TV debate between Marine Le Pen and Emmanuel Macron that took place in 2017 between the two rounds of the presidential election. The descriptive analysis method is used as a methodological framework. The candidate's performance is analysed by observing argumentation schemes, fallacies, politeness, word choice and presence of persuasive rhetorical devices, *logos*, *ethos* and *pathos*. The results have shown that Marine Le Pen's discourse is marked by populism, and that her strategy throughout the debate relied on attacking the opponent's *ethos*, by using *ad hominem* arguments, as much as on *pathos*, by using the emotive arguments, whereas the argumentation from *logos* was insignificant. The results have also shown that Le Pen often uses adverbs to build the proximity and authority relation with the audience. Emmanuel Macron's argumentation was centered primarily on *logos*, construction of positive *ethos*, and identification with the audience. He attacked his opponent for insufficient argumentation, poor preparation, and political ideology of *National Front*. His discourse is often marked with irony. The present work also brings to attention the importance of argumentation analysis and debating for development of critical thinking skills. The thesis also includes a proposal of a class period in the subject of Rhetoric dedicated to argumentation and debate.

Key words: argumentation, debate, presidential debate, Marine Le Pen, Emmanuel Macron

Prilozi

Vježbe za prepoznavanje tvrdnji

Radni listić 1

Tvrdnje su poredane točno. Nastavnik treba izmiješati tvrdnje nasumičnim redoslijedom.

Činjenična tvrdnja	<i>Feminizam je postao nepotreban za suvremeno društvo. Inteligencija je ključna za uspjeh u školi. Znanost je bitnija od umjetnosti. Sloboda govora podrazumijeva slobodu govora mržnje. Institucije rade svoj posao.</i>
Uzročno-posljedična tvrdnja	<i>Školske uniforme povećavaju jednakost među učenicima. Građanske revolucije dovode do napretka društva. Politička obrazovanost utječe na stavove glasača. Karijerizam dovodi do smanjenja broja novorođene djece. Cijepljenje uzrokuje autizam.</i>
Vrijednosna tvrdnja	<i>Nastava na daljinu je bolja od nastave u školi. Hrvatsko školstvo je dovoljno dobro za potrebe tržišta rada. Život na selu je bolji od života u gradu. Članstvo u EU ima više prednosti nego mana. Brak je zastarjela institucija.</i>
Politička tvrdnja	<i>Treba uvesti test političke obrazovanosti za pristup glasanju. Treba zabraniti testiranje kozmetičkih proizvoda na životinjama. RH treba više poštivati načelo sekularnosti. RH treba poticati ostanak stanovništva u Hrvatskoj. Treba uvesti obavezno cijepljenje protiv HPV-a.</i>

Vježbe za prepoznavanje očitosti

Radni listić 2

Pojmovi su navedeni s pripadajućim primjerima, dok se u nastavi trebaju izmiješati kako bi učenici povezali odgovarajuće pojmove s definicijama.

Definicija	Brak je životna zajednica žene i muškarca; društveni odnos između osoba različita spola reguliran pravnim normama; osnova obitelji. (<i>enciklopedija.hr</i>)
Topos	Ono što je istinito je vrijednije od onoga što je lažno.
Stereotip	Žene su lošiji vozači od muškaraca.
Primjer	Postoje razni načini kako se može smršaviti. Primjerice, osobe koje nisu fizički aktivne mogu se okušati u LCHF prehrani dok se sportskim tipovima preporuča keto prehrana.
Autoritet	Na predavanju o protupotresnoj gradnji govorio je diplomirani inženjer građevine s Instituta građevinarstva.
Zakon	Prema Zakonu o zaštiti od nasilja u obitelji, zdravstveni radnici, djelatnici u ustanovama socijalne skrbi, osobe zaposlene u odgojno-obrazovnim ustanovama, stručni radnici zaposleni u vjerskim ustanovama, humanitarnim organizacijama ili organizacijama civilnog društva te sve druge stručne osobe koje u svom radu dolaze u kontakt sa žrtvama nasilja u obitelji dužni su prijaviti policiji ili državnom odvjetništvu počinjenje nasilja u obitelji.
Primjer (slučaj)	Neki političari doista rade za dobrobit zajednice. Primjerice, gradonačelnik Svete Nedjelje, Dario Zurovec, donio je bezbroj pozitivnih mjera za razvoj političke kulture grada Svete Nedjelje, između ostaloga i transparentan uvid u gradske prihode i rashode.
Ilustracija	Teorija velikog praska jedna je od najutjecajnijih teorija o postanku svemira. Da bismo što bolje prenijeli postulate te teorije, molimo vas da najprije zamislite jedno jaje u koje stane sve što danas znate o svemiru. To je jaje bujalo i bujalo, a da bi se prije 13,8 milijardi godina konačno raspuknulo.

Podatak	U Republici Hrvatskoj stopa anketne nezaposlenosti prema Eurostatu u razdoblju od VII. – IX. 2020. iznosi 7,5%.
Činjenica	Ispušni plinovi automobila zagađuju zrak.
Svjedočenje	O stravičnom događaju koji je zadesio mali primorski grad, svoje doživljaje ispričao nam je njegov stanovnik, Ivan Horvat.

Radni listić 3

Vježbe za određivanje logičkih veza

Dolje navedeni primjeri su točno određeni. Nastavnik treba izmijeniti redoslijed primjera.

Dedukcija	Svi državljani Republike Hrvatske imaju opće i jednako biračko pravo s navršениh 18 godina u skladu sa zakonom. Ivan Horvat je državljаниn Republike Hrvatske. Ivan Horvat ima 20 godina. Dakle, Ivan Horvat ima biračko pravo u Republici Hrvatskoj
Indukcija	Ivan Horvat ide na fakultet i može raditi na studentski ugovor. Ivana Kovač ide na fakultet i može raditi na studentski ugovor. Petar Kovač ide na fakultet i može raditi na studentski ugovor. Svi studenti koji idu na fakultet mogu raditi na studentski ugovor.
Analogija	Postoji mogućnost života na Jupiterovom mjesecu Europi jer ima atmosferu koja sadrži kisik kao i Zemlja.
Uzročno-posljedična veza	Povećana potražnja za sezonskim turističkim radnicima dovela je do pada broja nezaposlenih.
Znakovi	Građani su primijetili gusti oblak dima u blizini petrokemijske tvornice te su odmah nazvali vatrogasce zbog sumnje na požar.