

UDK 811.163.4'373.49:070
Pregledni rad

Kristina PALAJSA-BACKOVIĆ (Podgorica)
Institut za strane jezike – Podgorica
palajsa@t-com.me

EUFEMIZACIJA SPORTSKOGA DISKURSA NA KORPUSU CRNOGORSKIH DNEVNIH NOVINA

Ovaj rad bavi se pragmatičkom analizom primjera eufemizama i eufemističkih strategija iz oblasti sportskog diskursa u savremenim pisanim medijima. Autor daje kratak pregled najvažnijih pragmatičkih koncepata (princip učtivosti, strategije očuvanja obraza i Grajsove maksime) za koje se smatra da značajno motivišu upotrebu eufemizama i ortofemizama u toj vrsti javne komunikacije. Nakon osvrta na ključnu literaturu koja se bavi tom problematikom, izdvajaju se, a potom i analiziraju, najreprezentativniji primjeri eufemizacije te vrste medijskog diskursa.

Ključne riječi: *eufemizmi, pragmatika, sportski diskurs, princip učtivosti, Grajsove maksime, strategije očuvanja obraza*

Eufemizmi i njihove funkcije

Riječ eufemizam prvi put u engleskom jeziku zabilježena je tek 1656. godine u djelu *Glossographia* i definiše se kao: „dobro ili povoljno tumačenje loše riječi” (*a good or favourable interpretation of a bad word*) (Enright, 1985: 13). Nakon te, rekli bismo vrlo sažete definicije, uslijedila su mnogobrojna tumačenja u kojima su naglašavani različiti aspekti analize eufemizama, a koje i danas možemo naći u opštim i specijalizovanim rječnicima, knjigama i naučnim radovima koji se bave tom tematikom. Tako se kod Bugarskog eufemizmi definišu kao „lepše reči za pojmove neprijatnih asocijacija ili manje cenjena zanimanja, odnosno niži status“ (npr. pokojnik, blagosloveno stanje, zaobilaziti istinu, radnik na održavanju čistoće itd.) (Bugarski, 2009: 212).

Na ovome mjestu izdvojićemo još neke definicije eufemizama na koje često nailazimo u stručnoj literaturi, a koje mogu doprinijeti boljem razumijevanju toga naočigled vrlo jednostavnog pojma:

- ... *an alternative to a dispreferred expression, in order to avoid possible loss of face: either one's own face or, through giving offense, that of the audience, or some third party.*¹
- ... *inoffensive or positive words (or phrases) we use to soften a harsh, unpleasant or distasteful reality.*²
- ... *we have a euphemism if the interpreter perceives the use of some word or expression as evidence of a wish on the part of the speaker to denote some sensitive phenomenon in a tactful and/or veiled manner.*³

Kao što se vidi na primjerima izdvojenih citata, različite perspektive izučavanja mogu dominirati prilikom definisanja eufemizama. Neki autori smatraju da kroz upotrebu eufemističkih strategija u javnom i privatnom diskursu govornici nastoje sačuvati svoj obraz, ali i obraz sagovornika i drugih učesnika u konverzaciji. Po *Rawsonu* i *Lutzu* ipak je najvažnije istaći funkciju eufemizma koju odlikuje zamjenjivanje neprikladnog ili uvredljivog izraza blažim, pozitivnim riječima i frazama, kako bi se na taj način pokušala ublažiti neprijatna situacija. Međutim, nema sumnje da eufemističke strategije kojima govornici pribjegavaju nekad mogu biti teško uočljive, jer ih sprovode na vrlo suptilan način kako bi izbjegli moguće nesporazume u toku komunikacije. S tim u vezi, *Voren* nam nudi kriterijum za identifikaciju prisutnosti eufemizama u jeziku, a koji nam nalaže da dobro oslušnemo da li je diskurs koji je predmet našeg izučavanja obogaćen riječima i frazama kojima se u nekoj prikrivenoj formi nastoji govoriti o osetljivim temama. Ukoliko utvrdimo postojanje takve namjere, onda je, po njegovom mišljenju, nesumnjivo riječ o jezičkoj strategiji koja se služi eufemizmima u postizanju nekih od već pomenutih ciljeva.

Analizirajući sve navedene definicije primjećujemo da je svako od pomenutih tumačenja usmjereno na jedan ili više ključnih aspekata koji čine fenomen eufemizma u jeziku, a koji se mogu izučavati u okviru lingvističkih, sociolingvističkih pa i psiholingvističkih disciplina. Međutim, kao što se vidi, sve definicije naposljetku dijele zajedničku ideju, a to je da se kroz upotrebu eufemizama u komunikaciji nastoje zamijeniti neugodni ili neodgovarajući izrazi prikladnijim i indirektnim terminom koji više odgovara kontekstu upotrebe ili datoj situaciji. To je vjerujemo srž koncepta koji su tokom proteklih godina istraživali brojni naučnici i lingvisti, u skladu sa svojim jezičkim afinitetima, a kako bi ukazali na različite funkcije upotrebe toga lingvističkog sredstva u pisanome i govornome diskursu.

¹ *Allan & Burridge*, 1991: 11.

² *Mihas*, 2005: 129.

³ *Gradečak-Erdeljić*, 2005: 187.

Izučavanje eufemizama sa stanovišta pragmatike

„Pragmatika je disciplina koja proučava upotrebu jezika, posebno sa stanovišta *komunikacijskih namera* govornika i *dejstva* koje oni postižu služeći se jezikom” (Bugarski, 2009: 221).

Lingvisti se često odlučuju za analizu eufemizama sa stanovišta pragmatike. Njen značaj ističu jer se ta disciplina ne bavi izučavanjem značenja u izolaciji, već tumači kontekstualizovane rečenice tj. iskaze (Bugarski, 2009: 221). Primijetimo da se razlika pravi između rečenice kao jedinice jezičkoga sistema i iskaza kao realizacije te jedinice u govoru, a u okviru određenoga konteksta. U ovome radu bavićemo se analizom prisustva eufemističkih termina i upotrebe eufemističkih strategija isključivo u domenu pisanoga diskursa tj. na primjerima izdvojenih djelova iz odabranoga korpusa crnogorske dnevne štampe.

Poimanje eufemizama i procesa eufemizacije u modernoj javnoj komunikaciji neće biti potpuno bez temeljnoga razumijevanja pragmatičkih koncepata učtivosti, očuvanja obraza kao i Grajsovih maksima, koji se smatraju ključnim faktorima za efikasnu i uspješnu razmjenu informacija u jeziku.

Svjesni smo činjenice da u današnje vrijeme uspjeh u raznim društvenim krugovima zahtijeva prisustvo izvjesnoga stepena komunikativne kompetencije⁴ govornika, što se između ostaloga reflektuje i kroz sve veću upotrebu eufemizama, da bi se izbjegao zastoj, a naročito prekid u komunikaciji. To je u javnoj komunikaciji, a posebno u diskursu medija, moguće postići primjenom principa učtivosti (*politeness principle*) u razgovoru sa sagovornicima, a potom upotrebom strategija koje obezbjeđuju očuvanje obraza govornika i njegovih slušalaca/čitalaca (*face-saving strategies*), što najčešće rezultira kršenjem nekih ili možda svih Grajsovih konverzionih maksima (*Grice's maxims*).

Kao što smo već ukazali, eufemizmi se koriste kako bi se izbjegla neugodna situacija, te stvorili preduslovi za ostvarivanje komunikacije među zainteresovanim učesnicima. U tome značajnu ulogu igra princip učtivosti koji učesnici u konverzaciji dosljedno primjenjuju u želji da ne povrijede osećanja drugih, i na taj način demonstriraju svoju sposobnost za uspješno vođenje razgovora.

Politeness can be defined as showing awareness of and consideration for another person's face (Yule, 2006: 119).

⁴ Bugarski je definiše kao: „znanje potrebno da se prikladno upotrebljavaju jezička sredstva neke govorne zajednice” (Bugarski, 2004: 104).

Kao što vidimo iz te definicije, primjena principa učtivosti ukazuje na obazrivost govornika da ne uvrijedi obraz drugih učesnika u procesu komunikacije. Na taj način princip učtivosti dovodi se u blisku vezu i s konceptom očuvanja obraza sagovornika. Pored ključne kategorije obraza, brojni drugi faktori takođe se uzimaju u obzir prilikom primjene principa učtivosti. Najvažniji među njima je svakako kontekst, pa slijede: uzrast učesnika, stepen njihove bliskosti, društveni status, tema, okruženje i sl. Ukoliko vodimo računa i o tim ekstralingvističkim faktorima, komunikacija će se odvijati bez većih poteškoća, pa se smatra da efekat pristojnosti u tome slučaju neće izostati.

Allan i Burridge tvrde da uspješna razmjena informacija i mišljenja nalaže upotrebu eufemizama i ortofemizama, ali ne i disfemizama. Upotreba eufemizama je u bliskoj vezi sa principom učtivosti i podrazumijeva korišćenje pozitivno ili neutralno obilježenog termina, a nikako onoga koji može imati negativne konotacije. Taj negativno obilježeni termin oni nazivaju disfemizmom i definišu ga kao izraz čije konotacije mogu biti uvredljive za lice na koje se odnosi ili druge slušaoce, ili čak za obje strane, pa ga je neophodno zamijeniti neutralnim ili eufemističkim terminom (*Allan and Burridge*, 1991: 26).

Braunova i Levinson takođe su proučavali fenomen učtivosti u interpersonalnoj komunikaciji, te zaključuju da se njegovom primjenom nastoji spriječiti konflikt među sagovornicima, pri čemu se posebno vodi računa o slušaocima kroz primjenu neke od eufemističkih strategija. Oni učtivost dijele na pozitivnu i negativnu. Prema njihovom mišljenju, pozitivna učtivost služi da sačuva pozitivan obraz slušalaca (pozitivnu sliku o sebi), dok negativna ima za cilj djelimično očuvanje negativnog obraza slušalaca⁵ (*Brown & Levinson*, 1987).

Već smo pomenuli da eufemizmi i ortofemizmi imaju veliku ulogu u očuvanju obraza govornika, slušalaca i drugih učesnika u komunikaciji, a što je neodvojivo povezano i s principom učtivosti. Mnogi autori međutim smatraju da je upravo koncept obraza osnova pomenutog principa. *Allan i Burridge* definišu obraz kao sliku koju govornici imaju o sebi u javnosti, i tako upotrebu eufemizama u komunikaciji vezuju za:

- očuvanje obraza govornika (*save one's face*);
- očuvanje/smanjenje prijetnje po obraz slušalaca ili drugih učesnika (*face-wants of others*).⁶

⁵ Zanimljivo je i da su utvrdili da su žene više pozitivno učtive nego muškarci kao i da žene koriste strategije negativne učtivosti u situacijama u kojima ih muškarci ne bi koristili (*Santaemilia*, 2005: 10).

⁶ Detaljnije o tome vidi u: *Forbidden Words: Taboo and the Censoring of Language*.

Kako bismo to postigli posebnu pažnju treba obratiti na: izbor adekvatnog (pozitivnog) termina, način izražavanja, neverbalnu komunikaciju i dr.

S tim u vezi, *McGlone i Batchelor* su u radu: *Looking Out for Number One: Euphemism and Face* pokušali da utvrde da li se eufemizmi koriste u jednakoj mjeri u situacijama kad je ugrožen obraz govornika, kao i u onima kad se dovodi u pitanje pozitivan obraz drugih učesnika. Vođeni tom idejom, sproveli su istraživanje vezano za strategiju očuvanja obraza govornika i slušalaca, s ciljem da otkriju da li je upotreba eufemizama više motivisana željom da govornik zaštiti sebe ili svoje sagovornike kad se govori o nekoj neugodnoj temi. Rezultati do kojih su došli nesumnjivo su pokazali da je upotreba eufemizama bila izraženija u situacijama kada je govornik unaprijed znao da će nakon eksperimenta njegov identitet biti otkriven. Taj podatak je autore naveo na zaključak da je brojnost eufemizama u javnoj komunikaciji izraženija kad je u pitanju očuvanje sopstvenog obraza i zaštita ličnosti, a znatno manja kada se vodi računa o obrazu slušalaca i drugih učesnika.⁷ To istraživanje ujedno se može posmatrati i kao svojevrsni indikator aktuelnoga stanja i promjena koje se odvijaju u komunikacijama modernoga društva. Iz tih rezultata može se zaključiti da u današnje vrijeme postojanje neprijatnosti tokom konverzacije najviše vezujemo za očuvanje/gubitak obraza govornika, dok je u prošlosti dominirao strah od pominjanja tabu teme i termina.

I za kraj, moramo pomenuti Grajsov princip saradnje i konverzacione maksime koje učesnici u komunikaciji treba da poštuju i dosljedno sprovede kako bi se realizovala optimalna razmjena informacija. Grajs zagovara saradnju u procesu komunikacije kroz primjenu načela saradnje/kooperativnosti (*Grice's Cooperative Principle*) kojim se od učesnika traži da poštuju četiri osnovne maksime i time doprinesu uspjehu govornoga čina. Kako bi se taj princip ostvario, neophodno je prvo poznavati, a zatim i poštovati sljedeće četiri Grajsove maksime:

- **maksima kvantiteta** – govori o količini informacija koju treba pružiti:

Ne prezentovati više informacija nego što je neophodno (primjer kršenja maksime: prevelika ili nedovoljna količina podataka).

- **maksima kvaliteta** – odnosi se na istinitost tvrdnji:

Iznositi samo one činjenice u koje smo sigurni i za koje posedujemo dokaze (primjer kršenja maksime: prenošenje netačnih ili neprovjerenih informacija).

⁷ Za detalje o istraživanju vidi *McGlone i Batchelor: Looking Out for Number One: Euphemism and Face*.

- **maksima odnosa** – odnosi se na relevantnost informacija koje se vezuju za neki kontekst:

Saopštiti samo informacije koje su relevantne za dati kontekst: (primjer kršenja maksime: prezentovati činjenice koje nijesu relevantne za tekuću temu te naprasno započeti novu).

- **maksima načina** – odnosi se na način izražavanja:

Govoriti jasno, sažeto bez dvosmislenosti i konfuznosti (primjer kršenja maksime: predugačka uvodna priča koja odlaže glavnu radnju; namjerno iznijeti nejasno saopštenje).⁸

Pragmatička analiza eufemizacije sportskoga diskursa

Jedan od najboljih načina da proanaliziramo kako se upotrebom eufemizama pokušava ublažiti realno stanje i sačuvati obraz učesnika komunikacije, jeste posmatranjem diskursa kojem govornici pribjegavaju kad moraju saopštiti nepovoljne rezultate koji su ostvareni u oblasti sporta. Proučavajući novinske članke (iz korpusa crnogorskih dnevnih novina „Dan“ i „Vijesti“) koji su izvještavali o plasmanima ekipa na raznim takmičenjima, mogli smo primijetiti da se o neuspjesima favorizovanih timova govorilo na jedan poseban način, i to primjenom eufemističkih strategija kojima se nastoje ispoštovati pragmatički koncepti, često uz upotrebu raznih semantičkih sredstava (metafora, metonimija, parafraza itd.), a nikako na direktan ili možda grub način. Tako smo zaključili da sportski žargon predstavlja veoma povoljno tlo za sprovođenje strategije eufemizacije, a sve u skladu s pomenutim principima očuvanja obraza i učtivosti, o kojima je ranije bilo govora.

Kao tipičan primjer rečenice kojom se u dnevnim novinama nagovješta da je utakmica izgubljena, izdvajamo naslov teksta koji glasi: *Još jednom nedostajalo malo*. Česta je upotreba fraze *falilo je malo* ili *falilo nam je nešto* uz razne premodifikacije i postmodifikacije, kada se želi indirektno saopštiti vijest o porazu koji je ekipa pretrpjela. To je obično uvod, nakon čega slijede brojna objašnjenja o tome što je dovelo do takvoga stanja. U nastavku izdvojili smo neke primjere u kojima se sprovodi pomenuta jezička praksa:

- *Tokom čitave utakmice smo vodili gol ili dva razlike, ali u posljednjoj četvrtini se ispostavilo da nismo imali snage da održimo rezultat. Umor je rezultirao gubitkom koncentracije...*
- *Igrali smo dobro do finiša, ali smo na kraju izgubili. Naporan put i dva dana bez treninga su uticali na to.*

⁸ Detaljnije o njima: Grice, *Logic and Conversation*.

- *Mogli smo do pobjede ali su Mađari još jednom pokazali da su odlična ekipa.*
- *Odigrali su vaterpolisti Crne Gore dobro tri četvrtine protiv Mađarske, ali im je u poslednjoj ponestalo snage, što je rival iskoristio da serijom 4:0 stigne do pobjede na startu Svjetskog prvenstva u Šangaju.*
- *Kada budemo na višem nivou sa fizičkom spremom, bićemo daleko bolji.*
- *Protiv Litvanije smo prikazali dobru partiju, bili u egalu, ali smo poklekli u finišu.*
- *Međutim, poslije odmora došlo je do opuštanja u redovima “crvenih”, što je iskoristio Čerapović i do 25. minuta vratio Šveđane u meč (54:52).*

Kao što vidimo, samo u jednom izdvojenom primjeru eksplicitno je rečeno da je ekipa izgubila utakmicu. U ostalim rečenicama na poraz se samo aludiralo, eufemizirajući ga na razne načine: *nismo imali snage da održimo rezultat, mogli smo do pobjede, ali..., što je rival iskoristio da stigne do pobjede, bićemo bolji, poklekli smo u finišu, došlo je do opuštanja, što je iskoristio* itd. Izborom adekvatnih termina i karakterističnim načinom izražavanja govornici su se opredijelili za strategiju očuvanja svog obraza korišćenjem različitih eufemističkih sredstava. Napominjemo da je poznavanje konteksta u kojem su rečenice smještene od presudnog značaja za način interpretacije eufemizama. Često se isti, djelimično stereotipni izrazi koriste i u funkciji disfemizma, što isključivo zavisi od okolnosti i namjere govornika u datoj situaciji. Posebno je zanimljiv i jedan primjer u kojem trener protivničke ekipe komentariše „katastrofalni“ poraz svojih suparnika, i to sljedećom rečenicom:

- *Mislim da Rudar nije igrao toliko loše koliko rezultat pokazuje.*

U tome primjeru na djelu je primjena principa učtivosti kombinovana s pokušajem govornika da sačuva obraz sagovornika u javnoj komunikaciji (*face-wants of others*), vjerujemo iz čistog saosećanja s rivalima. Međutim, u pisanim medijima ovakvi primjeri nijesu toliko česti kao što je to slučaj sa onima koji pripadaju kategoriji očuvanja sopstvenog obraza u kojima govornici nastoje da odbrane sebe i svoje postupke, kao što nam je pokazalo i istraživanje koje su sproveli *McGlone i Batchelor*.

Za kraj, izdvojićemo još neke zanimljive primjere kojima se obavještava šira javnost o negativnom ishodu meča uvođenjem raznih eufemističkih sinonima. Svi oni imaju za cilj da prikažu kako je ekipi *malo nedostajalo da*

dode do pobjede pa je izgubila minimalnim rezultatom ili bolje rečeno poklonila je rivalu pobjedu jer su ovaj put protivnici možda ipak bili bolji:

- *Od tog trenutka Austrija je razbila koncepciju Pljevljaka, i sa još dva gola u nastavku uspjela da već u prvom meču riješi sve dileme oko plasmana u narednu rundu.*
- *Reprezentacija Srbije je neslavno završila učešće na šampionatu.*
- *Nijesmo uspjeli da realizujemo svoje šanse.*
- *Rudar će dakle, kao i ostali crnogorski predstavnici, svoje učesće u evropskim kupovima, okončati na prvoj prepreci.*

Zaključak

Možemo zaključiti da oblast sportskog izvještavanja i terminologije može biti veoma pogodno tlo za eufemizaciju jezika vođenu različitim komunikacijskim motivima, posebno u domenu saopštavanja loših rezultata koje su ekipe ostvarile. Nastojanja govornika da kroz jezik eufemizacije što više ublaže loš rezultat svoga tima, putem medija dosežu i do šire čitalačke publike. Kao dominantan princip tokom izvještavanja izdvaja se koncept očuvanja sopstvenog obraza, posebno u situacijama kad je govornik izložen velikoj kritici. U takvim slučajevima smatra se bitnim da tokom komunikacije dominira princip učtivosti, kako bi se ona održala i ne bi došlo do neželjenog ishoda tj. prekida komuniciranja.

Poštovanje pomenutih principa neminovno je vodilo i kršenju Grajsovih maksima. Ako se još jednom osvrnemo na izdvojene primjere iz korpusa, zaključićemo da su u procesu eufemizacije skoro uvijek narušavane maksime kvantiteta i načina. To će reći da se o porazima najčešće govorilo prezentovanjem velike količine podataka koji su često ugrožavali jasnoću i preciznost izraza (*razbila koncepciju Pljevljaka...i u nastavku uspjela da već u prvom meču riješi sve dileme oko plasmana u narednu rundu; neslavno završila učešće; svoje učesće...okončati na prvoj prepreci*). Na taj način jedan od najvećih disfemističkih termina iz vokabulara sportskog izvještavanja (poraz/poraziti) raščlanjen je na tri ili više elemenata, kako bi se ublažile negativne konotacije informacija koje se žele javno saopštiti.

U ovome radu željeli smo prikazati najčešće eufemističke strategije kojima se govornici služe kad su u situaciji da komentarišu neku za njih neugodnu temu, a u okviru sportskog diskursa. Izdvojili smo najčešće primjere eufemizacije koji posredstvom naših pisanih medija dopijevaju do šire čitalačke javnosti, u kojima je više nego evidentna težnja govornika da na učtiv način pokušaju odbraniti sopstveni obraz, a da pri tome ne ugroze obraz svojih protivnika. Na kraju smo takođe pokazali da jezička praksa kojom se nastoje

ispoštovati ključni pragmatički principi neminovno vodi kršenju barem jedne od Grajsovih maksima koje su dugo vremena smatrane preduslovom kada je riječ o vođenju uspješne konverzacije.

Literatura

- Allan, K. and Burridge, K., *Euphemism & Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon*. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- Allan, K. and Burridge, K., *Forbidden Words: Taboo and the Censoring of Language*, Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
- Brown, P. and Levinson, S., *Politeness: Some Universals in Language Usage*, Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Bugarski, R., *Jezik u društvu*, Beograd: Čigoja štampa, 2004.
- Bugarski, R., *Uvod u opštu lingvistiku*. Beograd: Čigoja štampa, 2009.
- Enright, D. (ed.), *Fair of Speech: The Uses of Euphemism*. Oxford: Oxford University Press, 1985.
- Gradečak-Erdeljić, T., “Metonimija kao izlaz - eufemizmi u jeziku politike”, u: Stolac, D. & Ivanetić, N. & Pritchard, B. (ur.), *Jezik u društvenoj interakciji*, Zagreb; Rijeka: Hrvatsko društvo za primjenjenu lingvistiku, 2005, 185-192.
- Grice, H., “Logic and Conversation”, in: Peter C. and Morgan, J. (eds.) *Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts*, New York: Academic Press, 1975, 41-58.
- McGlone, M. and Batchelor, J., “Looking Out for Number One: Euphemism and Face”, in *Journal of Communication*, 2003, 251-264.
- Mihas, E., “Non-Literal Language in Political Discourse”, *LSO Working Papers in Linguistics 5: Proceedings of WIGL 2005*, 2005, 124-139.
- Santaemilia, J., “Researching the Language of Sex: Gender, Discourse and (Im)Politeness”, in *The Language of Sex: Saying and Not Saying*, Valencia: Universitat de Valencia, 2005, 03-22.
- Yule, G., *The Study of Language*, Cambridge, Cambridge University Press, 2006.

Kristina PALAJSA-BACKOVIĆ

Kristina PALAJSA-BACKOVIĆ

**EUPHEMIZATION IN SPORTS DISCOURSE:
MONTENEGRIN DAILIES**

This paper analyzes euphemisms and euphemistic strategies in the field of sports discourse from the Montenegrin daily newspapers. The author emphasizes pragmatic concepts (politeness principle, face-saving strategies and Grice's maxims) in analyzing the euphemization of this type of contemporary public discourse. After providing an overview of relevant research and literature dealing with this topic, the focus is placed on extracting and analyzing the most prominent examples of euphemisms present in the sports section of media discourse.

Key words: euphemisms, sports discourse, politeness principle, face-saving strategies, Grice's maxims