

Branko KUNA (Osijek)

Filozofski fakultet Sveučilišta J.J. Strossmayera

UDK 81'276.16

ULJUDNOST I NJEZINI UČINCI U KOMUNIKACIJI

U središtu pragmalingvistike jesu odnosi između jezičnih oblika i korisnika tih oblika, a koje su formalni smjerovi u jezikoslovlju zanemarivali. U suvremenim se pragmalingvističkim istraživanjima polazi od postavke kako se velik dio neizrečenoga prepoznaje kao sastavni dio onog što je izrečeno, a također i da velik dio onoga što komuniciramo jest određen našim društvenim odnosima. U ovom članku raspravlja se o jednom od temeljnih načela uspješne komunikacije – načelu uljudnosti, s naglaskom na izbor nekih od strategija u vezi s tim načelom, a za kojima se poseže u hrvatskom javnom komunikacijskom prostoru.

1. Uvod: izvorišta i vrste pragmalingvističkih istraživanja

U ostvarivanju namjeravanih komunikacijskih učinaka valja voditi računa o različitim aspektima socijalnoga konteksta u kojima se jezik rabi, a na te fenomene nadovezala se teorija koju zanimaju i odnosi između lingvističkih oblika i korisnika tih oblika, a koje su strukturalistički (formalni) smjerovi zanemarivali. Riječ je o pragmalingvistici koja je svojevrsna dopuna jezikoslovlju, a zbog činjenice što uključuje poznavanje pravila jezičnog ustrojstva i kompetencije, na neki način ona i obuhvaća jezikoslovlje te u odnosu na nj ima prednost jer se približava opisu stvarnoga funkcioniranja jezika (Leech, 1983). Njezino je izvorište filozofija jezika u 20. stoljeću, posebice analitička filozofija (Wittgenstein, Russell, Frege, Austin, Searle i dr.), za koju jezik nije samo način prenošenja obavijesti već ju zanima istinitonosna, ali i lažna snaga riječi, varljiva moć jezika. Tako Wittgenstein upozorava da ono **kako** se nešto kaže, određuje ono **što** se kaže – to je ono što jezičnoj poruci daje (s)misao (Heaton, 2001: 21).

Svaka komunikacija, posebice javna, podrazumijeva prijenos, razmjenu značenja, no ono ne proistječe samo iz jezičnoga sustava već

iz namjere i mogućnosti pošiljatelja te situacijskoga i jezičnog konteksta. Stoga se može reći kako se u pragmatičkim pristupima značenje promatra u totalitetu te je ono skup praktičnih posljedica jezičnog znaka u komunikaciji. Pragmalingvistika¹ kao jedna od triju grana semiotike, opće znanosti o znakovima (uz sintaksu i semantiku), kako ju je odredio Ch. Morris još 1938. godine, proučava odnose između jezičnih oblika i korisnika tih oblika (Levinson, 1983), a u toj trodiobi samo ona uključuje ljude u analizu. Prednost proučavanja jezika putem pragmalingvistike jest da se može govoriti o ciljanim značenjima ljudi, njihovim pretpostavkama, svrhama i vrstama radnji (npr. zahtjev) koje izvede za vrijeme govora. Veliku teškoću toj grani predstavlja činjenica što su svi ti ljudski koncepti iznimno teški za analizu na dosljedan i objektivan način. Primjer (1) koji navodi Yule (1997: 4) upravo je takav „sporan“ slučaj: dvoje prijatelja u razgovoru mogu pretpostavljati neke stvari i zaključivati o drugima bez pružanja bilo kakvog jasnog lingvističkog dokaza na koji se možemo pozvati kao na eksplicitni izvor „značenja“ onog što je izrečeno:

(1) ONA: Onda – jesi li?

ON: Hej – tko ne bi?

Čuli smo sugovornike, znamo što su rekli, ali nemamo ideju što je izrečeno jer ne poznamo kontekst i motive toga govornog čina. Pragmatički usmjerena proučavanja nužno uključuju interpretaciju onog što ljudi misle u određenom kontekstu i kako kontekst utječe na izrečeno. Pragmalingvistika zahtijeva razmatranje kako govornici organiziraju ono što žele reći s obzirom na to s kim, gdje, kada i pod kakvim uvjetima razgovaraju.

Komunikacija kao preduvjet nastanka društvene zajednice utemeljena je na razmjeni poruka i uspostavi odnosa između osoba i skupina koji su različiti prema svom društvenom položaju, obrazovanju, spolu, dobi, svjetonazoru. Svojim je nastankom izrazito ljudska djelatnost, totalni društveni fenomen koja je smješten uvijek u konkretne vremenske i prostorne koordinate. Sadržaj ili oblik jezične poruke te kanali u kojima se ona odašilje nije ono prema čemu se javna komunikacija razlikuje od privatne, već je to u prvom redu uloga i status sudionika komunikacije u nekom društvu (Škiljan, 2000: 22). U samom začetku sociolingvistike, utemeljitelj tzv. hipoteze deficita B. Bernstein tvrdi kako različite socioekonomske okolnosti rezultiraju dvama oblicima jezične uporabe koji su odraz uloge i vrijednosne orijentacije koju imaju njihovi govornici.

¹ U engleskom se jeziku uglavnom govori o pragmatiki (*pragmatics*).

Riječ je o tzv. „javnom“ i „formalnom“ jeziku. Javni jezik svojstven je za radnički stalež i supkulturni milje (kriminalne skupine, oružane snage, adolescenti), a obilježuju ga kratke, jednostavne, sintaktički siromašne rečenice s ogoljelom glagolskom strukturom koje ograničuju govornike u izražavanju nijansiranih značenja i procesualnosti. Kada se govornika javnog jezika upozori na nejasne sklopove te mu se predloži prikladnija formulacija, on može insistirati da je upravo to ono „što je on mislio“, tvrdi Bernstein (1977: 44). Mogućnost parafraziranja, preinačivanja značenja, dakle, svojstvena je za govornike formalnog jezika koji pripadaju srednjem staležu. Njega odlikuje gramatički korektna, ali složena rečenična struktura s brojnošću veznika i relativnih rečenica, neodređenih zamjenica, a ekspresivni simbolizam pruža afektivnu potporu poruci u njezinoj ukupnosti. Novije sociolingvističke studije napuštaju predodžbu o homogenosti jezičnog sustava i klasnoj predodređenosti za određeni jezični varijetet te ju zamjenjuju pogledom na jezik koji se sastoji od više dinamičkih podsustava. Na promjenu repertoara jezika kojim vlada pojedinac utječe „sociokulturna situacijska dinamika“ (Halwachs, 2002: 204), od školovanja, stjecanja zanimanja do promjene mjesta stanovanja i položaja u društvenom okružju. Poruke koje se razmjenjuju rijetko su neutralne, odnosno u njima nikada nije sadržana samo primarna i neutralna komunikacijska uloga jezika, već simultano do izražaja dolaze brojne simboličke uloge jezika; neke su poruke jasne i očigledne, dok su druge zamagljene, nejasne. Da bi one mogle biti pravilno shvaćene i protumačene valja voditi računa i o kodu kojem se poruka ostvaruje te kontekstu i načinu kako je iznesena.

2. Načela u komunikaciji

U svojoj zreloj fazi pragmalingvistika se u prvom redu zanima za temeljna, funkcionalna načela po kojima se uspješno komunicira, a čiji se ostvaraj stupnjeviti, a ne određen i omeđen kao jezična pravila i kategorije. Ona je u žarište stavila svakidašnju uporabu jezika, odnosno proučavanje svih vidova značenja jezičnih izraza, a ne samo ono što bi riječi ili fraze u njima mogle značiti same po sebi, a što je tradicionalno predmet semantike. U tako usmjerenim pristupima dolazi se do spoznaje kako se velik dio neizrečenoga prepoznaje kao sastavni dio onog što je izrečeno, tako da se čini kako se istražuje nevidljivo značenje.² Unatoč atraktivnosti i širini proučavanja, ponekad se može učiniti kako je predmet te znanstvene

² Yule (1996: 4) s tim u vezi kaže: "Pragmatics is the study of how more gets communicated than is said."

discipline fluidan budući da se okreće nečemu što nije egzaktno (za razliku od formalnog opisa jezične strukture) jer se elaborira o tome što to ljudi imaju na umu kada komuniciraju. No, put do toga jest opis jezičnih oblika, ali takav koji uzima puno toga što je dotadašnje jezikoslovlje ignoriralo, a to je socijalna distanca i bliskost među govornicima, dob, spol, njihov položaj i uloga u društvenoj hijerarhiji, institucionalni pa i ideološki okvir u kojem se odvija komunikacija i dr. Značajan dio onoga što kažemo određen je našim društvenim odnosima, a jezična interakcija nužno je i socijalna interakcija. U nastavku govorimo o onom dijelu pragmalingvističkih istraživanja koji se odnose na primjerenost ili neprimjerenost onoga što sa kaže u govornoj situaciji.

2. 1. Strategija uljudnosti kao pragmatika „bečke škole“ i makijavelizma

Za snalaženje u svakodnevnim situacijama i posebice novom okružju od velikog je značenja poznavanje jezičnih etiketa društveno prihvatljivog i poželjnog ponašanja te općih načela i normi koja vrijede unutar određene kulture kao što su odmjerjenost, velikodušnost i suosjećajnost prema drugima, skromnost i obzirnost i dr. Dio pragmalingvistike koji je usmjeren na područje interpersonalne komunikacije naziva se teorija **uljudnosti**.³ Pojam uljudnosti odnosi se na različite oblike socijalne i jezične interakcije te uključuje jezične i nejezične elemente koji dopunjuju interpersonalnu i skupnu komunikaciju. Na ulici turist može zaustaviti prolaznika te mu uljudno postaviti pitanje:

(2) Oprostite što smetam, ne snalazim se najbolje, možete li mi reći gdje se nalazi kolodvor?

Dojam uljudnog jezičnog ponašanja koji ostavlja na prolaznika bitno može biti promijenjen neprimjerenim držanjem (niskim stilom ponašanja), primjerice ako turist odjeven u odijelo, jednu ruku drži u džepu hlača, a drugom namješta kosu ili češe uho. Uljudnost jezičnih oblika vrlo često podrazumijeva kao pratnju i paralingvistička sredstva: boju, jačinu i visinu glasa, intonaciju, brzinu govorenja, zatim negovorena (neverbalna) sredstva: držanje tijela, geste, mimiku te organizaciju prostora (udaljenost govornika) i vremena (poštivanje vremenskoga slijeda u pojedinim ritualiziranim situacijama). Naravno, negovoreni znakovi uljudnosti mogu biti pratnja ili zamjena govorenim, a mogu biti i autonomni, kao što je: ustajanje starijim

³ Engleski *politeness*; ruski *вежливость*; poljski *grzeczność*.

od sebe u tramvaju ili autobusu; mahanje kao pozdrav; davanje prednosti drugomu pri stajanju u redu, izlasku ili ulasku u prostoriju; pridržavanje vrata i dr. Takvo je ponašanje također podložno ocjeni s obzirom na uljudnost, neovisno o tome koja se sredstva pri tome primjenjuju. Nejezično uljudno ponašanje koje je u konfliktu s jezičnim ponašanjem, narušava komunikaciju ili stvara zabunu. Tako je pri upoznavanju u hrvatskoj sredini uobičajeno rukovanje i gledanje izravno u oči. Osoba koja pri predstavljanju ne gleda izravno u oči često se doživljava kao neiskrena ili veoma zatvorena i stidljiva, a ako stisak ruke pri rukovanju nije čvrst, posebice ako je riječ o muškarcu, tada ga se doživljava kao feminiziranu osobu ili mlakonju (Pintarić, 2002). U susretima s osobom iz druge kulturne sredine, ako to nije poznato, može se steći krivi dojam zbog nesklada riječi i čina tijela.

Dakle, uljudnost je utemeljena na racionalnoj, namjeravanoj suradnji sudionika u komunikaciji te predstavlja određeni oblik društveno prihvatljive igre. Wittgenstein (1998: 10) kao oblik jezične igre (Sprachspiel) navodi izraze koji imaju formu pitanja, a zapravo su u praksi naredbe:

(3) Bi li htio to učiniti?

Upotrijebljeni s različitim izrazom lica i različitim tonom – takvi izrazi mogu imati drukčije oznake – razlika leži jedino u primjeni. Učeći razne jezične igre, uči se ne samo značenje riječi već i sposobnost njihove valjane uporabe. Takvi su činovi uvelike uvjetovani ilokucijom (govornikovom namjerom), teško ih je shvatiti i odrediti bez odgovarajućeg konteksta. Ilokucija može biti izravna (eksplicitna), ako se izražava uporabom imperativa, ali i neizravna, posredna (implicitna), pri čemu snaga ilokucije može biti stupnjevito izražena:

(4) a. *Hoćeš li mi donijeti vode.*

b. *Oprosti, mogu li te zamoliti da mi doneseš vode.*

c. *Tebi sigurno nije teško donijeti mi vode.*

Neizravni govorni činovi uključuju brojne implikature (poruke koje su namjeravane, ali nisu iskazane), a koje motiviraju izbor odgovarajućeg jezičnog sredstva. Komunikativno djelovanje u okvirima društveno zadanog općenja, na takav se način opire konvencionalnosti, ali s druge strane učvršćuje njegovu društvenu ulogu. Uljudnost je pragmlingvistička kategorija, ali i etička jer je odraz ukorijenjenosti u kulturnoj tradiciji čovječanstva, ona regulira društvenu stranu općenja tako što pomaže u razumijevanju sugovornika, ali utječe i na njihovo (ne)jezično ponašanje

(Koltunova 2004: 104). Kao izvorište te teorije valja spomenuti i pojam **obraza**, koji je u sociologiju uveo E. Goffman još 1967. Obraz je slika nas samih prikazana poznatim socijalnim atributima, odnosi se na vlastitu sliku o sebi u javnosti koja podrazumijeva dva lika: pozitivni – potreba da se bude prihvaćen i voljen te doživljen kao član skupine; negativni – vlastita želja za samostalnošću, slobodom koju ne nameću drugi (Yule, 1997). Nadalje, ta se teorija naslanja i na **načelo suradnje** (cooperative principle) P. Gricea (1975), za kojega ono predstavlja krovno načelo koje upravlja svakim (uspješnim) razgovorom, a koje podrazumijeva sljedeće četiri razgovorne suradničke maksime: kvalitetu (govori istinu), kvantitetu (govori vremenski odmjereno), odnos (govori u skladu s temom) i način (govori bez okolišanja i dvosmislenosti). Načelo suradnje jedno je od prvih jasno uobličenih pragmatičkih načela, no Griceove maksime ne vode dovoljno računa o stvarnom i raznolikom djelovanju jezika, stoga se za načelo suradnje ne može reći kako je ono univerzalno jer postoje jezične zajednice koje ga ne primjenjuju. Primjerice, nerijetko u svakodnevnim situacijama u razgovoru ljudi krše načelo suradnje izgovarajući iskaze, „sitne neistine“ koje nisu potpuno u suglasju s osobnim uvjerenjima i sa stvarnim stanjem:

- (5) Oprosti, ali večeras imam neodgodiv susret, nisam siguran hoću li doći na večeru.
- (6) Drago mi je što smo se sreli, ne mogu o tome sada razgovarati, nazvat ću te kasnije.“

Pod pretpostavkom kako je govornik u (5) *siguran* u svoj nedolazak ili u (6) da ne želi nastaviti razgovarati iz različitih razloga, tada on u komunikaciji odstupa od maksime kvalitete (u razgovoru govori istinu) te njegov iskaz ustupa mjesto načelu uljudnosti. Naslanjajući se na prethodno spomenute teorije i autore, Leech (1983) uljudnost određuje kao primarno pragmatičko načelo s obzirom na prožetost različitih situacijskih konteksta uljudnošću, a koju prepoznajemo po jezičnim i nejezičnim klišeiziranim obrascima. Brown i Levinson (1987), kao i njihovi prethodnici, ističu kako je uljudnost fundamentalna za samo ustrojstvo društvenog života te da oblikuje izraze socijalnih odnosa, stoga je ona verbalni način kako se može utjecati na smanjivanje napetosti i mogućih sukoba u društvu. Oni izdvajaju pozitivnu uljudnost, koja se temelji na izravnom pokazivanju solidarnosti sa sugovornikom, te negativnu uljudnost, koja ne demonstrira ekspresivnost, a tomu valja dodati i suhoparnu službenost kada je riječ o neizravnom obraćanju.

Vrlo su srodni pojmovi u hrvatskom jeziku: *pristojnost*, *ljubaznost* i *uglađenost*, no iako svi podrazumijevaju određeni altruistički način ponašanja i izražavanja, oni pripadaju sferi sociolingvistike te nužno „ukazuju na izražavanje štovanja prema drugim ljudima na temelju njihova višeg statusa, moći ili starije dobi“ za razliku od uljudnosti, koja se „odnosi na pokazivanje ili privid pokazivanja obzira prema drugima“ (Marot, 2005: 54). Uporaba određenih jezičnih obrazaca u stereotipiziranim situacijama može se svladati i naučiti i bez izravne poduke jer je njihov broj ograničen stoga je njihova primjena u komunikaciji znak uključenosti u društveni život, svakodnevicu i ne mora nužno biti povezana sa stupnjem obrazovanja, već s iskustvom koje se stječe, pri čemu je voljni moment najvažniji. Za njihovo je ovladavanje presudna motiviranost, spremnost pojedinca da se pomoću jezičnih formula lakše solidarizira sa sugovornicima u svojoj okolini te se u njoj ugodnije osjeća. Za tom strategijom ne poseže se samo u situacijama susreta dviju ili više osoba, već pošiljatelj uljudne formule redovito upotrebljava i kada su one namijenjene nepoznatom primatelju, ciljanoj skupini u reklami ili javnosti kojima se obraća putem medija. Pod pretpostavkom da su svi sudionici javne komunikacije svjesni postojanja normi i njihove uloge u nekoj zajednici, u obraćanju se, prema Marcjanik (2007: 11), treba voditi računa o sugovorniku (čitatelju, slušatelju, gledatelju) kako bi se osjećao ugodno pri uspostavi kontakta, a to znači da je prihvaćen i poštovan. Također, on treba biti svjestan da mu se govori istinito, iskreno kako ne bi posumnjao u postojanje prikrivenih ciljeva. Poruka koja se izgovara (piše) treba biti estetski primjerena njemu (jezično pravilna i pristojna). Između estetski primjerenoga i istinitoga govora granice nisu oštre, a da bi se spoznale, nužno je poznavanje brojnih izvanjezičnih čimbenika. Kada govornik posegne za uporabom vulgarizama, tada on prema svojim sugovornicima iskazuje nepoštovanje, ali i prema svima drugima koji čuju njegov iskaz iako nije njima upućen (u gradskom prijevozu, na ulici i sl.).

Uporaba elemenata „socijalne rutine“, kako komplimente kao istaknuto sredstvo i strategiju uljudnosti određuje N. Ivanetić (1999), može izazvati potpuno drukčiji učinak ako je ilokucijska namjera prikrivena kao u sljedećem dijalogu dvojice kolega s posla:

- (7) A: - Rezultati tvoga rada zaista su postali vidljivi. Svi te hvale. Uskoro bi mogao biti promaknut u više zvanje, čuo sam to danas i kod direktora

B: - Nije mi to cilj, ali se trudim koliko mogu.

A: - *Čuj, jesi li pri novcu, možeš li mi posuditi 100 eura? Brzo ću ti ih vratiti.*

Unatoč izraženoj namjeri da se uspostavi što prisniji kontakt te upućenim komplimentima, njihov je perlokucijski učinak jedino osjećaj prevarenosti kod osobe B i njezin doživljaj poznanika kao neiskrene i koristoljubive osobe. Kada govornici osjećaju da bi trebali pojačati svoj pozitivni komentar kako bi uvjerali sugovornika da njihova izreka neće biti interpretirana kao dodvoravanje i da neće narušiti ravnotežu između iskrenosti i pretpostavljene inherentne neiskrenosti (malih laži) u komplimentima, oni mogu koristiti izreke kao dopune na kraju ili na početku:

(8) *Danas si bio briljantan na predavanju, baš kako treba, to zaista nije kompliment, govorim ti istinu.*

(9) *Ovo što ću ti reći čista je istina, ti si najljepša osoba koju sam ikada susreo.*

Komplimenti su vjerojatno jedinstveni među govornim činovima zbog svoje fleksibilnosti jer mogu biti upotrijebljeni zajedno s drugima, umjesto njih ili kao odgovor na druge govorne činove kao što su: zahvale, pozdravi, čestitke, zahtjevi ili savjeti. U nekim kontekstima nedostatak hvaljenja (komplimentiranja), prije negoli hvaljenje može biti protumačen kao čin koji prijeti obrazu jer podrazumijeva zavist, nezainteresiranost ili oblik kritike. Primjerice u (8) dobra izvedba u određenim društvenim zadacima nameće očekivanja na koja su drugi društveno obvezni odgovoriti. Nedostatak takvoga odgovora može dovesti do razočaranja koje neki ljudi mogu prevladati izravno pitajući za mišljenje. Prema Leechu (1983: 136) nedostatak hvaljenja implicira nehvaljenje. Određeni ljudi mogu odlučiti da ne ponude ili ne daju kompliment, ali čineći to, oni miniraju društvenu harmoniju u koju je uljudnost usmjerena; drugim riječima, izbjegavanje takvih činova može biti prijeteće za obraz više negoli njihovo izgovaranje.

2. 2. Novi oblici za nove odnose

U hrvatskom komunikacijskom prostoru primjećuje se određena nestabilnost kao rezultat promjene konvencionalnog ponašanja, ali i novog sociološkog okvira, što ostavlja traga i u komunikacijskim učincima uporabe određenih etiketa uljudnosti. Javnu komunikaciju, posebice onu

u sredstvima javne poruke, trebala bi odlikovati jasna standardnojezična i komunikacijska pravila. Međutim, u posljednje je vrijeme javni jezik doslovce zasut oblicima koji pripadaju razgovornim (supstandardnim) idiomima, odnosno privatnoj komunikaciji za koju su svojstveni znatno slobodniji jezični obrasci, miješanje stilova, ali i neusiljeno i opušteno ponašanje u jezičnoj i nejezičnoj komunikaciji. U podlozi pojave miješanja stilova i idioma te njihova prodora u javnost leže izvanjezični uzroci, odnosno novi demokratičniji sociokulturni okvir u kojem se danas nalaze govornici hrvatskoga jezika. Hipotetski bi se moglo postaviti teza kako je riječ o smjenjivanju starih kalupa, normi ponašanja i sustava vrijednosti s novim – slobodnijim i demokratičnijim društvenim neideologiziranim obrascima, a što, naravno, podrazumijeva i nove jezične obrasce. No praksa nudi i druga objašnjenja, te spomenute govorne strategije na neki način mogu biti promatrane kao znak pojave neprofesionalizma te trivijalizacije i obezvrjeđivanja novinarske struke ili politike. I empirijski je dokazano kako društvene promjene obvezno povlače za sobom i jezične promjene, posebice u onom sloju koji je proziran, otvoren, najlakše uočljiv i društveno najrazlikovniji, a to je leksički plan.

Promjene su tako uočene u onom dijelu društvenoga bontona, kojemu je svrha uspostava kontakta i nastavka komunikacije, a riječ je o oslovljavanju i pozdravljanju među govornicima pod utjecajem, ponajprije elektronskih medija. Intimizacija i svojevrсна familijarnost prepoznaje se u pozdravljanju s neformalnim *Bog i Čao*, zatim u oslovljavanju sugovornika imenom ili nadimkom (čak i u središnjim informativnim emisijama). Jezično ponašanje svojstveno ugodu doma i intimnom prijateljskom okružju na velika vrata ulazi u prostor biranoga i uzornog jezika javne komunikacije. Tako u kontaktnim i mozaičnim emisijama voditelji se obraćaju gostima, koji se primjerice zovu *Marija Horvat* i *Josip Ivanović*, s formulom: *gospodo Marija* i *gospodine Josipe*, umjesto donedavno neutralnih uljudnih načina: *gospodo Horvat* i *gospodine Ivanoviću*. Obraćanje ili dozivanje osobnim imenom znak je prisnosti i intimnosti te je u suprotnosti sa službenošću, distanciranošću i poštovanjem što se izriče rodnim obilježivačima: *gospodo* i *gospodine*. No, čini se kako je nastupilo vrijeme prisnijeg obraćanja, a donedavna neutralnost spomenutih izraza čini se da je znakom emocionalno hladnijega odnosa ili visokoga stupnja hijerarhiziranosti. Bračno stanje u hrvatskom javnom komunikacijskom prostoru i dalje je uobičajeno iznositi: *gospođice doktorice*; *gospođice Marić* za razliku od drugih kultura, poput njemačke, gdje su zalaganje za ravnopravnost spolova,

djelovanje feminističkih krugova i drukčije građanske navike utjecale na to da je pojava takvih izraza politički nekorektna i nepristojna, stoga je veoma obilježeno obratiti se mladoj liječnici formulom: *Freulein Ärztin!*

Kao što je distanciranost olabavila, popustila, odnosno smanjila se u komunikaciji među sugovornicima u elektroničkim glasilima, takvo se ponašanje može prepoznati i u donedavno veoma hijerarhiziranom odnosu između profesora i studenata. Profesori se i dalje najčešće obraćaju studentima distanciranim načinom: *Kolega/kolegice (Matić) možete li reći...*, što ne vrijedi i za asistente. Međutim, rodni obilježivač *kolega* kojim se „u akademskom krugu stariji obraća mlađem (ne i obrnuto)“⁴ pojavljuje se i s vlastitim imenom koje poništava udaljenost i ističe prisniji odnos: *Kolega Ivane, možete li reći...*, a također nerijetko obraćanje započinje izravno, prijateljski, upotrebom vlastitog imena: *Marija, što vi mislite...*, što je u gramatičko-logičkom neskladu. S jedne strane, upotrebljava se vlastito ime kao znak prisnog obraćanja, a s druge, glagol u drugom licu množine koji je svojstven za izraze poštovanja i komunikacijsku distanciranost. Studenti se obraćaju isključivo s *Profesore/Profesorice* i bez navođenja *Gospodine/Gospodo*. Nerijetko se danas događa da student nakon položenog ispita ili završetka slučajnog susreta na hodniku kaže profesoru *Vidimo se!* Prije bi takvo ponašanje bilo okarakterizirano kao čin kojim student prelazi svoje „ovlasti“ koje ima u takvoj situaciji, takvo shvaćanje danas pomalo izbljeđuje i znakom je krutosti i „neprilagođenosti“ trenutku. Sve to znakom je afektivizacije odnosa profesor – student, ali isto tako kako je nastupilo vrijeme suptilnog raslojavanja u sustavu pozdravnih formula i oslovljavanja. Studenti unatoč tomu što zanemaruju brigu o uljudnim formulama i njihovoj ritualiziranosti, izjavljuju da ih uljudnost profesora, ako ju u svakom segmentu svoga rada pokazuju, potiče na konverzaciju i daje im volju za studiranje. Znak kako je nastupilo vrijeme bliskosti i nove harmonije odnosa donedavno statusno i jezično izdiferenciranih tih dviju strana jest i sve veća proširenost međusobnog pozdravljanja izvan prostora predavaonice neverbalnim dizanjem pogleda i laganim smiješkom.

⁴ Hrvatski enciklopedijski rječnik, knj. 5, str. 138.

3. Umjesto zaključka

Uljudni obrasci mogu se prepoznati i u brojnim drugim formama i situacijama, primjerice u direktivima kao što su: pohvale, zahvale, isprike ili molbe. Na izdvojenim primjerima komplimenata te adresativa ili formula oslovljavanja u komunikaciji, kao etiketa unutar hrvatske kulture, htjelo se pokazati kolika je njihova uloga i mjesto u uspostavi učinkovite suradnje među govornicima. Isto tako potvrđeno je kako etikete uljudnosti nisu mehaničke formule, već i sredstvo određene kontrole društvenog identiteta (Bratanić, 1999), a također i da se u njima redovito odražavaju društvene promjene. Pokazalo se kako to nisu samo puki naučeni obrasci, već da oni uključuju ili signaliziraju brojne strategije: taktičnost, velikodušnost, skromnost, suosjećajnost prema drugima. Veoma je važno razlučivati da status između govornika, odnosno društvena distanca ili blizina, utječe bitno na uporabu vrste uljudnih obrazaca. U interakciji društveno jednakih osoba njihova bi uporaba potencijalno predstavljala prijetnju obrazu drugoga i u pravilu se izbjegava. A ako se to dogodi, tada je riječ o narušavanju harmonije međuljudskih odnosa i slabljenju kvalitete komunikacije, primjerice kada sugovornici nakon što su bili na *ti*, prelaze na *Vi*.

Ipak, jezična sredstva uljudnosti jesu element naše stvarnosti kao društveno stabilizirajuća i normalizirajuća snaga, a primjernost uljudnih ponašanja jamstvo je ugodne i učinkovite jezične komunikacije u svim odnosima koji spajaju sudionike komunikacije.

LITERATURA

Bernstein, Basil 1977. *Class, Codes and Control*, Volume 1, Theoretical Studies towards a Sociology of Language, London, Henley & Boston: Routledge & Kegan Paul.

Bratanić, Maja 1999. „Bok, gospodo profesor! (O nesigurnosti u porabi pozdravnih formula u suvremenom hrvatskom jeziku)“, u: *Teorija i mogućnosti primjene pragma-lingvistike*, Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku: Rijeka – Zagreb, str. 103–114.

Brown, Penelope/Levinson, S. C. 1987. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press: Cambridge.

Halwachs, Dieter W. 2001. „Sociolingvistika“, u: *Uvod u lingvistiku* (ur. Z. Glovacki-Bernardi), Školska knjiga: Zagreb, str. 191–216.

Heathon, John M. 2001. *Wittgenstein i psihoanaliza*. Naklada Jesenski i Turk: Zagreb.

Jojić, Lijljana/Matasović, Ranko (ur.) 2004. *Hrvatski enciklopedijski rječnik*. EPH i Novi Liber: Zagreb.

Ivanetić, Nada 1999. „Komplimenti naši svagdašnji“, u: *Teorija i mogućnosti primjene pragmalingvistike*, Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku: Rijeka – Zagreb, str. 329–338.

Koltunova, M. V. 2004. „Konvencii kak pragmatičeskij faktor dialogičeskogo obščeniija“, *Voprosy jazykoznaniia*, br. 6, str. 101–105.

Leech, Geoffrey N. 1983. *Principles of pragmatics*. Longman: London/ New York.

Levinson, Stephen C. 1983. *Pragmatics*, Cambridge: Cambridge University Press.

Marcjanik, Małgorzata 2007. *Grzeczność w komunikacji językowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN: Warszawa.

Marot, Danijela 2005. „Uljudnost u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji“, *Fluminensia*, Rijeka, god. 17, br. 1, str. 53–70.

Pintarić, Neda 2002. *Pragmemi u komunikaciji*, Zavod za lingvistiku Filozofskoga fakulteta: Zagreb.

Škiljan, Dubravko 2000. *Javni jezik*, Izdanja Antibarbarus: Zagreb.

Wittgenstein, Ludvig 1998. *Filozofijska istraživanja*. Nakladni zavod Globus: Zagreb.

Yule, George 1996. *Pragmatics*, Oxford University Press: Oxford.

Branko KUNA

POLITENESS AND ITS EFFECTS IN COMMUNICATION

The analysis of relationships between language forms and the users of these forms is at the core of pragmatic researches, which has been neglected by the other formal approaches in linguistics. Contemporary pragmatic researches assume that the substantial part of what is not said is still recognized as being communicated. Also, a considerable amount of what is communicated is determined by our social relations. This article discusses one of the basic principles of successful communication – the principle of politeness, with respect to the choice of specific strategies used in Croatian communication related to this principle.

Key words: pragmatics, principle of politeness, face theory, principle of cooperation, implicatures, private and public communication, complimenting