

---

*Medijska istraživanja*

---

Izvorni znanstveni članak  
070:82.085

---

**Novinarska retorika "Als ob"**

---

MARKO SAPUNAR \*

*Sažetak*

U radu se analiziraju i tipiziraju retorički postupci u destruktivnoj komunikaciji.

S tim u svezi je utvrđeno: da je novinarska destruktivna retorika najviše prisutna u žutom novinarstvu i političkoj komunikaciji, da ta retorika izbjegava argumentaciju i težište stavlja na sotonizaciju osoba, ideja ili stvari koje želi negirati. Što se pak namjere te retorike tiče, ona, po autoru, proizlazi najviše iz nespособnosti novinara da se afirmira na pozitivan način, te predstavlja suvremenu formu herostratizma. A budući da suvremeni mediji omogućuju prevelik utjecaj novinara u društvu, drugi uzrok je i nastojanje nekih novinara da se nametnu politici i društvu kao vrhunski arbitri u tumačenju što jest pravilno, a što to nije.

Zaključak je ove analize da se ovaj fenomen mora proučavati multilateralnim strategijama, jer se bez toga javnost ne može uspješno nositi s negativnim posljedicama što proizlaze iz ovoga zastranjivanja novinarstva.

U radu se analizira anatomija destruktivne novinarske retorike koja je poprimila visoku razinu prisutnosti u javnom komuniciranju. Problem se analizira na tri razine: uzroci takve destruktivne retorike, njezina fenomenologija i načini kako je suzbiti.

*1. Uvod*

U cijelom svijetu, ne samo u nas, danas dominira novinarska retorika govorenja bez dokaza i efikasnosti.

Osnovna je karakteristika takve retorike želja za brzim uspjehom. Naime, poticana liberotropnim porivom čovjeka, ta novinarska retorika je usmjerena na sveopću destruktiju: opovrći nešto što prije i što temeljitije, a sve radi postizanja "uspjeha". Riječ uspjeh smo stavili u navodnike namjerno, jer to i nije pravi uspjeh, nego samo subjektivna želja za stvarnim uspjehom. Zbog toga smo ovaj suvremeni trend u novinarskom komuniciranju danas nazvali po H. Vaihingeru (odnosno njegovoj glavnoj knjizi *Die*

\* *Marko Sapunar*, izvanredni profesor Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu na predmetima Uvod u novinarstvo i Povijest novinarstva.

*Philosophie des Als ob*, 1911.) fikcionalizmom, jer on nekritički izjednačuje virtualnu sferu sa stvarnom sferom ljudske egzistencije.

Oni zato zabacuju postupke dokazivanja ili opovrgavanja, njih ne zanima istina, nego samo uspjeh, odnosno pobjeda. Rečenice toga fikcionalističkog diskursa zato postaju kraće, deiktičnije, tj. svode se samo na oslikavanje onoga koga ili što se želi nasti, a radi njegove potpune destrukcije. U toj retorici zato prevladava diskurs sveopće negacije, osporavanja i sve se svodi na fikcionalističko optuživanje.

Budući da se tom retorikom ne postiže ništa u stvarnosti, a pri tome se uvelike zagađuje ljudski okoliš, nužno je analizirati strukturu i funkciju ove najnovije novinarske antiretorike, kojoj je cilj sveopća destrukcija i kaos.

## 2. Smisao novinarske retorike

Ako je glavni zadatak istinske retorike razvijanje govora istine, svaka razumna retorika tada promišlja o onome što se govori, zatim kako se govori (*ars rethorica*) i s kojim se uspjehom govori u javnom komuniciranju.

Kad se promotri predmet govora (ono što se govori), uočljivo je da se o nekim temama afirmativno govori, druge se negira, a o trećim (nevažnim) temama se šuti zbog smanjivanja redundancije.

U tome trokutu govorenja odvija se cijela drama ljudske egzistencije, a u njoj posebno novinarstva kao javne komunikacije.

Zadatak je novinarstva, s obzirom na to da stalno afirmira istinu, da tu istinu otkriva i posreduje svim građanima, kako bi oni mogli surađivati i uvećavati opće dobro koje omogućuje stalno podizanje kvalitete općega i pojedinačnog života na višu razinu.

Švedski politolog K. Asp predložio je shemu vrednovanja informacije (kao sadržaja onoga što se govori), koja obuhvaća sljedeće kriterije:

- relevantnost (odnosi se na sve činjenice i argumente koji se nalaze u funkciji poruke),
- širinu (obuhvaća raznolikost argumentacije),
- dubinu (obuhvaća intenzitet logičke pozicije autora, njegovu kompetentnost) i
- gustoću (obuhvaća stupanj laseriranosti informacije i obrnuta je pojmu redundancije).

Što se pak tiče uloge novinara u javnom komuniciranju, S. K. Roščin naglašava da ona ovisi o autoritetu novinara, njegovoj kompetentnosti i privlačnosti (atraktivnosti govorenja). (1989., str. 82.)

U širem smislu, to znači da novinar treba biti dobro informiran, da zna temu problematizirati, da vlada optimalnom komunikacijom, da je sposoban dokazivati, plauzibilno tumačiti teža mjesta u diskursu, da je originalan, da vlada standardnim jezikom, da ima vlastiti stav i da je uvijek dostupan auditoriju kome se obraća.

Suvremeni novinari, posebno oni u žutom tisku, nemaju tih sposobnosti pa ih onda kompenziraju retorikom destrukcije, napada, klevetanja, vrijeđanja, omalovažavanja, itd. Svi ljudi koji se služe takvom retorikom neargumentiranog komuniciranja pate od "überminderwertigkeitsgefühl" (prekompenzirani kompleks manje vrijednosti). Time se, štoviše, potvrđuje i izreka Mc Luhana da je "medij poruka", jer se na kraju, u zadnjem segmentu analize, pokazuje kako takvi ljudi i nisu osobe, nego samo sredstva svemoćnog medija, tako da se danas malo pomalo mediji udaljavaju od kontrole čovjeka i postaju onaj poznati zloduh iz ćupa. Shvaćajući da je time ugrožen "neuronski čovjek" i da možda dolazi njegov smak na svijetu, G. A. Miller je u očaju konstatirao kako je "posve jasno da je čovjek bijedna komponenta u komunikacijskom sustavu. Naime, on ima malu valnu duljinu i širinu, visoku razinu buke, skup je za održavanje i spava osam sati na dan. Makar ga za sada nismo u stanju eliminirati, svakako je mudro zamijeniti ga gdje god se to može" (str. 19).

Što ova zamjena znači? Isključivanje emocionalnog naboja i ostalih poriva koji ga sile da pošto poto, neistinito i netočno, izriče svoje misli i riječi. Toga su inteligentni kompjutori oslobođeni, jer oni sve kalkuliraju, proračunavaju i dokazuju, pa su bliži u posredovanju istine od manjkavog "neuronskog čovjeka" današnjice, posebno onoga što djeluje u žutom tisku.

No dok se čovjek mutacijom ne izmijeni, nužno je osposobljavati ga da i sam argumentiranije komunicira i tako pozitivno komunicira s drugim ljudima. A to se može i na taj način da mu se pokažu slabosti negativističke retorike koja je zadojena prebrzom željom da se postigne cilj, afirmacija na štetu drugog čovjeka. Tu i takvu retoriku J. P. Sartre je nazvao "krađom tuđe slobode", jer je zaista točno da je i govorenje i pisanje poseban oblik borbe.

Da bi se izbjeglo ovu surovost u komuniciranju, H. P. Grice (1987.) navodi 4 maksime kojih se svaki javni govornik treba pridržavati:

1. maksima kvalitete (punoća informativnosti),
2. maksima kvantitete (opsežnost informacije),
3. maksima relevancije (intencionalnost informacije) i
4. maksima modaliteta (jasnoća informacije), (str. 56).

Opći je zaključak i S. Malovića da smo svjedoci svojevrsne erozije profesionalnih standarda, pogotovo pod utjecajem utrke za nakladom, gledanošću i slušanošću.

### 3. Fenomenologija destruktivne komunikacije

Pojavnost destruktivne komunikacije analizirali smo u kategorijama: leksikaliteta, retoričkih složaja i oblika logičkih pogrešaka.

### 3.1. Leksikalitet destruktivne komunikacije

Negatorska novinarska komunikacija, kako je pokazala naša analiza nekoliko dnevnih listova i radijskih emisija, sadrži apriorno negiranje teza koje je netko prije istaknuo, zatim upotrebu posebnih negativno obojenih riječi, a sve u namjeri da se kod čitatelja i slušatelja proizvede učinak kako negirana teza zaista i objektivno ne vrijedi.

Najčešća je riječ da je obarana teza neistinita, makar se to ničim ne dokazuje. Da bi dojam bio uvjerljiviji, uz riječ neistina koriste se razni pojačivači kao što su: glupost, blesavost, bezumlje, raspamećenost, maloumnost, blasfemija, skaradnost, smušenost, nelogičnost, priče za malu djecu, itd. Ovim se pojačivačima nastoji suzbiti skeptičnost čitača/slušaća kako bi se postigao konačni cilj obezvrjeđivanja javno izrečene teze.

Uz ovo negiranje "rijeke" često se novinari koriste i *ad hominem* postupcima, tj. napadaju uz tezu i njenog autora svakojakim arsenalom pogrda i kleveta. Pri tome se iznose uvredljive etikacije, uvlačenje u dijalog rodbine i ostalih osoba koje su vezane uz autora teze koja se pošto-poto želi obezvrijediti. U posljednje se vrijeme masovno koriste i seksualne difamacije radi postizanja cilja: obaranja teze autora. U tome se posebno specijalizirao tjednik "Imperijal" koji ima i ekipu snimatelja koji nastoje "uloviti" autora teze u preljubnim kompromitantnim situacijama. Na ovoj destruktivnoj retorici sazđani su i neki napisi u "Nacionalu". Njihova je retorička tehnologija obilježena listanjem rječnika stranih riječi, enciklopedija radi traženja riječi koje same po sebi blamiraju i uništavaju čovjeka koga se želi napasti. Oni pri tome ništa ne dokazuju, nego pomoću leksičkih deiksa samo negiraju, difamiraju, vrijeđaju označene žrtve svoga pera. Oni su zato promijenili staru maksimu "*res non verba*" (stvar a ne riječ) u parolu riječi – ne stvari. Ti magovi u novinarstvu zato i traže stalno "jače riječi", jer se one brzo ofucaju i ništa ne znače.

Ovom manipulacijom ozloglašanih i kriminiziranih riječi žuti novinari postali su poznatoj paroli "Napadni, pa neka se napadnuti kasnije brani!" Pri tome redakcija nastoji svim silama ne dopustiti demanti napadnutoga. Kako? Otezanjem i držanjem ispravka u ladici, zatim inzistiranje na prepravkama, pa i odbijanjem objavljivanja. Na sudu se proces razvlači, aktualnost smanjuje, što sve ide u korist napadača, a ne žrtve. Sporost našeg zakonodavstva u tom smislu pogoduje nasilnicima koji se služe svim sredstvima da nekažnjeno vrijeđaju, kleveću i napadaju intimne sfere čovjekove egzistencije. Makar su ljudi zakonski zaštićeni od tih inkriminacija, sudovi svojom sporošću i dopuštanjem odgoda zaobilaznim smicalicama dekuražiraju napadnute da se brane i na taj način zloupotreba novinarstva biva nagrađena.

Da bi se ove pojave suzbile, u brojnim su zemljama doneseni popisi riječi koje su same po sebi uvredljive i pogrđne, pa za njih zajednički odgovaraju ne samo novinar nego i glavni urednik. Njegova je odgovornost supsidijarna, jer i bez posebnih spoznaja on na prvi pogled (skimiranje teksta) može uvidjeti ima li u njemu inkriminiranih riječi ili ne.

### 3.2. Retorički složaji u destruktivnoj retorici

Ovaj je oblik suptilniji pa ga je zato teže uočiti, a još teže sankcionirati. Glavna mu je karakteristika da se služi metaforama. Dakle, umjesto direktnog vrijeđanja, ovdje je

na djelu indirektni napad. U najnovije vrijeme u nas je u primjeni sintagma "To su obične barabe", kojom se protumišljenike ili oponente proglašava negativcima, pa ih se na taj način eliminira iz diskursa, makar za to nije podastrt nijedan dokaz. Dapače, mogu oponenti imati i potpuno pravo, ali kada narod u novinama čuje da su oni barabe, tada se automatski širi fama kako ni njihova istina nije istina.

Metaforično govorenje počiva na principu analogije, tj. njome se povezuje dvije zbilje. U slučaju napadačke retorike povezuje se djelo oponenta s nečim negativnim što je sadržano u metafori. Riječ *baraba* označava u primarnom semantičkom polju osobu koja je neozbiljna, laka na riječima, prevrtljiva, pomalo pokvarena, a uvijek nepouzdana u svakom pogledu. To narod dobro zna. Kada joj agresivni novinar doda u sintagmi poštenog čovjeka ili istinitu njegovu izjavu, u tome se ozračju istina pretvara u laž, a pravедnik prikazuje kao pokvarenjak. To je smisao ove "burduške" retorike i njome se služe svi kavanski i konobarski političari u svojim olakim salvama na protivnike koje ne mogu pobiti valjanim razlozima.

Relativizacija, sumnjičenje, podmetanje retoričkih pitanja malo su lakši oblik destruktivne retorike, ali se u svojoj konačnici i oni svode na difamaciju i sumnjičenje napadanih autora ili njihovih javnih iskaza. Ovaj oblik traži od novinara veće retoričko-stilističko znanje, pa ga upotrebljava samo manji broj novinara.

Ovakvim se postupcima izlazi iz standardnog semantičkog polja, pa se sofisticirani može o svemu negativno govoriti. Hegel je s tim u svezi rekao da su noću (u mraku) sve krave crne. To znači da u jednom nihilističkom retoričkom polju sve može izgledati ovako ili onako, prema tome u kakvo polje stavite riječ.

U ovoj proširenijoj kategoriji zloupotreba riječi nalaze se karanja (bez dokaza), predbacivanja, ekspresivno kritiziranje i okrivljavanje. Dakako, u ekspresive spadaju i psovke koje su zaista retorički faulovi, te ih slušatelji sami lako raspoznaju. Prekoravanjem se tako može omalovažiti i vrlo dobro djelo nekoga čovjeka, jer je navodno mogao postići i više, a nije. Kad je riječ o predbacivanju, negativne posljedice se pripisuju ili dobacuju čovjeku koji ih istinski nije prouzročio niti ih je htio, a kod ekspresiva se objekcije vežu uz negativne emocije, pa se opet tim trikom dobre stvari pretvaraju u loše i zle.

U političkom komuniciranju koriste i izravni verbalni napadi, kao što su: okrivljavanje, prijetnja, savjet, ucjena, itd. Okrivljavanje je vješto predbacivanje krivnje na osobu koja za to nije kriva. Prijetnja je još agresivniji postupak koji se svodi na primjenu *ad baculum* argumentacije, tj. napadnutoj osobi se prijeti progonom, zatvorom ili napadom na ličnost zbog radnji koje ona nije izvela, ali koje auditoriju sugerira kao istinite agresivni novinar ili javni komunikator.

U suzbijanju ovoga tipa verbalne agresije teško se koristiti sudovima, jer je metaforičke iskaze nemoguće svoditi u pravne kanone, te se tada traži vještačenje, a to produžava proces ili ga se vodi *ad infinitum*. U obrani od takvih destrukcija najbolje je zato ići na ispravak, a ako redakcija ne objavi ispravak, na tužbeni progon verbalnih agresora.

### 3.3. Logičke forme u službi destruktivne komunikacije

Ova je vrsta agresije još teži oblik u borbi za njezino suzbijanje. Ona spada u tehniku sofizama koji se svode na svjesnu upotrebu erističkih trikova i smicalica, pri čemu se u diskursu prividno poštuje logičnost, ali se ona stvarno anihilira.

A. Schopenhauer je u svojoj "Erističkoj dijalektici" sakupio 40 tipova najučestalijih sofizama koji se primjenjuju u polemikama radi osiguravanja vlastite nadmoći ili radi suzbijanja napada na vlastite teze. Statistički je najučestaliji trik nazvan metabazis. To je vješta zamjena predmeta napada, tj. tim se trikom uopće ne napada nečija teza, nego nešto što je njoj slično, ali spada u drugo područje, a što je lakše napasti. Tih metabazisa ima više vrsta. I *ad hominem* tehnika je metabazis, jer se umjesto autora nekoga izričaja u polemici napada njegov oca, brata ili nekoga bližega, tj. okrivljuje ga se za nešto za što on uopće nije kriv. Protiv svih metabazisa zato valja dobro poznavati logičku argumentaciju kojom se može obraniti vlastita pozicija i pri tome razobličiti agresora i novinarsku varalicu koja se ne služi dostojnim sredstvima.

U komunističkoj retorici su se agresori služili vrlo često tzv. argumentom autoriteta. Ako se nekome koga valja javno uništiti može pronaći mjesto gdje se on razlikovao od političkih vođa, tada se to neslaganje pretvara u suprotstavljanje, pa nakon toga optužuje nevinog autora zbog pobune protiv vođe. Sličan je i demagoški trik koji predstavlja argument autoriteta naroda. Naime, olako se naglasi što narod hoće, a potom ukaže kako iskaz autora koga se napada, strši i suprotan je tome, pa ga zbog toga treba sankcionirati ili tražiti njegovu ostavku na mjestu gdje on dobro radi.

Grbelja i Sapunar su zato u svome udžbeniku "Novinarstvo" (1993.) naveli 10 naputaka za pošteno i uspješno vođenje polemike (kako ona ne bi postala agresija i javni linč nedopuštenim sredstvima):

1. Najprije treba dobro poznavati predmet spora, a nisu dovoljni samodovoljnost i odgovor 'ja se s time ipak ne slažem', jer je u polemici važan jedino dovoljan razlog, odnosno dokazivanje.
2. U polemici ni za koga nema bijelog lista ili vjerovanja na prazno, već za sve polemičare vrijede isti kriteriji, a to je nužnost argumentacije vlastite teze.
3. U polemici je burleska (pošalica, vragolija) možda dopuštena na račun teze, plana, predmeta spora, ali ne na račun osobnosti polemičara: da tkogod uveličava njegove mane.
4. U tom smislu u polemici nisu dopušteni ironička drskost, bestidnost, bahatost, cinizam, itd.
5. U odnosu na profesionalne tendencije asinkrono je i ono što se podrazumijeva pod kronikom skandala: zlobno iznošenje, opisivanje, prepričavanje delikatnih društvenih događaja u kojima je sudjelovao protivnik u polemici, opovrgavanje njega ili njegovih predaka, odnosno srodnika.
6. Izbor argumenata u polemici mora biti relevantan i prihvatljiv, ali i dostatan.
7. Polemičar uza sve to mora biti i vrstan stilist, filigranist za potankost, detalj, produhovljena osoba kad su u pitanju misli, emocije, usporedbe i uopće stilske figure.

8. Polemičar zatim mora biti i znalac svega što se (ne) dopada publici, čak kada je u pitanju i sama zvučnost upotrijebljenih riječi.
9. Polemičar može biti ljut, ali uvijek mora ostati human i socijalan, uvijek žestok samo u mjeri u kojoj podržava ili brani argumente.
10. Na kraju, polemičar mora biti spreman i na uzvratnu riječ, drugačiju argumentaciju i na kulturu "ljutnje" (str. 110).

#### 4. Zaključno razmatranje

Iz provedene analize je razvidno da se riječima može postići mnogo ili ništa. Mnogo se postiže (u pozitivnom pogledu) kada se ljude dobro informira i na taj način osposobljava za uspješniji rad i stvaralaštvo i (u negativnom pogledu) kada ih se izaziva, vrijeđa i omalovažava. Pljuvačko, neargumentirano i vrijeđajuće novinarstvo zato treba osuditi (sudski i nesudski), a ono konstruktivno i savjetodavno podržati i gratulirati.

U borbi za objektivnu riječ, usmjerenu prema općem dobru svi se moramo angažirati, a ne čekati samo sud, pa se i sam novinar zato mora školovati:

- da brine za istinu što je ideal, a obvezatno piše objektivno, što mu je minimalna dužnost,
- da se brine za što potpuniju argumentaciju, a izbjegava pisati po svome subjektivnom osjećaju,
- da se obračunava s mislima i stvarima, a ne s ljudima, jer smo svi sudionici na putu prema istini, što vodi općem dobru,
- da se ni o čemu ne piše što nije provjereno i dokazano,
- da se novinar stalno izgrađuje u tri smjera: u pravcu što dubljeg poznavanja teme i stvari o kojima piše, zatim u pravcu logičke argumentacije i u pravcu lijepoga (stilskoga) kazivanja otkrivene istine.

Što se pak tiče stručnih novinarskih udruženja, ona bi trebala biti sudišta prvoga stupnja na kojima bi se raspravljali svi oblici prekoračivanja istinitonosnog komuniciranja. Kako sada stvari stoje, ovaj forum je posve zatajio, jer se danas na sudovima vodi više od 1.000 sudskih postupaka zbog inkriminacije uvreda i kleveta, a stručno novinarsko društvo nije još ni o jednom tome slučaju raspravljalo kao prvostupanjski organ.

I, treće, sudovi bi također trebali biti ažurni, a ne razvlačiti parnice i po nekoliko godina. To je moguće, budući da je u slučajevima novinarskih uvreda i kleveta sve dokazano, jer postoje gotovi i objavljeni tekstovi; sudovima, prema tome, ostaje samo konačna presuda o stupnju inkriminiranosti tih utuženih tekstova.

Da bismo suzbili ovo zagađivanje prostora javne komunikacije, dobro bi bilo kad bi se osnovali i posebni sudovi za ovu vrstu inkriminacija. Tada bi se i procesi ubrzali, a broj agresija i zloupotrebe novinarstva sveli na najmanju moguću mjeru.

Za svaku pravnu državu to je minimum i osnova.

### *Literatura*

- Lichanski, J., *Co to jest retoryka?*, PAN, Krakow, 1996.
- Kennedy, G. A., *A History of Rhetoric*, Princeton, 1983.
- Ueding, B., Steinbring, B., *Grundriss der Rhetorik* (Geschichte, Technik, Methode), Stuttgart, 1986.
- Roščin, S. K., *Psihologija i žurnalistika*, Nauka, Moskva, 1989.
- Miller, G. A., *The Psychology of Communication*, Baltimore, 1967.
- Meyerhoff, A. E., *The Strategy of Persuasion*, New York, 1965.
- Ivanetić, N., *Govorni činovi*, Zavod za lingvistiku, Zagreb, 1995.
- Ivanetić, N., *Govorni akti za neodbravanje u hrvatskom i njemačkom jeziku* (disertacija), Filozofski fakultet u Zagrebu, 1989.
- Malović, S., *Etika novinarstva*, Izvori, Zagreb, 1998.
- Grbelja-Sapunar, *Novinarstvo*, Zagreb, 1999.

Marko Sapunar

### *JOURNALISTIC RHETORIC "ALS OB"*

#### *Summary*

The essay analyses and categorises rhetorical methods in destructive communication.

Journalistic destructive rhetoric is mostly evident in the yellow press and political communication. Such rhetoric avoids argumentation and focuses on the satanization of individuals, ideas or things it wishes to discredit. According to the author, this type of rhetoric primarily ensues from the inability of a journalist to gain prominence in a more positive way, which represents a contemporary form of herostratism. Since contemporary media give journalists too much influence in society, some have tried to impose themselves in politics and society as the ultimate arbiters in deciding on what is right and what is not.

The conclusion of this analysis is that this phenomenon ought to be studied by means of multilateral strategies; otherwise, the public cannot successfully cope with the negative consequences of this journalistic anomaly.