

*Marija Lovrić*ILEIZMI ILI ŠTO JE ZAJEDNIČKO RODITELJIMA
JEDNOGODIŠNJAKA I MILANU BANDIĆU*Samo čestit čovjek može biti dobar govornik.
Ciceron*

Umjesto uvoda – o deiktičkim kategorijama

Kada je prije gotovo pola stoljeća objavio revolucionarno djelo *How To Do Things With Words*, J. L. Austin ukazao je na činjenicu da nam riječi ne služe samo da bismo nešto *rekli*, nego da bismo pomoću njih nešto *učinili*. Jedan je od načina da koristeći jezik nešto učinimo i uporaba deiksije, jednog od temeljnih pojmova u pragmatici. Yule (1996) ju najopćenitije definira kao tehnički pojam za jednu od osnovnih stvari koje radimo kada govorimo, a to je *pokazivanje* uz pomoć jezika. To je prije svega način izražavanja vezan uz govornikov kontekst. Tako razlikujemo izraze koji su 'blizu govorniku' ili proksimale (ja, ovo, ovdje, sada) te izraze koji su 'daleko i od govornika i od sugovornika' ili distale (on, ona, ono, ondje, onda). Izrazi koji su dalje od govornika, a bliže sugovorniku nazivamo medijali (ti, to, tamo, tada).

Postoji više deiksija koje se daju razvrstati u nekoliko deiktičkih kategorija. Deiktička je kategorija „bilo koja gramatička kategorija koja izražava razlike u odnosu na vrijeme i mjesto govora ili različite uloge sudionika“ (Trask, 2005:48). Drugim riječima, deiktičke kategorije omogućuju govorniku 'označavanje' određenog vremena, mjesta ili pojedinaca, a pri tom su referentne točke vrijeme i mjesto govora te identitet govornika. Ako je referentna točka vrijeme govora, riječ je o vremenskoj deiksiji. Ako je referentna točka mjesto, govorimo o prostornoj deiksiji, a ako je pak referentna točka identitet govornika, riječ je o osobnoj deiksiji. Nas će najviše zanimati ova posljednja.

Osobna deiksija omogućuje razlikovanje između govornika i sugovornika, te negovornih osoba, a reprezentativan oblik osobne deiksije svakako

su osobne zamjenice. Kada se rabi zamjenica *ja*, pokazuje se na govornika. Uporabi li se zamjenicu *ti*, pokazuje se na sugovornika dok se uporabom zamjenica *on, ona, ono* označuje osoba koja ne sudjeluje u razgovoru, odnosno negovorna osoba. Isto vrijedi i za množinu (*mi, vi, oni*).

Tijekom razgovora govornik i sugovornik neprestano izmjenjuju uloge pa su tako cijelo vrijeme i *ja* i *ti*. Treća osoba nije izravni sudionik u (ja-ti) razgovoru pa je samim tim i udaljenija. No, to ne znači da se oblik za treće lice koristi rjeđe od onog za prvo ili drugo. Naprotiv, brojne su situacije kada se umjesto oblika za drugo lice koristi neki od oblika za treće lice. Evo primjera:

1. a) *Želi li Njegovo Visočanstvo malo kave?*¹ [on/ona]
b) *Želiš li malo kave?* [ti]

Yule (1996) daje širi kontekst označivši primjer (1) kao ironičnu opasku osobe koja ima puno posla u kuhinji, a koja se ruga svom sugovorniku zbog lijenosti. Ironija je postignuta upravo zamjenom oblika za drugo i treće lice. Korištenju trećeg lica umjesto drugog često se pribjegava i kako bismo se udaljili od nezahvalnih situacija kao što su optužbe:

2. a) *Netko nije počistio za sobom.* [netko]
b) *Nisi počistio za sobom.* [ti]

Radije ćemo uporabiti treće lice i onda kada se određeni iskaz može shvatiti osobno, ali ga ipak želimo formulirati u obliku općenitog pravila:

3. a) *Svatko mora počistiti za sobom.* [svatko]
b) *Moraš počistiti za sobom.* [ti]

Iz primjera je vidljivo da je uporaba trećeg lica umjesto drugog česta u jeziku, a najmanje su tri moguća scenarija kod kojih dolazi do takve zamjene – humor i/ili ironija, diskretne optužbe te opća pravila². No, što je sa situacijama kada se treće lice rabi umjesto prvog? Kako ih objasniti, koliko su učestale u jeziku i mogu li se uopće svesti na zajednički nazivnik – pitanja su na koja će ovaj rad pokušati odgovoriti.

¹ Primjeri 1.a, 2.a i 3.a preuzeti su iz Yule, 1996. dok su primjeri 1.b, 2.b i 3.b dodani kako bi se objasnila ciljana razlika.

² Jedna je od zanimljivijih pojava u hrvatskom jeziku i dijalektalno-funkcionalna uporaba kombinacije pomoćnog glagola *biti* u drugom licu množine u kombinaciji s trećim licem jednine glagolskog pridjeva radnog, npr. u obraćanju medicinske sestre pacijentici: *Jeste li uzela svoj lijek?* Ova je pojava zamijećena većinom u sjevernim kontinentalnim krajevima (Zagreb, Varaždin) u strogo službenim govornim situacijama i smatra se arhaičnim diskursnim tipom.

Što su ileizmi?

Kada netko govori o sebi, najprikladnije bi bilo uporabiti prvo lice jednine, no kada se umjesto tog prvog lica uporabi treće, taj se čin naziva ileizmom³. Iako je takva uporaba u našem jeziku nekonvencionalna, u drugim je jezicima i kulturama bila ili jest potpuno prihvatljiva, osobito kada se govori o društvima s izraženim klasnim razlikama (na primjer, kada majordom kaže svom gospodaru *Sluga pokorni čeka Vašu zapovijed*). Jesu li klasne razlike u Hrvatskoj izražene ili ne, za ovaj rad nije toliko bitno, no činjenica je da i hrvatski govornici poznaju i obilno koriste ileizme. Pokušamo li nabrojiti situacije u kojima će osoba kada govori o sebi radije posegnuti za trećim nego za prvim licem, iskristalizirat će se tri najraširenije uporabe ileizama:

- u sarkastičnim iskazima (u najširem smislu)
- u iskazima narcisoidnih govornika
- u govoru usmjerenom djeci ili maminskom jeziku

Kako je sarkazam⁴ uglavnom poznat, makar kao književnoteorijski fenomen, a zbog prostorne ograničenosti rada, naglasak će biti stavljen na ileizme u iskazima narcisoidnih⁵ govornika te u govoru usmjerenom djeci, odnosno maminskom jeziku.

Narcisoidno motivirani govornici

O govorniku i njegovim vještinama pisao je u 1.st.pr.Kr. Marko Tulije Ciceron, a zanimanje za govorništvo i odlike vrsnog govornika ni danas ne jenjava. Naprotiv, biti dobrim govornikom nikada nije bilo važnije, a osobito ako se radi o javnim osobama čiji je svaki korak pod povećalom, a svaka riječ izvagana stotinu puta. Dobar govornik osvaja političke glasove, prodaje nosače zvuka, podiže gledanost ili slušanost medijskim kućama – jednostavno privlači publicitet, pozitivan ili negativan. Jedan od načina privlačenja pozornosti/publiciteta, svakako je i uporaba ileizama. Među javnim osobama koje o sebi govore u trećem licu, ističu se Mišo Kovač, Davor Šuker, Igor Štimac te napose Milan Bandić i Zdravko Mamić, a na primjerima ćemo pokazati da se mahom radi o narcisoidno motiviranim govornicima. Prije nego promotrimo iskaze gore navedenih javnih osoba, ne bi bilo loše

³ U hrvatskom jeziku ne postoji termin za uporabu trećeg lica umjesto prvog pa je za potrebe rada preuzet iz engleskog jezika (eng. *illeism*)

⁴ O sarkazmu kao posljedici uporabe ileizama može se govoriti i unutar iskaza narcisoidnih govornika.

⁵ Unutar iskaza narcisoidnih govornika može se govoriti i o samoreferencijalnosti u trećem licu kao jednom od mehanizama propagande. Više o tome u: Jacobs (1999) te Zupnik (1994).

definirati narcisoidnog govornika ili barem narcisoidni stil izlaganja. Prema Winkler i Commichau (2008) taj stil karakterizira govornikova zaokupljenost uglavnom time da ostavi dobar dojam i dobije pozitivnu povratnu informaciju. Ukoliko povratna obavijest ne odgovara onom što očekuje, teško ju prihvaća jer je time ugrožen ideal vlastite osobe. Upravo je ideal vlastite osobe ključan, a Španjol Marković (2008) upozorava na bitnu razliku između pojmova *Selbstbild* (slika koju imamo o sebi) te *Fremdbild* (slika koju drugi imaju o nama). Jasno je da se te dvije slike vrlo često ne podudaraju, a razlika⁶ između onoga što mislimo o sebi i onoga kako nas drugi vide osnova je mnogih razočaranja ili nesporazuma. Uporabom ileizama te se razlike pokušavaju nadići. Usporedimo ova dva iskaza:

Ana: Ja sam lijepa, mlada i zgodna.

Ana: Ana je lijepa, mlada i zgodna.

U prvom slučaju, sugovorniku će duže u svijesti ostati sami epiteti *lijepa, mlada i zgodna*, nego njihov referent koji vrlo brzo može biti relativiziran na bilo koji *ja*. S druge strane, kada je uporabljeno vlastito ime⁷, sugovornik će dulje u svijesti povezivati gore navedene epitete s osobom na koju se odnose (a pogotovo ako je uz vlastito ime navedeno i prezime jer se mogućnost relativizacije na bilo koju Anu smanjuje).

Sada kada smo okvirno odredili narcisoidnog govornika i njegov stil izlaganja, možemo se pozabaviti konkretnim primjerima⁸ te razmotriti na koji način ileizmi pridonose narcisoidnom stilu izlaganja, a najviše će nas zanimati slučajevi u kojima govornici o sebi govore rabeći vlastito ime i/ili prezime. Prvi je promatrani govornik pjevač Mišo Kovač.

- 1) *Mišo Kovač: Onog trenutka kad bude bolji netko i bolje prođe od mene, Mišo Kovač nikad neće više za mikrofon. Je l' vam jasno?* " 11.11.2007.

⁶ U psihologiji postoji termin „slijepa pjega“. To je ono područje naše osobnosti koje vide svi osim nas samih (pretjerano samopouzdanje ili podcjenjivanje vlastitih sposobnosti). Više o tome u: Andrilović i Čudina, 1990:143.

⁷ U raspravi o ulozi vlastitih imena kao referencijalnih mehanizama, Cruse (2000: 317) tvrdi: "...the speaker uses a proper name when only one referent within the most relevant domain bears it; in other words, the name renders the referent unique within the domain." Odnos vlastitog imena i njegovog referenta vrlo je složen, pa Cruse (ibid.) nadalje raspravlja u kojoj se mjeri jedinstvenost referenta i osobina koje se putem vlastitog imena njemu pripisuju poklapaju tj. razilaze.

⁸ Primjeri su pronađeni pomoću internetskog pretraživača YouTube. Prednost je tog portala mogućnost pregledavanja i preslušavanja određenog video zapisa nebrojno puta što omogućuje doslovno prenošenje, odnosno transkribiranje iskaza gore navedenih govornika. Radi preglednosti, kraj samih primjera navedeni su samo nadnevcii. Svi su primjeri preuzeti doslovno te mogu sadržavati gramatičke pogreške koje su dijelom diskursa tih osoba te ne podliježu lekturi.

Ako zanemarimo narav dotičnog govornika kao i kraj iskaza, odnosno pitanje *Je l' vam jasno?* koje graniči s retoričkom ohološću⁹, vidljivo je da govornik izgovaranjem svog imena pokušava vlastitom iskazu dati dodatnu važnost i težinu [ne bilo tko, nego Mišo Kovač *nikad više neće za mikrofon*]. Zanimljivo je da govornik upotrebljava i oblik *mene* (genitiv osobne zamjenice *ja*) i *ileizam*, što se može objasniti govornikovom potrebom da u fokus stavi svojevrсно obećanje [*Mišo Kovač nikad neće više za mikrofon*], a istovremeno skrene pozornost s eventualnog neuspjeha, odnosno mogućnosti da će netko biti bolji od njega.

Slična je situacija i u sljedećem primjeru gdje se govornikov iskaz također može parafrazirati kao [ne bilo tko, nego *Igor Štimac*] te ponovo imamo slučaj da govornik koristeći *ileizam* sam sebi pridaje dodatnu važnost.

- 2) *Igor Štimac*: „*Igor Štimac nema devet lica, on stoji iza svojih postupaka*“ 5.10.2008.

U drugom dijelu iskaza, rabi zamjenicu *on* što možemo pripisati poštivanju anaforičkih odnosa. Primjer Davora Šukera donosi ne samo pridavanje dodatne važnosti vlastitoj osobi nego i pripisivanje određenih pozitivnih konotacija vlastitom imenu:

- 3) *Davor Šuker*: „*Ja, kao Davor Šuker, ponavljam, kao najbolji jedan brand Hrvatske u svijetu, želim da budem predsjednik Hrvatskog nogometnog saveza*“ 23.12.2010.

Smatrajući da zamjenica *ja* nije dovoljno snažna, odnosno da nema dovoljnu težinu, govornik rabi i vlastito ime [*Ja, kao Davor Šuker*, a ne bilo koji 'obični' čovjek] kako bi naglasio važnost svoje pojave. Također, svom imenu pripisuje konotacije koje nisu proizvod dogovora među govornicima hrvatskog jezika, nego govornikova vlastita intervencija [*kao najbolji jedan brand Hrvatske u svijetu*]. Ovdje možemo govoriti o ikoničnosti osobne deiksije i virtualnog prostora. Naime, uporabom osobnog imena ili osobne zamjenice govornik se udaljava od vlastitog bića kao referenta te ga 'virtualno promatra'. Pritom se rijetko ograđuje od vlastitih postupaka, a puno češće, i u skladu s narcisoidnom osobnošću, to 'izdvojeno biće' promatra kao eksponat sa svim, uglavnom pozitivnim, osobinama (Šuker = hrvatski brand).

⁹ Nasuprot retoričkoj skromnosti, više vidi u: Škarić, 2000:132.

Milan Bandić – domoljublje, zagrebljublje, čovjekoljublje i sebeljublje

U ovom poglavlju, promotrit ćemo iskaze zagrebačkog gradonačelnika Milana Bandića koji se među promatranim pojedincima iskristalizirao kao govornik koji najučestalije koristi ileizme. Štoviše, koristi ih toliko često da su i pojedinci koji se ne bave jezičnim pitanjima opazili nekonvencionalnosti u njegovu diskursu (što je poslužilo kao motivacija za pisanje ovog rada). Evo i primjera:

- 1) *Milan Bandić: „Napisali ste puno članaka o Bandiću, a Bandić je najjednostavniji čovjek u ovoj Hrvatskoj. Bandić pokušava i vidite da mu uspijeva već četvrti put zaredom spojiti zagrebljublje – ljubav prema svom voljenom gradu, domoljublje – ljubav prema svojoj domovini i čovjekoljublje.“ 31.5.2009.*

Kao što je rečeno za prethodne primjere, i ovaj govornik koristi ileizme, odnosno vlastito ime umjesto oblika za prvo lice jednine kako bi smanjio razliku između *Selbstbilda* i *Fremdbilda* ili ju čak u potpunosti odstranio. Govornik sebe vidi kao jednostavna čovjeka, zagreboljupca, čovjekoljupca i domoljuba, a cilj mu je da ga tako vide i njegovi sugrađani (odnosno biračko tijelo) pa uz te sintagme stavlja svoje prezime kako bi se u svijesti njegovih sugrađana/birača između njih stvorio znak jednakosti (Bandić = jednostavan čovjek, Bandić = zagreboljubac, Bandić = čovjekoljubac, Bandić = domoljub). U sljedećem je primjeru situacija prividno dijametralno suprotna jer govornik se korištenjem ileizma ograđuje od izjednačivanja sebe i grada Zagreba. No, je li zaista tako?

- 2) *Milan Bandić: „Nije Milan Bandić grad, nisam ja Luj XIV. da l'etat, c'est moi. Tim ljudi koji je Milan Bandić stvarao i zajedno s njima pobjeđivao je tim na koji ja računam.“ 5.11.2009.*

Vrlo je zanimljiva činjenica da kada spominje grad, koristi vlastito ime, a kada spominje Luja XIV. rabi osobnu zamjenicu. Takva raspodjela vlastitog imena i osobne zamjenice nije nimalo slučajna. Naime, iako tvrdi suprotno, govorniku je stalo da sugovornik ili bilo koji recipijent poruke u svojoj svijesti između Milana Bandića i Zagreba stvori znak jednakosti, a poistovjećivanje s francuskim kraljem nije mu bitno. Stoga, u prvom slučaju upotrebljava vlastito ime, a u drugom osobnu zamjenicu (koju je, kako je već rečeno, lako relativizirati na bilo koje *ja*). Drugi dio iskaza [*Tim ljudi koji je Milan Bandić stvarao i zajedno s njima pobjeđivao je tim na koji ja računam*] također sadrži i ileizam i zamjenicu *ja*. Govorniku je bitno da recipijenti shvate kako je upravo on, a ne netko drugi, stvorio određeni tim ljudi te

s njim pobjeđivao pa stoga koristi vlastito ime i prezime stavljajući na taj način sebe u fokus. S druge strane, činjenica da na taj tim računa, manje je bitna pa stoga rabi zamjenicu *ja*. Drugim riječima, tim kao takav nije bitan, bitno je da je taj tim stvorio sam Milan Bandić. Ako povežemo prvi i drugi dio iskaza, vidljivo je da ljudi (tim) nisu bitni, odnosno da je, suprotno onome što kaže, Milan Bandić sam sebi dovoljan, Milan Bandić *jest* grad.

U sljedećem primjeru, govornik koristi ileizam kao svojevrsni mehanizam naglašavanja svog trijumfa nad svima koji su ga optuživali, ali mu nisu mogli ništa dokazati:

- 3) *Milan Bandić: „Bandiću niste mogli dokazati nikakav lopovluk ni kriminal, osim u novinama izmišljenih afera.“ 5. 11. 2009.*

Kao i kod prethodnih primjera, iskaz se može parafrazirati kao [ne bilo komu, nego *Bandiću niste mogli dokazati lopovluk ni kriminal*]. Nadalje, govornik nastupa kao sam svoj branitelj – da ne znamo da je iskaz izrekao sam Bandić, pretpostavili bismo da se radi o njegovom gorljivom pristaši/zagovorniku.

Zoran Mamić protiv novinara

U nizu narcisoidno motiviranih govornika, posebno mjesto zauzima i izvršni predsjednik Građanskog nogometnog kluba Dinamo Zdravko Mamić. O karakteru dotičnog, kao i sklonosti medijskim ispadima, neće biti riječi, ali bit će riječi o njegovu diskursu u kojem ništa nije slučajno pa tako ni česta uporaba ileizama. Već smo vidjeli da ih narcisoidni govornici koriste uglavnom kako bi sami sebi pripisali dodatnu važnost te kako bi umanjili ili u potpunosti izbrisali razliku između *Selbstbilda* i *Fremdbilda*. Tako je i s Mamićem, no budući da se vrlo često i vrlo žučno obraća novinarima, a kako bi opovrgnuo njihove navode, nisu rijetke situacije u kojima ih citira ili parafrazira te pri tom koristi ileizme. Evo primjera:

- 1) *Zdravko Mamić: „Vi kažete i pozivate državne institucije i službe i kažete – Uskoče, Državno odvjetništvo, policijo, pravna državo, hapsite Mamića! I onda, što nije običaj, jer politika vrlo rado zajaše na valu medija, i politika i pravosudna tijela ne hapse Mamića jer nemaju elemenata da ga hapse! Pa nije vaš posao da zovete državne službe da hapse Mamića! Pa nije vaš posao da pozivate ministarstva kao što je Ministarstvo znanosti i sporta da mijenja zakone o sportu protiv Mamića“ 9.8.2010.*

Slično kao Milan Bandić, i Mamić koristi ileizam kao svojevrsni mehanizam naglašavanja vlastita trijumfa nad novinarima, ali i nad pravnim institucijama [*I onda, što nije običaj, jer politika vrlo rado zajaše na valu me-*

dija, i politika i pravosudna tijela ne hapse Mamića jer nemaju elemenata da ga hapse]. Govornik si pridaje dodatnu važnost, izdiže se iznad svojih sugovornika, ne samo uporabom ileizama nego i određenom retoričkom drskošću – određuje što je čiji posao i što bi tko trebao raditi [*Pa nije vaš posao da zovete državne službe da hapse Mamića! Pa nije vaš posao da pozivate ministarstva kao što je Ministarstvo znanosti i sporta da mijenja zakone o sportu protiv Mamića*].

Zanimljivo je da, kada govori o Dinamu, gotovo redovito rabi vlastito ime i/ili prezime. Pogledajmo sljedeća tri primjera:

- 2) *Zdravko Mamić: „Pa je l' stvarno neki od vas misle da ovde u Dinamu sjedi idiot Zdravko Mamić i drugi idioti? 29.12.2009.*
- 3) *Zdravko Mamić: „Ja samo kažem, Dinamo i Mamić će preživjeti“ 9.8.2010.*
- 4) *Zdravko Mamić: „Pa dajte se i vi pobunite, pa dajte vi budite solidarni sa Zdravkom Mamićem, pa dajte vi, bar neki, budite solidarni sa Dinamom.“ 14.4.2011.*

Iz primjera je vidljivo da govornik konceptualno izjednačuje vlastitu osobu sa spomenutim nogometnim klubom, a namjera mu je da i sugovornici/recipienti njegova iskaza u svijesti također izjednače ta dva koncepta. To je mnogo lakše postići korištenjem vlastitog imena (Zdravko Mamić = Dinamo) nego zamjenicom *ja* koju je lakše relativizirati (*ja* = Dinamo). Nadalje, ako još jednom promotrimo primjer 2, lako je uočiti da uporaba vlastitog imena daje iskazu i sarkastičan ton [*idiot Zdravko Mamić i drugi idioti?*], no već je napomenuto da se rad neće detaljnije baviti tim pitanjem. Dakle, osim pridavanja dodatne važnosti vlastitoj osobi, kod Zdravka Mamića možemo uočiti i dvije nove uporabe ileizama – parafraziranje izjava medija koje koristi kao mehanizam trijumfa nad istima te izjednačivanje vlastitog imena (i osobe) s imenom nogometnog kluba (te svega što on predstavlja).

Na primjerima javnih osoba pokazano je da hrvatski govornici često rabe ileizme i to uglavnom kao sredstvo pridavanja određene važnosti i težine vlastitoj osobi te kako bi si pripisali što više pozitivnih karakteristika. S druge strane, na primjerima Milana Bandića i Zdravka Mamića vidjeli smo da mogu poslužiti i kao moćno sredstvo manipulacije sugovornikom/recipientom. Nije nevažno primijetiti kako u tu svrhu ileizme koriste uglavnom muškarci dok ih žene najčešće koriste u govoru usmjerenom djeci ili maminjskom jeziku. Stoga, sljedeće se poglavlje bavi mamama i ileizmima unutar njihova obraćanja djeci.

Maminski jezik i ileizmi

Maminski¹⁰ jezik ili govor usmjeren djeci Apel i Masterson najopćenitije definiraju kao „osobit način na koji odrasli razgovaraju s malom djecom.“ (2004:53). Snow (1986) kao odrednice tog jezika navodi jednostavnost, redundantnost, česta ponavljanja i parafraziranja, a možemo dodati i da je govor usmjeren djeci obično sporiji, polaganiji jer djetetu treba više vremena da primi i shvati određenu informaciju. Nikolić (1996) tvrdi da djeca postupno uče koristiti govor osoba koje ih okružuju i to tako što se trude proizvesti što sličniju zvučnu sliku onoga što čuju. Drugim riječima, djeca uče ponavljajući, odnosno izgovarajući pojedine riječi poslije neke druge osobe. Na istom je tragu i Pavličević-Franić kada govori o biheviorističkim teorijama: „Oponašajući odrasle govornike, metodom pokušaja i pogriješaka, poticaja i ponavljanja, dijete usvaja jezične strukture i napreduje u govornome razvoju.“ (2005:39) Stoga, ono što majka (ili bilo tko drugi) govori djetetu mora biti pojednostavljeno, ali i pažljivo odabrano jer djeca u najranijoj dobi 'upijaju kao spužve' – reproduciraju i oponašaju sve što čuju. Prema tome, ne iznenađuje činjenica da, kada se obraćaju svojoj djeci, majke i očevi najčešće govore o sebi u trećem licu. Koristeći ileizme, roditelji žele potaknuti svoju djecu da što prije izgovore riječi *mama* ili *tata*.

„Što će Tonija ispričati mami?“

Kako bismo pokazali da mame zaista koriste ileizme, poslužiti ćemo se zapisom iz Hrvatskog korpusa dječjeg jezika baze CHILDES. Riječ je o transkriptu magnetofonskog zapisa. Nadnevak je 3. studeni 1994. Sudionici razgovora su mama Draženka i kći Antonija (1 godina, 3 mjeseca i 3 dana). Zapis nije dan u potpunosti, nego su izdvojeni oni dijelovi 'dijaloga' u kojima je razvidna mamina uporaba ileizama. U zapisu *DRA označuje majku i njezin iskaz, a *ANT kći i njezine jezične pokušaje. U okrugloj su zagradi dane kontekstualne pojedinosti, a dijelom su samog zapisa, dok je u uglatim zagradama signaliziran ileizam.

(Antonija se u sobi igra s lutkicom i priča, pokazuje na magnetofon i želi se popeti na stolicu)

¹⁰ Termin *maminski jezik* implicira majku kao djetetova jedinog sugovornika dok je govor usmjeren djeci (GUD) neutralan i u literaturi češće upotrebljavan. Termin je predložila C.E.Snow (eng. *child directed speech* - CDS). U engleskom jeziku postoji i termin *motherese*, a u ozračju političke korektnosti i noviji izraz *parentese* koji se odnosi upravo na CDS/GUD. Ipak, u radu se koristi termin *maminski jezik* kako bi se što slikovitije pokazale razlike između ileizama kod (muških) narcisoidnih govornika te ileizama u majčinom obraćanju djetetu.

1. *DRA: tamo je mama nešto uključila? [mama]
*DRA: kuda?
*DRA: mamac hoćeš ići? [mamac]
2. *DRA: šta će tonija ispričati mami? [mami]
*DRA: hm?
*DRA: šta će tonija mami ispričati? [mami]
*ANT: ahm ahm ahm.
3. (usmjerava pogled na čaj)
*DRA: jesi pokazala čaja?
*ANT: aha aha.
(potvrđuje)
*DRA: evo izvoli.
*DRA: sad će mama dati čaja. [mama]
4. (antonija prstićem pokazuje lopticu ispod stola)
*DRA: lopticu hoćeš?
*DRA: evo sad će mama lopticu uzeti. [mama]
*DRA: evo izvoli.
5. *DRA: što si to mami donijela? [mami]
*ANT: atua ute.
(pruža majci kutijicu)
*DRA: što si mami donijela? [mami]
*DRA: kutijicu?
*ANT: mama mamo ooo.
*DRA: jesi?
*DRA: daj mami. [mami]

Iz primjera je vidljivo da kod govora usmjerenom djeci, odrasli (u ovom slučaju majke), zaista koriste ileizme, a da bismo razumjeli zašto to čine, potrebno je uzeti u obzir dvije stvari. Prva je dob sugovornika/recipijenta. Kako je riječ o djetetu, važno je govor i poruku prilagoditi kako bi ta mala glava lakše primila i razumjela poruku. To znači da je uporaba zamjenica (kao što su *ja*, *meni*, *moje*) neprihvatljiva jer djeca počinju razlikovati sebe od okoline, rabiti i razumijevati zamjenice, poglavito zamjenicu *ja*, tek u trećoj godini života (Nikolić, 1996). Prema tome, uporaba imenice *mama* u situacijama kada bi se trebala rabiti zamjenica *ja* ili neki od njenih oblika, svakako je opravdana. Sljedeće što treba uzeti u obzir su biheviorističke teorije učenja, tj. činjenica da djeca u ranoj dobi najviše uče ponavljanjem i imitacijom. Prema tome, neku će riječ prije naučiti i izgovoriti ako su joj često izloženi.

Na kraju

Jedan je mudar čovjek davno rekao: „Samo čestit čovjek može biti dobar govornik“. Danas je (dobrih) govornika sve više, a čestitih ljudi sve manje, odnosno neproporcionalnost između čestitosti i govorništva kao da nikada nije bila veća i to zahvaljujući različitim jezičnim strategijama i mehanizmima, između ostalih i ileizmima.

Ileizmi su u hrvatskom jeziku prilično neistražen, ali zato rado uporabljiv jezični fenomen. Cilj rada nije bio istražiti sve situacije u kojima se oni koriste, nego je naglasak stavljen na samo dvije – onda kada ih koriste narcisoidni govornici te onda kada ih koriste roditelji u govoru usmjerenom djeci ili maminskom jeziku. U tu svrhu ponuđeni su iskazi nekolicine javnih osoba te zapis iz Hrvatskog korpusa dječjeg jezika baze podataka CHILDES.

Nakon analize primjera, nametnuli su se sljedeći zaključci: narcisoidno motivirani govornici uporabom ileizama pokušavaju smanjiti ili u potpunosti izbrisati eventualne razlike između *Selbstbilda* i *Fremdbilda*, privlače na sebe pozornost i pridaju si dodatnu važnost, a nerijetko si i pripisuju različite pozitivne osobine. Ako uopćimo navedene uporabe, vidljivo je da se ileizme koristi kao mehanizam manipulacije sugovornikom/recipientom. S druge strane, motivacija roditelja da o sebi govore u trećem licu kada se obraćaju svom djetetu, potpuno je drugačije naravi. Roditelji to čine jer dijete nije dovoljno kognitivno zrelo da bi razumjelo koncepte kao što su zamjenice, ali i zbog toga što djeca u najranijoj dobi ponajviše uče ponavljanjem i oponašanjem. Dakle, roditelji koriste ileizme kako bi lakše komunicirali sa svojim kognitivno nedovoljno zrelim sugovornikom, a kako bi pojednostavili svoj iskaz, tj. kako bi se 'spustili' na djetetovu razinu, dok si narcisoidni govornici rabeći ileizam pridaju dodatnu važnost i na taj način 'izdižu' iznad svog sugovornika. Vidljivo je da se ileizmima govornik može i približiti i udaljiti od svog sugovornika, a Ciceron bi sigurno primijetio da su oni koji se rabeći ileizam svom sugovorniku približavaju čestiti govornici, dok su oni koji se od svojih sugovornika udaljavaju samo govornici.

Literatura

- Andrilović, V., Čudina, M. 1990. *Osnove opće i razvojne psihologije*, Školska knjiga, Zagreb
- Apel, K., Masterson, J. J. 2004. *Jezik i govor od rođenja do šeste godine: od glasanja i prvih riječi do početne pismenosti - potpuni vodič za roditelje i odgojitelje*. Ostvarenje, Lekenik
- Austin, J. L. 1978. *How To Do Things With Words*, Second edition, Oxford University Press, Oxford.
- Ciceron, M. T. 2002. *O govorniku*, Matica hrvatska, Zagreb.

- Cruse, D. A. 2000. *Meaning in Language. An Introduction to Semantics and Pragmatics*. Oxford University Press, Oxford.
- Jacobs, G. 1999. Self-reference in press releases. *Journal of Pragmatics* 31 (1999) 219-242.
- Nikolić, S. 1996. *Svijet dječje psihe*, Prosvjeta, Zagreb.
- Pavličević-Franić, D. 2005. *Komunikacijom do gramatike*, Alfa, Zagreb.
- Snow, C.E. 1986. *Conversation with children*. U: Fletcher, P., MacWhinney, B. (ur.) *The Handbook of Child Language*. Oxford
- Škarić, I. 2000. *Temeljni suvremenoga govorništva*, Školska knjiga, Zagreb.
- Španjol Marković, M. 2008. *Moć uvjeravanja: Govorništvo za menadžere (i sve one koji to žele postati)*. Profil, Zagreb.
- Trask, R. L. 2005. *Temeljni lingvistički pojmovi*. Školska knjiga, Zagreb.
- Winkler, M., Commichau, A. 2008. *Komunikacijsko-psihološka retorika*. Erudita, Zagreb.
- Zupnik Yael, J. 1994. A pragmatic analysis of the use of person deixis in political discourse. *Journal of Pragmatics* 21 (1994) 339-383
- Yule, George 1996. *Pragmatics*. Oxford University Press, Oxford.

Izvori

<http://youtube.com>

<http://childes.psy.cmu.edu>