# Jezično-retorička analiza predizbornih sučeljavanja predsjedničkih kandidata u Republici Hrvatskoj u kontekstu temeljnih ljudskih vrijednosti

Borko Baraban*
*bbaraban@aukos.hr*
https://orcid.org/0000-0002-7908-028X

Viktorija Kantor**
*viki.kantor@gmail.com*
https://orcid.org/0009-0004-0662-0064

https://doi.org/10.31192/np.24.3.11
UDK: 342.849.2(497.5)"2024/2025"
[342.511:342.843.1]:81'42
17.022.1
Izvorni znanstveni rad /
Original scientific paper
Primljeno: 5. ožujka 2026.
Prihvaćeno: 9. lipnja 2026.

CC BY NC

*Rad donosi jezično-retoričku analizu predizbornih sučeljavanja predsjedničkih kandidata u Republici Hrvatskoj emitiranih na HRT-u krajem 2024. i početkom 2025. godine. Polazeći od klasične i suvremene retorike, argumentacijske teorije i analize političkoga diskursa, istraživanje ispituje uporabu retoričkih figura, apelacijskih strategija etosa, patosa i logosa te argumentacijskih pogrešaka u javnom političkom govoru. Metodološki se rad temelji na kvalitativnoj analizi diskursa pri čemu se Toulminov model argumentacije primjenjuje kao pomoćni analitički okvir za procjenu razvijenosti pojedinačnih argumentacijskih iskaza. Analiza obuhvaća sučeljavanja u prvome i drugome izbornom krugu te omogućuje uvid u promjene diskurzivnih obrazaca u različitim komunikacijskim uvjetima istoga izbornog procesa. Polazišna hipoteza pretpostavlja da su sučeljavanja obilježena fragmentarnom i nedosljednom uporabom retoričkih sredstava, uz dominaciju patosa i učestalo ponavljanje argumentacijskih pogrešaka. Rezultati upućuju na oslabljenu argumentacijsku koherenciju i sklonost delegitimizacijskim obrascima, što nadilazi razinu stilističke značajke političkog nadmetanja. Takva diskurzivna praksa razmatra se u kontekstu temeljnih*

* Izv. prof. dr. sc. Borko Baraban, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Ul. Julija Knifera 1, HR-31000 Osijek.
** Viktorija Kantor, univ. spec. rel. publ. et. comm., Ministarstvo financija, Carinska uprava, Područni carinski ured Osijek, Ul. cara Hadrijana 11, HR-31000 Osijek.

*ljudskih vrijednosti, osobito istine, dostojanstva osobe, odgovornosti javne riječi i povjerenja u demokratskom javnom prostoru.*

Ključne riječi: *argumentacijske pogreške, jezično-retorička analiza, politička komunikacija, predsjednički izbori, retorika.*

## *Uvod****

Politička komunikacija u suvremenim demokratskim društvima nadilazi funkciju prijenosa informacija te postaje prostor oblikovanja javnoga mišljenja, političkoga identiteta i vrijednosnoga horizonta zajednice. Predizborna sučeljavanja predsjedničkih kandidata osobito su relevantan oblik takve komunikacije jer se u njima u sažetom i medijski posredovanom obliku očituju retoričke strategije, argumentacijski obrasci i načini konstruiranja političke vjerodostojnosti. Budući da predsjednička funkcija u hrvatskom političkom sustavu ima izraženu simboličku i predstavničku dimenziju, javni nastupi predsjedničkih kandidata ne oblikuju samo percepciju pojedinih političkih aktera, nego i predodžbu o odgovornosti, dostojanstvu i vjerodostojnosti same funkcije.

Predmet je ovoga rada jezično-retorička analiza predizbornih sučeljavanja predsjedničkih kandidata emitiranih na Hrvatskoj radioteleviziji krajem 2024. i početkom 2025. godine. Korpus čine sučeljavanje kandidata u prvome krugu predsjedničkih izbora i sučeljavanje dvaju kandidata u drugome krugu. Riječ je o dvama komunikacijski različitim, ali problemski povezanim događajima istoga izbornog procesa: prvi krug obilježen je većim brojem kandidata, kraćim izlaganjima i pluralnijom diskurzivnom dinamikom, dok drugi krug podrazumijeva izravniju konfrontaciju dvaju kandidata i snažnije personaliziranje političkog nadmetanja. Upravo ta razlika omogućuje uvid u promjene retoričkih i argumentacijskih obrazaca s obzirom na promjenu intenziteta političkog sučeljavanja. Istraživanje ne polazi od pretpostavke da se na temelju analiziranih sučeljavanja može izravno zaključivati o izbornom ponašanju birača ili o uzročno-posljedičnom utjecaju retorike kandidata na izborni ishod. Takav bi zahvat zahtijevao zasebno recepcijsko ili politološko istraživanje.

Ovaj rad usmjeren je na analizu jezično-retoričke organizacije javnoga političkog govora, odnosno kako kandidati uporabom retoričkih figura, apelacija etosa, patosa i logosa te argumentacijskih strategija i pogrešaka oblikuju vlastitu

*** Rad je nastao u okviru projekta »Kultura, identitet i održivost: nove znanstvene paradigme tradicionalnih i suvremenih kulturnih prostora (KultID)« (581-UNIOS-09) koji financira Europska unija – NextGenerationEU. U radu se koriste podatci iz dijela istraživanja provedenoga za završni rad Viktorije Kantor, izrađen pod mentorstvom izv. prof. dr. sc. Borka Barabana, obranjen u ožujku 2026. na sveučilišnom specijalističkom studiju Odnosi s javnošću i komunikologija pri Akademiji za umjetnost i kulturu u Osijeku Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.

vjerodostojnost, odnos prema protivnicima i vrijednosni okvir javne rasprave. Polazeći od teorijskog okvira klasične i suvremene retorike, argumentacijske teorije i analize političkoga diskursa, rad postavlja sljedeću hipotezu: predizborna sučeljavanja predsjedničkih kandidata obilježena su fragmentarnom i nedosljednom uporabom retoričkih sredstava te čestim argumentacijskim pogreškama pri čemu patos često preuzima dominantniju ulogu od etosa i logosa. Takvi diskurzivni obrasci slabe argumentacijsku koherenciju javnoga govora i imaju implikacije za temeljne ljudske vrijednosti, osobito istinu, dostojanstvo osobe, odgovornost javne riječi i povjerenje u demokratskom javnom prostoru. Pritom se pojam temeljnih ljudskih vrijednosti u ovom radu ne shvaća kao zatvoren ili iscrpan popis, nego kao normativan okvir za vrednovanje javnoga političkog govora u demokratskom prostoru pri čemu su za predmet ovoga istraživanja osobito relevantni istina, dostojanstvo osobe, odgovornost javne riječi i povjerenje.

Radi provjere postavljene hipoteze, istraživanje polazi od sljedećih pitanja: Na koji se način predsjednički kandidati koriste retoričkim figurama te koje su njihove dominantne funkcije u diskursu? Kako se u analiziranim sučeljavanjima ostvaruju apelacije etosa, patosa i logosa te koliko su argumentacijski povezane? Koji se argumentacijski obrasci izdvajaju u analiziranom korpusu i koliko su praćeni argumentacijskim pogreškama? Kakve implikacije analizirani diskurzivni obrasci imaju za vjerodostojnost političkoga govora i za temeljne ljudske vrijednosti u demokratskom javnom prostoru?

## *1. Retorika, argumentacija i politički diskurs*

Retorika, kao umijeće uvjeravanja i javnoga govora, od antičke se tradicije oblikuje kao temeljna disciplina za razumijevanje javnoga političkog nastupa. Aristotel u *Retorici* definira retoriku kao sposobnost pronalaženja sredstava uvjeravanja u svakoj pojedinoj situaciji te razlikuje tri temeljna sredstva: etos, patos i logos.[1] Etos se odnosi na vjerodostojnost govornika, patos na emocionalni učinak na publiku, a logos na logičku strukturu argumentacije. U tom je smislu retorika od početka povezana s djelovanjem u javnom prostoru, odnosno s oblikovanjem stavova, odluka i vrijednosnih prosudbi zajednice.

Suvremeni pristupi retorici dodatno naglašavaju odnos govornika, publike i komunikacijskoga konteksta. Argumentacija se ne vrednuje samo prema formalnoj valjanosti, nego i prema prihvatljivosti u određenoj publici i situaciji. Time se retorika povezuje s odgovornošću javne riječi i etičkom dimenzijom argumentiranja. Retorika je, u tom smislu, pragmatična: nastaje kao odgovor na

[1] Usp. ARISTOTEL, *Retorika*, Zagreb, Naprijed, 1989, 7-40; G. KIŠIČEK, *Retorika i politika*, Zagreb, Jesenski i Turk, 2018, 14.

konkretnu situaciju i usmjerena je prema djelovanju ili promjeni.[2] Predizborno sučeljavanje upravo je takva situacija jer od kandidata zahtijeva brzo oblikovanje vjerodostojnosti, jasno pozicioniranje prema protivnicima i sposobnost uvjeravanja publike u ograničenom vremenu i medijski posredovanom formatu.

Politička komunikacija definira se kao svrhovita komunikacija o politici usmjerena oblikovanju političkih stavova i ponašanja.[3] Ona uključuje interakciju političkih aktera, medija i publike te je ključna za funkcioniranje demokratskoga javnog prostora. Međutim, suvremeni medijski kontekst pogoduje emocionalizaciji i personalizaciji politike pri čemu se naglasak premješta s političkih programa na osobine kandidata.[4] Takve tendencije potiču uporabu simboličkih i afektivnih strategija umjesto racionalne argumentacije. Emocije same po sebi nisu problematične u argumentaciji, ali postaju manipulativne kada služe odvraćanju pozornosti od razložne rasprave.[5] U tom kontekstu analiza retoričkih i argumentacijskih obrazaca u predizbornim sučeljavanjima omogućuje uvid u to koliko se politički diskurs temelji na koherentnoj argumentaciji, a koliko na fragmentarnoj, personaliziranoj i afektivno usmjerenoj komunikaciji.

### *1.1. Etos, patos i logos te vjerodostojnost govornika*

U analizi predsjedničkih sučeljavanja klasična retorička podjela na etos, patos i logos omogućuje razlikovanje temeljnih načina političkog uvjeravanja. Sadržaj političke poruke ne ostvaruje pun komunikacijski učinak samim izricanjem, nego u konkretnoj govornoj situaciji u kojoj se oblikuje odnos između govornika, publike i političkog protivnika. Zbog toga je u retoričkoj analizi javnoga nastupa važna izvedbena dimenzija govora,[6] osobito u televizijskom sučeljavanju kao formatu koji od kandidata zahtijeva kratko, jasno i uvjerljivo istupanje.

Aristotelova podjela na etos, patos i logos polazište je za razumijevanje uvjerljivosti političkog govora. Etos označava govornikov karakter, moralni autoritet i vjerodostojnost koja se oblikuje u samom govoru. Aristotel pritom ističe tri govornikove osobine koje čine vjerodostojnost: mudrost, stručnost i znanje (*phronesis*), dobrohotnost (*eunoia*) te čestitost (*arete*).[7] Patos se odnosi

[2] Usp. L. F. BITZER, The rhetorical situation, *Philosophy and Rhetoric*, 1 (1968) 1, 1-14.
[3] Usp. B. MCNAIR, *An Introduction to Political Communication*, 5. izd., London, Routledge, 2011, 4.
[4] Usp. M. GRBEŠA, *Personality politics in Croatia. An inquiry into election campaigns, media coverage and public perception in the 2003 and 2007 parliamentary elections* (doktorska disertacija), Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, 2008, 12.
[5] Usp. G. KIŠIČEK, *Homo politicus. Politička retorika u teoriji i praksi*, Zagreb, Jesenski i Turk, 2021, 71.
[6] Usp. Kišiček, *Retorika…*, 37.
[7] Usp. Aristotel, *Retorika…*, 7-40.

na emocionalno djelovanje na publiku, dok logos označava logičko strukturiranje i racionalno obrazlaganje tvrdnji. U političkom sučeljavanju ta se tri sredstva uvjeravanja ne pojavljuju izolirano: etos kandidata može biti ojačan ili oslabljen načinom argumentiranja, patos može mobilizirati publiku, ali i potisnuti racionalnu raspravu, dok logos zahtijeva razvidnu povezanost tvrdnji, razloga i potpora.

Etos je u političkom diskursu osobito važan jer se vjerodostojnost govornika ne temelji samo na sadržaju iznesenih tvrdnji, nego i na dojmu moralne, stručne i komunikacijske pouzdanosti. U tom se smislu naglašava da se uvjerljivost postiže čvrstim karakterom kada govor govornika čini dostojnim povjerenja.[8] Retorička je argumentacija ovisna o kontekstu, a upravo kontekst uključuje međuodnos logosa, etosa i patosa.[9] U predizbornom sučeljavanju taj je međuodnos dodatno zaoštren jer kandidat istodobno mora potvrditi vlastitu vjerodostojnost, odgovoriti na napade protivnika i uvjeriti publiku u prihvatljivost svojih tvrdnji.

Emocionalna dimenzija političkog govora pritom ne može biti isključena iz analize. Suvremena politička retorika pokazuje da emocije, identitet i percepcija često imaju važnu ulogu u pridobivanju biračke potpore. Emocionalni apel sam po sebi nije argumentacijski problematičan, ali postaje analitički važan kada preuzima dominantnu funkciju i kada zamjenjuje ili oslabljuje racionalnu razradu tvrdnji. Stoga se u ovom radu patos ne promatra samo kao sredstvo emocionalnog približavanja publici, nego i kao pokazatelj moguće fragmentacije političkog diskursa, osobito kada se ostvaruje putem straha, ogorčenja, moralne osude ili delegitimizacije protivnika.

Vjerodostojnost se u tom okviru ne može shvatiti kao trajna i nepromjenjiva osobina govornika, nego kao odnosna kategorija koja se oblikuje u konkretnoj komunikacijskoj situaciji. Ona ovisi o tome što govornik govori, kako se postavlja prema publici i protivnicima te koliko su njegove tvrdnje argumentacijski potkrijepljene.[10] U socijalnopsihološkim pristupima vjerodostojnost se povezuje sa stručnošću i iskrenošću, odnosno s dimenzijama kompetentnosti, karaktera, društvenosti, ekstraverzije i staloženosti.[11] Istraživanja vjerodostojnosti izvora pokazuju da se stavovi publike snažnije mijenjaju kada je poruka pripisana vjerodostojnom izvoru nego kada dolazi od izvora kojemu se ne vjeruje.[12] Za ovaj rad osobito je važno da se vjerodostojnost političkog govornika

[8] Usp. M. MEYER, B. TIMMERMANS, M. M. CARRILHO, *Povijest retorike od Grka do naših dana*, Zagreb, Disput, 2008, 39 prema G. KIŠIČEK, Usporedba antičkoga i suvremenoga poimanja dobroga govornika, *Diacovensia*, 19 (2011) 1, 115-132, 116.

[9] Usp. C. TINDALE, *Acts of Arguing. A Rhetorical Model of Arguing*, Albany, State University of New York Press, 1999, 13.

[10] Usp. Z. TOMIĆ, M. RADALJ, D. JUGO, Javna komunikacija, *Hum*, 15 (2020) 23, 7-37, 15-16.

[11] Usp. J. C. MCCROSKEY, T. J. YOUNG, Ethos and credibility: The construct and its measurement after three decades, *Central States Speech Journal*, 32 (1981) 1, 24-34, 27.

[12] Usp. C. I. HOVLAND, W. WEISS, The influence of source credibility on communication effectiveness, *The Public Opinion Quarterly*, 15 (1951-1952) 4, 635-650, 650.

ne promatra odvojeno od argumentacijske čvrstoće. Kandidat može graditi etos pozivanjem na biografiju, iskustvo, stručnost ili moralni integritet, ali takav etos ostaje nestabilan ako nije povezan s razrađenim logosom. Isto tako, patos može pojačati uvjerljivost poruke, ali može doprinijeti eroziji vjerodostojnosti kada se oslanja na etiketiranje, osobne napade ili emocionalnu eskalaciju. Stoga se u analizi predizbornih sučeljavanja etos, patos i logos promatraju kao povezane analitičke kategorije.

### *1.2. Argumentacijske strategije i argumentacijske pogreške u političkom diskursu*

Argumentacija je jedan od ključnih elemenata političkoga govora jer politički akter javnosti ne upućuje samo stav, nego ga nastoji prikazati prihvatljivim, opravdanim i uvjerljivim. Hrvatska enciklopedija argument određuje kao »dokaz, rasuđivanje zasnovano na činjenicama kako bi se dokazala ili pobila određena tvrdnja«, odnosno, u retorici i srodnim disciplinama, kao »razlog zbog kojega neka dvojbena stvar stječe vjerodostojnost«.[13] Argumentacija se stoga u političkom diskursu ne može promatrati samo kao formalno-logički postupak, nego kao komunikacijski čin kojim govornik u konkretnoj situaciji nastoji oblikovati stavove publike, osporiti protivničke tvrdnje ili opravdati vlastito političko pozicioniranje. U retoričkom smislu argumentacija je povezana s razumnim pridobivanjem publike. Opći model argumentiranja pretpostavlja da se publici predoči očitost, a zatim se logičkim vezama, primjerice dedukcijom, indukcijom, analogijom, uzročno-posljedičnim vezama ili znakovima, ta očitost poveže s tvrdnjom.[14] Takvo shvaćanje osobito je važno za analizu predizbornih sučeljavanja jer se u njima tvrdnje često iznose u kratkim, vremenski ograničenim replikama, pa se može promatrati jesu li one potkrijepljene razlozima i dokazima ili ostaju na razini poentiranja, vrijednosne ocjene ili emocionalnog pritiska.

Za politički je diskurs osobito važna razlika između tvrdnje, potpore i veze koja omogućuje prihvatljivost zaključka. U tom je kontekstu relevantan Toulminov model argumentacije koji razlikuje tvrdnju (*claim*), zadanost ili podlogu (*data*), jamstvo (*warrant*), potporu jamstvu (*backing*), modalni kvalifikator (*modal qualifier*) i pobijanje (*rebuttal*).[15] Njegova je vrijednost za ovaj rad ponajprije u tome što omogućuje uočavanje koliko su pojedinačni argumentacijski iskazi razvijeni te gdje se argumentacijska veza između tvrdnje i potpore prekida ili ostaje implicitna. Postupak argumentacije može se raščlaniti

[13] Hrvatska enciklopedija, Argument, https://www.enciklopedija.hr/clanak/argument (05.03. 2026.).
[14] Usp. I. ŠKARIĆ, *Argumentacija*, Zagreb, Nastavni zavod Globus, 2011, 21.
[15] Usp. P. BODLOVIĆ, Suvremena teorija argumentacije. Normativna slojevitost svakodnevnih argumenata, *Prolegomena*, 23 (2024) 1, 91-159, 99-100.

na iznošenje tvrdnje i temelja, povezivanje tvrdnje i temelja kopčom, potporu kopči, mogući prigovor i njegovu potporu te određivanje jakosti tvrdnje.[16] Uz takav se postupak vežu i tematska područja argumentacije: prosudba o prirodi stvari, utvrđivanje uzročno-posljedičnih veza, izricanje vrijednosnih sudova i odlučivanje za budućnost.[17] Budući da je politički govor usmjeren prema javnim odlukama i budućem djelovanju, upravo se na tim područjima najčešće oblikuju argumentacijske strategije predsjedničkih kandidata.

U ovom radu pod argumentacijskim strategijama razumijevaju se načini na koje kandidati povezuju tvrdnje s razlozima, primjerima, vrijednosnim sudovima, autoritetima, uzročno-posljedičnim objašnjenjima ili posljedicama.

Argumentacijske pogreške narušavaju snagu političkoga govora jer prividno podupiru tvrdnju, ali zapravo oslabljuju njezinu logičku, dijalošku ili etičku održivost. Suvremena teorija argumentacije argumentacijsku pogrešku određuje kao oblik pogrešnog zaključivanja koji slabi dosljednost i uvjerljivost argumenta.[18] U analizi političkoga diskursa posebno su relevantne pogreške irelevantnosti, primjerice *straw man*, *red herring* i *non sequitur*,[19] zatim pogreške generalizacije i pogreške uzročno-posljedičnog zaključivanja, poput *post hoc ergo propter hoc* i argumenta skliskog terena.[20]

Posebno mjesto u političkim sučeljavanjima zauzimaju *ad hominem* argumenti u kojima se napada osoba umjesto tvrdnje. Takvi obrasci mogu uključivati izravno vrijeđanje, osporavanje stručnosti, moralnu diskvalifikaciju, prozivanje zbog okolnosti ili strategiju *tu quoque*.[21] Srodna je i strategija *poisoning the well*, odnosno unaprijedno diskreditiranje sugovornika ili izvora prije nego što se njegova tvrdnja uopće razmotri.[22]

U analizi političke argumentacije relevantni su i tzv. *ad* argumenti, poput *ad populum*, *ad baculum*, *ad misericordiam*, *ad ignorantiam* i *ad verecundiam*.[23] Njihova učestalost u javnom političkom govoru upućuje na to da se uvjeravanje nerijetko gradi oslanjanjem na popularnost, prijetnju, suosjećanje, neznanje ili autoritet, umjesto na razrađenu i provjerljivu argumentaciju.

Za ovaj rad osobito je važna veza između argumentacijske čvrstoće i vjerodostojnosti političkoga govora. Utemeljeni argumenti trebaju biti potkrijepljeni

[16] Usp. Škarić, *Argumentacija*…, 39-42.
[17] Usp. *isto*, 51-76.
[18] Usp. C. TINDALE, *Fallacies and Argument Appraisal*, Cambridge – New York, Cambridge University Press, 2007, 19-36, 41-54, 57-77, 81-97, 104-121, 127-143, 149-167, 173-189, 194-208 prema Z. BIOČINA, Analiza govora hrvatskih zastupnika u Europskom parlamentu, *Govor*, 32 (2015) 2, 155-179, 159.
[19] Usp. Kišiček, *Retorika*…, 50.
[20] Usp. *isto*, 180-183; G. KIŠIČEK, Pogreške u argumentaciji – dvojbe u tumačenju i klasifikaciji, *Govor*, 27 (2010) 2, 129-143, 131-134.
[21] Usp. I. ŠKARIĆ, *Temeljci suvremenoga govorništva*, Zagreb, Školska knjiga, 2008, 98.
[22] Usp. I. M. COPI, C. COHEN, *Introduction to Logic*, 10. izd., Upper Saddle River, Prentice Hall, 1998, 169; D. WALTON, Poisoning the well, *Argumentation*, 20 (2006) 273-307, 298; D. WALTON, *Ad Hominem Arguments*, Tuscaloosa, University of Alabama Press, 2009, 27.
[23] Usp. Kišiček, *Retorika*…, 180-183; Kišiček, *Pogreške*…, 129-143, 131-134.

relevantnim dokazima, primjerima, definicijama, analogijama, istraživanjima ili protuargumentima. Činjenice se provjeravaju, a stavovi argumentiraju.[24] Stoga se u analizi predizbornih sučeljavanja ne ispituje samo pojavljuju li se neke tvrdnje, nego i kako su one obrazložene, jesu li povezane s jasnim potporama i koliko se prekidaju argumentacijskim pogreškama, emocionalnim poentiranjem ili delegitimizacijom protivnika.

### *1.3. Retoričke figure kao diskurzivne strategije u političkom govoru*

Retoričke figure u političkom govoru ne mogu se promatrati samo kao sredstva stilskoga uljepšavanja, nego kao diskurzivne strategije kojima se oblikuje značenje, usmjerava interpretacija i pojačava uvjerljivost poruke. Figurativnost je učinkovita kada je originalna, začudna i kada privlači pozornost slušatelja čime doprinosi uvjerljivosti govora.[25] Tropi pritom djeluju neposredno jer slikovitošću i simboličnošću pojačavaju emocionalni učinak poruke.[26] U kontekstu predizbornih sučeljavanja takva je funkcija osobito važna jer kandidati u ograničenom vremenu nastoje poruku učiniti prepoznatljivom, pamtljivom i vrijednosno usmjerenom.

U klasičnoj podjeli retoričke figure dijele se na trope i figure. Tropi se temelje na zamjeni značenja,[27] dok figure obuhvaćaju promjene rasporeda, dodavanja ili izostavljanja elemenata izraza. Za analizu političkoga diskursa osobito su relevantne figure koje omogućuju sažimanje složenih političkih stavova, emocionalnu mobilizaciju publike i vrijednosno pozicioniranje kandidata. Među njima se ističu metafora, retoričko pitanje, anafora, antiteza, hiperbola, ironija i aluzija, a u polemičkim oblicima političkog govora i različiti oblici etiketiranja.

Metafora je prijenos značenja prema srodnosti ili analogiji,[28] a obilježavaju je nedoslovnost, slikovitost i višeznačnost.[29] U političkom diskursu metafore nisu neutralne jer mogu reorganizirati percepciju političke stvarnosti i usmjeriti publiku prema željenom vrijednosnom tumačenju. Retoričko je pitanje ono na koje se ne očekuje odgovor, nego služi pojačavanju govornikova stava[30] i subjektiviziranju iskaza.[31] Anafora ponavljanjem iste riječi ili izraza na početku uzastopnih rečenica[32] doprinosi ritmizaciji, emocionalnom intenzitetu i pamtljivosti poruke.[33] Antiteza naglašava suprotnost i pogodna je za dramatiziranje

[24] Usp. Kišiček, *Homo politicus*…, 49.
[25] Usp. *isto*, 111.
[26] Usp. I. ŠKARIĆ, *Teorija i praksa govorništva*, Zagreb, Školska knjiga, 2000, 119.
[27] Usp. K. BAGIĆ, *Rječnik stilskih figura*, Zagreb, Školska knjiga, 2012, IX.
[28] Usp. *isto*, 187.
[29] Usp. Škarić, *Temeljci*…, 110.
[30] Usp. Bagić, *Rječnik*…, 271.
[31] Usp. Škarić, *Temeljci*…, 125.
[32] Usp. Bagić, *Rječnik*…, 34.
[33] Usp. Škarić, *Temeljci*…, 136.

sukoba ideja ili političkih pozicija,[34] dok hiperbola pretjerivanjem pojačava afektivan odnos govornika prema temi ili protivniku.[35]

U predizbornim sučeljavanjima retoričke figure često imaju dvostruku funkciju. S jedne strane mogu doprinijeti jasnoći, slikovitosti i komunikacijskoj učinkovitosti političke poruke, a s druge strane mogu zamijeniti razvijenu argumentacijsku strukturu, osobito kada se upotrebljavaju kao emocionalne poente, sredstva polarizacije ili oblici delegitimizacije protivnika. Zato se u ovom radu figure ne analiziraju samo prema vrsti, nego ponajprije prema funkciji koju imaju u konkretnom diskurzivnom kontekstu.

### *1.4. Manipulativni potencijali političkog diskursa i erozija povjerenja*

Politički diskurs oblik je javne komunikacije usmjerene uvjeravanju, oblikovanju stavova i poticanju političkog djelovanja.[36] Budući da se politički govor uvijek ostvaruje u društvenom, institucijskom i medijskom kontekstu, on nije neutralan prijenos informacija, nego diskurzivna praksa u kojoj se oblikuju odnosi moći, javne predodžbe i kriteriji vjerodostojnosti.[37] Analiza političkog diskursa stoga zahtijeva povezivanje jezične i političke razine: potrebno je promatrati ne samo što politički akteri govore, nego i kako jezičnim i retoričkim postupcima usmjeravaju interpretaciju publike.

Manipulacija se u političkom diskursu može razumjeti kao zloupotreba komunikacijske moći radi ostvarivanja ciljeva koji nisu nužno u interesu publike.[38] Ona ne mora biti izravna ni eksplicitna, nego se može ostvarivati posrednim diskurzivnim postupcima: selektivnim isticanjem informacija, emocionalnim uokviravanjem, etiketiranjem protivnika, stvaranjem osjećaja prijetnje ili uporabom metaforičkih obrazaca koji neku političku stvarnost prikazuju kao krizu, bolest, opasnost ili moralni sukob. U tom smislu konceptualne metafore imaju važnu persuazivnu ulogu jer složene političke domene približavaju publici pomoću jednostavnijih i iskustveno bližih obrazaca.[39] Njihova se učinkovitost ne iscrpljuje u racionalnom objašnjenju političke teme, nego uključuje i emocionalno usmjeravanje primatelja čime se otvara prostor neizravne manipulacije.[40]

---

[34] Usp. Bagić, *Rječnik*…, 51; Škarić, *Temeljci*…, 135.
[35] Usp. Bagić, *Rječnik*…, 140; Škarić, *Temeljci*…, 127.
[36] Usp. J. WILSON, Politički diskurs (prijevod I. PIŠTELAK), *Hrvatistika*, 6 (2012) 6, 199-213.
[37] Usp. N. BORČIĆ, *Međuodnos argumentacije, konceptualnih metafora i neverbalne komunikacije u javnim nastupima njemačkih i hrvatskih političara*, doktorska disertacija, Osijek, Filozofski fakultet Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, 2017, 6.
[38] Usp. T. A. VAN DIJK, Discourse and manipulation, *Discourse and Society*, 17 (2006) 3, 359-383.
[39] Usp. G. LAKOFF, M. JOHNSON, *Leben in Metaphern*, Heidelberg, Carl-Auer Systeme, 2004, 75-83.
[40] Usp. N. BORČIĆ, Konceptualne metafore u političkim intervjuima, *Medijske studije*, 1 (2010) 1-2, 136-156, 138-141.

Kritička analiza diskursa polazi od pretpostavke da jezik sudjeluje u oblikovanju i reprodukciji društvenih odnosa moći. Trodimenzionalni model kritičke analize diskursa povezuje analizu jezičnog teksta, diskurzivnih praksi te šireg sociokulturnog konteksta.[41] Za ovaj rad takav je pristup važan ponajprije kao teorijsko upozorenje da retorički i argumentacijski obrasci u predizbornim sučeljavanjima nisu samo pojedinačni stilovi kandidata, nego elementi javne diskurzivne prakse koja može utjecati na način na koji se politička stvarnost razumije, vrednuje i moralno prosuđuje.

U predizbornim kampanjama i televizijskim sučeljavanjima manipulativni potencijali političkog diskursa osobito dolaze do izražaja zbog vremenskog pritiska, medijske vidljivosti i konfrontacijskog formata. Retoričke figure, emocionalni apeli i argumentacijske pogreške mogu kratkoročno pojačati uvjerljivost poruke, ali istodobno mogu suziti prostor za racionalnu raspravu ako služe pretežito delegitimizaciji protivnika ili zamjeni argumentacije emocionalnim poentiranjem. U takvim okolnostima narušava se ne samo vjerodostojnost pojedinačnog govornika, nego i povjerenje u javnu riječ kao pretpostavku demokratskog dijaloga.

U ovom se radu stoga manipulativni potencijali političkog diskursa ne promatraju kao zaseban predmet psihološkoga ili recepcijskog mjerenja, nego kao dio jezično-retoričke analize diskurzivnih obrazaca. Posebna se pozornost posvećuje onim postupcima koji mogu doprinijeti eroziji povjerenja: fragmentarnoj uporabi retoričkih sredstava, dominaciji patosa nad logosom, ad hominem napadima, etiketiranju i drugim oblicima delegitimizacije. Takvi postupci relevantni su i u kontekstu temeljnih ljudskih vrijednosti jer se izravno dotiču istine, dostojanstva osobe, odgovornosti javne riječi i kulture dijaloga u demokratskom javnom prostoru.

## *2. Metodologija istraživanja*

### *2.1. Predmet i korpus*

Predmet je istraživanja politički diskurs u televizijskim predizbornim sučeljavanjima kandidata za predsjednika Republike Hrvatske, s naglaskom na jezično-retoričku analizu retoričkih sredstava, retoričkih figura te argumentacijskih obrazaca, uključujući argumentacijske strategije i argumentacijske pogreške. Istraživanje je usmjereno na način kako kandidati u javnom političkom govoru oblikuju vlastitu vjerodostojnost, emocionalno i vrijednosno usmjeravaju publiku, argumentacijski podupiru svoje tvrdnje te diskurzivno pozicioniraju ili delegitimiziraju političke protivnike.

[41] Usp. N. FAIRCLOUGH, *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*, London, Longman, 1995, 23, 133.

Korpus istraživanja čine dva službena predizborna sučeljavanja emitirana u programu Hrvatske radiotelevizije i javno dostupna na platformi HRTi te na službenom HRT-ovu YouTube kanalu: sučeljavanje osmero kandidata emitirano na HRT1 23. prosinca 2024. godine te sučeljavanje dvaju kandidata u drugome izbornom krugu emitirano na HRT1 7. siječnja 2025. godine. Odabir HRT-ovih sučeljavanja opravdan je njihovim statusom službenih, javno dostupnih i nacionalno relevantnih medijskih događaja u okviru predsjedničkih izbora. Kao javni medijski servis, HRT kandidatima pruža formaliziran prostor predstavljanja, usporedbe i međusobne konfrontacije što ta sučeljavanja čini prikladnim korpusom za analizu retoričkih i argumentacijskih obrazaca javnoga političkoga govora.

Analizom su obuhvaćena sučeljavanja iz prvoga i drugoga izbornog kruga jer pripadaju istom izbornom ciklusu, ali se odvijaju u različitim komunikacijskim uvjetima. Prvi krug obilježen je većim brojem kandidata, kraćim izlaganjima i pluralnijom tematskom dinamikom, dok je drugi krug reduciran na izravno sučeljavanje dvaju kandidata, stoga ima izraženiji konfrontacijski karakter. Usporedba tih dvaju korpusa ne provodi se kao kvantitativno simetrična usporedba jednakih komunikacijskih situacija, nego kao kvalitativna kontrastivna analiza promjene diskurzivnih obrazaca u dvjema fazama istoga izbornog procesa. Takav pristup omogućuje uvid u to kako se retoričke apelacije, retoričke figure i argumentacijski obrasci mijenjaju porastom intenziteta političkog nadmetanja.

### *2.2. Metoda i analitički postupak*

U radu se primjenjuje kvalitativna analiza diskursa s naglaskom na jezično-retoričku i argumentacijsku analizu. Analiza je organizirana oko triju unaprijed definiranih skupina kategorija koje proizlaze iz istraživačkih pitanja i hipoteze rada: (1) retoričke figure, (2) apelacijske strategije etosa, patosa i logosa, (3) argumentacijski obrasci i argumentacijske pogreške. Takav pristup omogućuje da se predizborna sučeljavanja promatraju kao jezično-retorički oblikovan politički diskurs u kojem se uvjeravanje ostvaruje međuodnosom retoričkih, apelacijskih i argumentacijskih sredstava.

Retoričke figure identificiraju se i razmatraju s obzirom na njihovu funkciju u diskursu, osobito s obzirom na pojačavanje uvjerljivosti, emocionalnu mobilizaciju, vrijednosno uokviravanje, polemičko pozicioniranje i delegitimizaciju protivnika.

Apelacijske strategije etosa, patosa i logosa analiziraju se s obzirom na načine samoprezentacije i oblikovanja vjerodostojnosti, emocionalne apele i vrijednosne okvire te stupanj racionalne i argumentacijske razrađenosti tvrdnji.

U analizi argumentacije Toulminov se model ne primjenjuje kao metoda potpune formalne rekonstrukcije cjelokupne debate, nego kao pomoćni analitički okvir za procjenu razvijenosti pojedinačnih argumentacijskih iskaza. U

odabranim primjerima promatra se prisutnost ili izostanak osnovnih sastavnica argumenta, osobito tvrdnje, podloge, jamstva i potpore, kao i mjesta na kojima se argumentacijski lanac prekida ili zamjenjuje emocionalnim poentiranjem, etiketiranjem, osobnom diskreditacijom ili drugom argumentacijskom pogreškom. Pod argumentacijskim obrascima u ovom se radu razumijevaju prepoznatljivi načini povezivanja tvrdnji s razlozima i potporama, primjerice pozivanje na normativni izvor ili autoritet, argumentiranje primjerom, uzročno-posljedično obrazlaganje, argument iz posljedica, generalizacija ili vrijednosno-moralno obrazlaganje. Navedene se oznake primjenjuju samo ondje gdje su relevantne za interpretaciju izdvojenih primjera, a ne kao iscrpna klasifikacija svih argumentacijskih shema u korpusu. Usporedba prvoga i drugoga kruga provodi se kvalitativno i kontrastivno. Ne polazi se od pretpostavke da je riječ o jednakim komunikacijskim uvjetima, nego se razlika između sučeljavanja osmero kandidata u prvome krugu i izravnoga sučeljavanja dvaju kandidata u drugome krugu uzima kao interpretacijski čimbenik za razumijevanje promjena u retoričkim i argumentacijskim obrascima.

### *2.3. Bilježenje i obrada podataka*

Materijal sučeljavanja pregledan je i selektivno transkribiran u dijelovima relevantnim za postavljena istraživačka pitanja i analitičke kategorije. Budući da je riječ o kvalitativnoj analizi diskursa, transkripcija nije provedena radi statističkog mjerenja učestalosti svih retoričkih i argumentacijskih pojava, nego radi izdvajanja reprezentativnih primjera koji jasno pokazuju funkciju retoričkih figura, apelacijskih strategija, argumentacijskih obrazaca i argumentacijskih pogrešaka. Izdvojeni primjeri označeni su prema dominantnoj analitičkoj kategoriji: retorička figura, apelacijska strategija etosa, patosa ili logosa, argumentacijski obrazac ili argumentacijska pogreška. Pri odabiru primjera vodilo se računa o njihovoj diskurzivnoj relevantnosti, odnosno o tome pokazuju li jasno način na koji kandidat oblikuje vjerodostojnost, emocionalno usmjerava publiku, argumentacijski podupire tvrdnju ili delegitimizira protivnika. Analitičke tablice služe preglednosti i provjerljivosti interpretacije. U njima se izdvajaju primjeri koji su reprezentativni za uočene diskurzivne obrasce. Rezultati se stoga ne izvode iz kvantitativne učestalosti pojedinih kategorija, nego iz funkcionalne analize odabranih primjera u njihovu komunikacijskom kontekstu.

### *2.4. Ograničenja*

Istraživanje je kvalitativna studija slučaja temeljena na ograničenom korpusu dvaju predizbornih sučeljavanja. Rad ne uključuje empirijsko mjerenje recepcije publike, kvantitativno mjerenje učestalosti analiziranih pojava ni

ispitivanje izravnog utjecaja retoričkih strategija na izborni ishod. Rezultati stoga opisuju i tumače diskurzivne obrasce u analiziranom materijalu, bez izravnog zaključivanja o ponašanju birača ili generaliziranja na sve oblike političke komunikacije. Zaključci se odnose na izdvojene retoričke i argumentacijske obrasce u promatranim HRT-ovim sučeljavanjima te ih treba razumjeti u okviru kvalitativnog i interpretacijskog istraživačkog pristupa.

## *3. Jezično-retorička analiza predsjedničkih predizbornih sučeljavanja 2024./2025.*

U ovom poglavlju provodi se jezično-retorička analiza predsjedničkih predizbornih sučeljavanja održanih u prvom i drugom krugu izbora 2024./2025. Analiza se temelji na kategorijama etosa, patosa i logosa, identifikaciji retoričkih i stilskih figura te ispitivanju argumentacijskih obrazaca i argumentacijskih pogrešaka. Posebna pozornost posvećena je razlikama u strukturi diskursa između prvoga i drugoga kruga, ne kao usporedbi jednakih komunikacijskih uvjeta, nego kao kontrastivnom uvidu u način kojim se u medijski posredovanom sučeljavanju oblikuju uvjerljivost i vjerodostojnost kandidata.

### *3.1. Kontekst i obilježja predsjedničkih sučeljavanja 2024./2025.*

Predsjednik Republike Hrvatske bira se neposrednim izborima na mandat od pet godina, većinom glasova birača koji pristupe glasovanju. Ako nijedan kandidat u prvom krugu ne osvoji potrebnu većinu, održava se drugi krug između dvaju kandidata s najvećim brojem glasova. Ustav Republike Hrvatske definira predsjednika kao predstavnika države u zemlji i inozemstvu, jamca stabilnosti državne vlasti te vrhovnog zapovjednika Oružanih snaga Republike Hrvatske. Za analizu vjerodostojnosti političkoga govora važno je imati na umu i granice predsjedničkih ovlasti. Tvrdnje i obećanja predsjedničkih kandidata mogu biti retorički uvjerljivi, ali argumentacijski i politički problematični ako nisu usklađeni s ustavnim položajem predsjednika Republike i razdiobom ovlasti između predsjednika, Vlade i Hrvatskoga sabora.

Predsjednički izbori održani su 29. prosinca 2024., a drugi krug 12. siječnja 2025. godine. Državno izborno povjerenstvo potvrdilo je kandidature osmero kandidata u prvom krugu, dok su u drugom krugu sudjelovala dva kandidata s najvećim brojem osvojenih glasova. U oba kruga održana su televizijska sučeljavanja u organizaciji Hrvatske radiotelevizije koja su činila središnji medijski prostor javnog predstavljanja kandidata.

U prvom krugu sudjelovali su: Zoran Milanović, Dragan Primorac, Ivana Kekin, Marija Selak Raspudić, Tomislav Jonjić, Miro Bulj, Niko Tokić Kartelo i

Branka Lozo. U drugi krug izbora ušli su Zoran Milanović i Dragan Primorac. Ta razlika u broju sudionika i strukturi komunikacijske dinamike bitno je utjecala na retoričku organizaciju sučeljavanja.

Televizijsko sučeljavanje je specifičan komunikacijski format koji istodobno omogućuje izravnu konfrontaciju kandidata i ograničava vrijeme izlaganja. Takav format potiče sažetost, poentiranje i brze replike, što može utjecati na strukturu argumentacije i oblik retoričkih strategija. U uvjetima vremenskog pritiska i medijske dramaturgije diskurs se nerijetko organizira oko snažnih retoričkih figura, emocionalnih naglasaka i personaliziranih odgovora.

U prvom krugu sudjelovala je heterogena skupina kandidata različitih profesionalnih i političkih profila, što je doprinijelo raznolikosti retoričkih stilova i komunikacijskih pristupa. Drugi krug, reduciran na dva kandidata, imao je izraženiji konfrontacijski karakter jer je komunikacija bila usmjerena isključivo na međusobno sučeljavanje i diferencijaciju.

Takav okvir važan je za razumijevanje retoričkih izbora kandidata. Analiza koja slijedi usmjerena je na način kojim su u tim okolnostima oblikovani etos, patos i logos, retoričke figure te argumentacijski obrasci kao i na promjene u strukturi diskursa između prvoga i drugoga kruga sučeljavanja.

### *3.2. Apelacijske strategije etosa, patosa i logosa u predsjedničkim sučeljavanjima*

U ovom se potpoglavlju analizira način kojim su kandidati u prvom i drugom krugu predsjedničkih sučeljavanja oblikovali apelacijske strategije etosa, patosa i logosa. Analiza se temelji na kvalitativnoj interpretaciji reprezentativnih primjera izdvojenih iz korpusa pri čemu je pozornost usmjerena na funkciju retoričkih izbora, a ne na njihovu kvantitativnu zastupljenost. Posebno se razmatra odnos između racionalne argumentacije i emocionalnih strategija te promjene u uporabi retoričkih apelacija između prvoga i drugoga kruga.

#### *3.2.1. Prvi krug sučeljavanja*

U prvom krugu sudjelovalo je osam kandidata, što je rezultiralo pluralnom i tematski disperziranom komunikacijskom dinamikom. U nastavku su izdvojeni reprezentativni primjeri apelacijskih strategija etosa, patosa i logosa.

U izdvojenim primjerima iz prvoga kruga vidljivo je korištenje svih triju apelacijskih strategija, ali s različitim intenzitetom i funkcijom. Etos se često gradi samoprezentacijom i pozivanjem na profesionalni ili moralni kapital. U slučaju Mire Bulja riječ je o identifikacijskom etosu temeljenom na ratnom iskustvu i bliskosti s »običnim ljudima«, dok Ivana Kekin kombinira profesionalni autoritet s moralnim diskursom javnog dobra. Zoran Milanović nastoji konstruirati etos razboritog i suverenog predsjednika, postavljajući se iznad impulzivne političke dinamike.

Tablica 1. Reprezentativni primjeri apelacijskih strategija u prvom krugu

| Citat | Kandidat | Dominantna apelacija | Analitička napomena |
|---|---|---|---|
| »Ja sam jedan od vas… bio na braniku domovine…« | Miro Bulj | etos | izgradnja identifikacijskog etosa kroz pozivanje na ratno iskustvo i pripadnost »narodu«; vjerodostojnost se temelji na moralno-simboličkom kapitalu |
| »Članak 100. Ustava Republike Hrvatske jasno kaže…« | Ivana Kekin | logos | pozivanje na normativni izvor; racionalna potpora tvrdnji razlikovanjem ustavne i zakonske razine |
| »Vrijeme je da se udružimo u savez za zdravu Hrvatsku…« | Ivana Kekin | etos/patos | moralno pozicioniranje uz metaforičku konstrukciju države kao »organizma«; kombinacija stručnog i mobilizacijskog diskursa |
| »Ilegalne migracije predstavljaju sigurnosnu prijetnju…« | Tomislav Jonjić | patos | retorika sigurnosne ugroze; eskalacijski učinak kroz proširenje prijetnje s nacionalne na europsku i zapadnu razinu |
| »Svi nas vuku za nos.« | Branka Lozo | patos | kolokvijalna metafora koja potiče osjećaj frustracije i nepovjerenja prema političkom establišmentu |
| »Vrijeme je da se saberemo… da odluke donosimo promišljeno…« | Zoran Milanović | etos | konstrukcija etosa razboritosti i odmjerenosti; naglasak na racionalnoj samokontroli i odgovornosti |

Logos je najizraženiji u primjerima pozivanja na ustavne i pravne okvire. Međutim, u analiziranim primjerima logos se rjeđe pojavljuje kao samostalno razrađena apelacija te je često uklopljen u šire emocionalne ili identifikacijske okvire. Patos se pojavljuje u različitim oblicima: od mobilizacije oko sigurnosnih pitanja (Jonjić), preko retorike frustracije i nepovjerenja (Lozo), do moralne mobilizacije protiv korupcije ili političke neodgovornosti. U cjelini, prvi krug karakterizira fragmentirana struktura argumentacije: racionalni elementi postoje, ali su nerijetko povezani s mobilizacijskim ili identifikacijskim postupcima.

### *3.2.2. Drugi krug sučeljavanja*

Drugi krug reduciran je na dva kandidata, Zorana Milanovića i Dragana Primorca, što je izmijenilo komunikacijsku dinamiku. Diskurs je postao izravnije konfrontacijski, a retoričke apelacije snažnije su usmjerene prema međusobnoj delegitimizaciji.

U izdvojenim primjerima iz drugoga kruga logos je znatno manje vidljiv, dok patos preuzima dominantniju funkciju, osobito u formi osobnih napada i moralne diskreditacije. Apelacije etosa koriste se sporadično i uglavnom se pojavljuju u kontekstu obrane vlastite vjerodostojnosti ili pokušaja moralnog pozicioniranja, dok je racionalna argumentacija potisnuta emocionalnim nadmetanjem.

Tablica 2. Reprezentativni primjeri apelacijskih strategija u drugom krugu

| Citat | Kandidat | Dominantna apelacija | Analitička napomena |
|---|---|---|---|
| »Vi to ne radite iz srca…« | Dragan Primorac | patos | osporavanje iskrenosti i lojalnosti protivnika; emocionalna diskreditacija umjesto razmatranja tvrdnje |
| »Nije baš normalno slušati o moralu i etici od takvog čovjeka.« | Zoran Milanović | patos | osporavanje protivnikova moralnog kredibiliteta; iskaz funkcionira kao ad hominem jer se pozornost usmjerava na osobu, a ne na sadržaj tvrdnje |
| »Vi ste partijski uhljeb… ja sam poduzetnik…« | Dragan Primorac | patos | polarizacijska retorika »mi – oni«; mobilizacija suprotstavljanjem privatnog i političkog sektora |
| »Danas je pravoslavni Božić… Gospodinu Primorcu samo fali onaj veliki križ, ikonostas… on je moj duhovni vodič, nekakav scijentološki propovjednik za siromašne…« | Zoran Milanović | patos | ironijska i aluzivna diskreditacija protivnika: religijske i scijentološke referencije služe osobnoj delegitimizaciji, pri čemu se fokus premješta s političke tvrdnje na karakter i motive sugovornika |
| »Ništa protiv čovjeka, protiv grijeha uvijek.« | Dragan Primorac | etos | pokušaj moralne distinkcije između osobe i postupka; izoliran primjer umjerene etičke pozicije |

Komunikacija se uvelike organizira oko osporavanja osobnih motiva, kompetencija i moralne legitimnosti sugovornika. Time se diskurzivni fokus pomiče s javnopolitičkih pitanja prema personaliziranom sukobu.

Kontrastivno promatrani izdvojeni primjeri iz prvoga i drugoga kruga upućuju na promjenu u funkciji apelacijskih strategija. Prvi krug, unatoč fragmentarnosti, ima primjere racionalne argumentacije i različitih oblika etosa, dok su u drugom krugu izraženije personalizacija, emocionalna eskalacija i međusobna delegitimizacija. Time se apelacijske strategije u završnoj fazi kampanje sve više usmjeravaju prema osporavanju protivnikove vjerodostojnosti, a manje prema razradi javnopolitičkih pitanja čime se deliberativna dimenzija sučeljavanja dodatno sužava.

### *3.3. Retoričke figure kao diskurzivne strategije u sučeljavanjima*

Retoričke figure analiziraju se kao funkcionalni elementi političkog diskursa, a ne kao stilski ukrasi. U fokusu je njihova uloga u oblikovanju značenja, emocionalnoj mobilizaciji publike, vrijednosnom uokviravanju i polemičkom pozicioniranju kandidata. U nastavku su izdvojeni reprezentativni primjeri iz prvoga i drugoga kruga, prema kriteriju ilustrativnosti i diskurzivne relevantnosti.

### *3.3.1. Prvi krug sučeljavanja*

U izdvojenim primjerima iz prvoga kruga uočava se razmjerno širok repertoar figura koje se koriste u mobilizacijske, identitetske i evaluacijske svrhe.

Tablica 3. Reprezentativni primjeri retoričkih figura u prvom krugu

| Citat | Kandidat | Figura/ postupak | Funkcija u diskursu |
|---|---|---|---|
| »Osloboditi se jugoslavenskog i komunističkog balasta…« | Tomislav Jonjić | metafora | prošlost se prikazuje kao teret; mobilizacija se ostvaruje negativnom evaluacijom povijesnog kontinuiteta |
| »Šuplja granica, migranti prolaze kao kroz šupalj sir.« | Miro Bulj | metafora, usporedba | vizualizacija neučinkovitosti državne kontrole; dramatizacija sigurnosnog pitanja |
| »Hrvatska koja je puna laži… Hrvatska koja ne svjedoči istinu…« | Dragan Primorac | anafora, paralelizam | ritmizacija i moralna polarizacija; pojačavanje pamtljivosti poruke |
| »Vrijeme je da se saberemo… da odluke donosimo promišljeno…« | Zoran Milanović | anafora, gradacija | postupno pojačavanje poziva na razboritost; kombinacija racionalnog i mobilizacijskog tona |
| »Ne trebaju nam cirkusanti… dezerteri…« | Tomislav Jonjić | etiketiranje, hiperbola | diskreditacija protivnika evaluativnim označavanjem |
| »Korupcija je rak-rana društva.« | Dragan Primorac | metafora, hiperbola | društvo se prikazuje kao tijelo; pojačavanje osjećaja ugroze i potrebe za »izlječenjem« |

U izdvojenim primjerima iz prvoga kruga funkcionalno se ističu metafora, anafora, paralelizam, hiperbola i etiketiranje. Metafore pojednostavljuju kompleksne političke teme pretvarajući ih u vizualno i emocionalno prepoznatljive slike (balast, šuplja granica, rak-rana). Njihova je funkcija usmjeravanje interpretacije publike, često bez detaljnije argumentacijske razrade.

Anafora i paralelizam doprinose ritmičnosti i pamtljivosti poruke, ali mogu zamijeniti logičko obrazlaganje repetitivnim naglašavanjem. Hiperbola i etiketiranje pojavljuju se u kontekstu diskreditacije protivnika čime se retorički fokus pomiče s argumenta na evaluaciju osobe ili političkog identiteta.

U cjelini, izdvojeni primjeri pokazuju da su figure u prvom krugu imale mobilizacijsku, identitetsku i evaluacijsku funkciju. Njihov učinak nije samo stilski, nego i argumentacijski relevantan: figure pojačavaju vrijednosnu usmjerenost iskaza, ali nisu uvijek integrirane u razrađenu argumentacijsku cjelinu.

### *3.3.2. Drugi krug sučeljavanja*

U izdvojenim primjerima iz drugoga kruga figure se snažnije usmjeravaju prema evaluaciji i delegitimizaciji sugovornika.

Tablica 4. Reprezentativni primjeri retoričkih figura u drugom krugu

| Citat | Kandidat | Figura/ postupak | Funkcija u diskursu |
|---|---|---|---|
| »HDZ-ov kandidat je smrtni neprijatelj istine…« | Zoran Milanović | hiperbola, personifikacija | moralna dramatizacija sukoba; personalizirana delegitimizacija |
| »Vi ste partijski uhljeb…« | Dragan Primorac | etiketiranje | polarizacija i diskreditacija vrijednosnim označavanjem |
| »Black Hawk je najskuplji taksi na planeti…« | Dragan Primorac | metafora, hiperbola | ironiziranje i dramatizacija korištenja državnih resursa |
| »U kući obješenog ne govori o štriku.« | Zoran Milanović | poslovica, ironija | kulturna referencija kao sredstvo diskurzivne nadmoći i implicitne diskreditacije |
| »Svatko od nas može biti japajakalo.« | Zoran Milanović | neologizam | kreativna tvorba radi ismijavanja i evaluativnog učinka |

U izdvojenim primjerima iz drugoga kruga retoričke figure pretežito služe evaluaciji i delegitimizaciji sugovornika. Hiperbola, etiketiranje, ironija i neologizam funkcioniraju kao sredstva simboličkog pozicioniranja i retoričke nadmoći. Za razliku od prvoga kruga, u kojem su figure često imale mobilizacijsku ili identitetsku funkciju, u drugom krugu njihova je izraženija funkcija konfliktna diferencijacija. Kontrastivno promatrano, prvi i drugi krug pokazuju različitu funkcionalnu raspodjelu figura. U prvom krugu figure se češće pojavljuju u sklopu mobilizacije, identitetskog pozicioniranja i moralne evaluacije, dok su u drugom krugu snažnije usmjerene prema personaliziranoj diskreditaciji. U oba kruga retoričke figure pojačavaju komunikacijsku učinkovitost iskaza jer političke tvrdnje čine slikovitijima, pamtljivijima i emocionalno izraženijima. Međutim, kada se njihova funkcija iscrpljuje u poentiranju, moralnom vrednovanju ili diskreditaciji protivnika, one ne podupiru razrađenu argumentaciju, nego je zamjenjuju izvedbeno snažnim izrazom.

## *3.4. Argumentacijski obrasci i argumentacijske pogreške*

### *3.4.1. Prvi krug sučeljavanja*

U prvom se krugu argumentacijski iskazi analiziraju s obzirom na upotrebu tvrdnje, potpore i implicitnih ili eksplicitnih jamstava. U skladu s metodološkim ograničenjem, Toulminov model ovdje se primjenjuje kao pomoćni analitički okvir za procjenu razvijenosti pojedinih argumentacijskih iskaza, a ne kao potpuna rekonstrukcija debate. U nastavku su izdvojeni reprezentativni primjeri.

Tablica 5. Reprezentativni argumentacijski obrasci u prvom krugu

| Citat | Kandidat | Argumentacijski obrazac / Toulminova sastavnica | Sažeta napomena |
|---|---|---|---|
| »Činjenica je da ovo što imamo ne funkcionira… to je ozbiljna sigurnosna ugroza.« | Marija Selak Raspudić | tvrdnja / implicitno kauzalno jamstvo | Tvrdnja se oslanja na pretpostavku da nefunkcionalan sustav proizvodi sigurnosni rizik; potpora ostaje općenita. |
| »NATO… put u budućnost njezine sigurnosti.« | Dragan Primorac | argument iz posljedica / sigurnosno jamstvo | Tvrdnja se oslanja na pretpostavku da članstvo u NATO-u osigurava buduću sigurnost; potpora ostaje implicitna. |
| »Najveći problem društva – pravosuđe, pravosuđe i pravosuđe.« | Miro Bulj | tvrdnja bez razvijene potpore | Ponavljanje pojačava dojam važnosti problema, ali ne nadomješta podatkovnu ili argumentacijsku potporu. |
| »Najava HDZ-a da će nasrnuti na Ustav.« | Ivana Kekin | evaluativna tvrdnja / implicitno jamstvo | Tvrdnja zahtijeva preciznije navođenje konkretnih prijedloga ili presedana da bi se ojačala argumentacijska potpora. |
| »Članak 100. Ustava Republike Hrvatske jasno kaže… ne može se mijenjati Ustav mijenjanjem zakona o obrani.« | Ivana Kekin | argument iz normativnog izvora | Tvrdnja je potkrijepljena ustavnom normom; normativni izvor funkcionira kao eksplicitna potpora. |
| »Omjer snaga u Hrvatskom saboru je takav da se između dvije najveće stranke u biti besprekidno provodi jedna politička trgovina. To se najbolje vidi iz primjera izbora ustavnih sudaca…« | Branka Lozo | generalizacija iz primjera | Pojedinačan primjer izbora ustavnih sudaca proširuje se na opću tvrdnju o političkoj trgovini. |
| »Pozivati predstavnika strane države da intervenira u unutarnje političke odnose je kvislinško djelovanje.« | Tomislav Jonjić | vrijednosno-moralno jamstvo | Tvrdnja se oslanja na moralno-političku osudu intervencije stranog aktera u unutarnje odnose; argumentacijska potpora ostaje implicitna jer se ne razrađuje razlika između intervencije, diplomatskog kontakta i političke suradnje. |
| »Ako se liječi u privatnoj instituciji… država za istu cijenu štedi novce… Tako rade pametne države.« | Dragan Primorac | ekonomski argument / implicitno jamstvo | Tvrdnja se oslanja na pretpostavku da privatno liječenje u nekim slučajevima smanjuje trošak države; za punu potporu potrebna je kvantifikacija ušteda. |
| »Hrvatska koju sam zatekao… imala je ogroman proračunski deficit od 8 %… u zadnju godinu i pol dana mog mandata izašla je iz gliba i imala rast koji Plenkovićeva vlast nije dostigla…« | Zoran Milanović | usporedni argument / argument iz ekonomskih pokazatelja | Argument se oslanja na usporedbu ekonomskog stanja u različitim razdobljima; podatak o deficitu pojačava logos, ali za punu provjerljivost potrebni su precizniji vremenski i metodološki parametri usporedbe. |

Izdvojeni primjeri pokazuju da su u prvom krugu tvrdnje često jasno artikulirane, ali se razlikuju prema stupnju argumentacijske razrađenosti. Najrazvijeniji su primjeri u kojima se tvrdnja oslanja na prepoznatljiv normativni izvor, primjerice pozivanje na Ustav. U drugim slučajevima potpora ostaje implicitna, općenita ili zamijenjena retoričkim pojačavanjem, ponavljanjem i vrijednosnim označavanjem. Argumentacija se često oslanja na općeprihvaćene vrijednosne pretpostavke, poput sigurnosti, suvereniteta, pravne hijerarhije ili fiskalne odgovornosti, što povećava retoričku prihvatljivost iskaza, ali ne jamči njegovu punu argumentacijsku razrađenost.

### *3.4.2. Drugi krug sučeljavanja*

U izdvojenim primjerima iz drugoga kruga vidljiv je pomak prema argumentacijskim pogreškama i personaliziranoj delegitimizaciji.

Tablica 6. Reprezentativni primjeri argumentacijskih pogrešaka u drugom krugu

| Citat | Kandidat | Argumentacijska pogreška / postupak | Funkcija u diskursu |
|---|---|---|---|
| »HDZ-ov kandidat je smrtni neprijatelj istine…« | Zoran Milanović | »trovanje izvora« (engl. *poisoning the well*) | Unaprijedna moralna diskreditacija protivnika kojom se njegova buduća ili prethodna argumentacija prikazuje nevjerodostojnom. |
| »Pogledajte kako vi manipulirate istinom.« | Dragan Primorac | osporavanje vjerodostojnosti | Sugovornik se prikazuje kao manipulator istinom; fokus se pomiče prema njegovoj vjerodostojnosti, a ne prema razradi konkretne tvrdnje. Iskaz ima obilježja ad hominem postupka. |
| »Vi ste needuciran čovjek…« | Dragan Primorac | ad hominem | Izravno osporavanje kompetencije sugovornika; argumentacijski fokus premješta se s predmeta rasprave na osobnu kvalifikaciju. |
| »Netko tko je bio na minimalcu… nije mogao ostvariti uspjeh…« | Dragan Primorac | ad hominem okolnosti / statusna diskreditacija | Društveno-ekonomski status koristi se kao osnova za osporavanje sugovornikova etosa, umjesto razmatranja konkretne političke tvrdnje. |

Za razliku od prvog kruga, u izdvojenim primjerima iz drugoga kruga argumentacijske pogreške snažnije su povezane s personaliziranom delegitimizacijom. Ad hominem napadi i strategije »trovanja izvora« ne funkcioniraju samo kao logički propusti, nego kao diskurzivni postupci kojima se osporava vjerodostojnost sugovornika. Time se rasprava pomiče s razine tvrdnji i potpora prema osobnoj, moralnoj ili statusnoj diskreditaciji. U takvim primjerima logos je potisnut, dok patos i borba za simboličku nadmoć preuzimaju važniju ulogu u oblikovanju komunikacijskog učinka.

Kontrastivno promatrano, izdvojeni primjeri iz prvoga i drugoga kruga upućuju na promjenu u argumentacijskoj organizaciji diskursa. U prvom krugu tvrdnje su često oblikovane oko javnopolitičkih tema i vrijednosnih pretpostavki, ali su potpore i jamstva nerijetko implicitni ili nedovoljno razrađeni. U drugom krugu argumentacijski se fokus snažnije pomiče prema osporavanju vjerodostojnosti sugovornika, osobnoj diskreditaciji i delegitimizacijskim postupcima čime se potvrđuje fragmentacija logosa i jačanje polemičko-emocionalnog obrasca.

## *4. Rasprava*

Rezultati istraživanja upućuju na to da su predsjednički kandidati u predizbornim sučeljavanjima krajem 2024. i početkom 2025. godine apelacije etosa, patosa i logosa primjenjivali neravnomjerno i fragmentarno. U prvom krugu kandidati kombiniraju različite načine uvjeravanja, no često bez stabilnog povezivanja samoprezentacije i argumentacijske razrade: etos se pretežito gradi isticanjem postignuća, iskustva ili identifikacijskog kapitala, dok izostaje sustavnije pokazivanje kako se takav kapital prevodi u dosljedno obrazložene političke tvrdnje. Patos je razmjerno snažno prisutan, nerijetko s evaluativnim i konfliktnim obilježjima, dok logos ostaje parcijalan i situacijski. Takvi rezultati odstupaju od teze o etosu kao temeljnoj pretpostavci uvjerljivosti,[42] ali istodobno pokazuju specifičnost predizbornog konteksta u kojem emocionalna komponenta može preuzeti dominantniju ulogu, osobito u uvjetima pojačane konfrontacije.

U drugom krugu uočava se kvalitativni pomak: diskurs postaje izrazitije personaliziran, a patos poprima važniju ulogu u oblikovanju međusobne delegitimizacije. Logos je slabije zastupljen i rjeđe razrađen, a etos se često pojavljuje u obrambenim ili napadačkim inačicama, umjesto kao stabilna osnova vjerodostojnosti. Takav obrazac podudara se s rezultatima Abbasa i suradnika koji u analizama američkih debata pokazuju da povećanje konfliktnosti diskursa pogoduje zamjeni racionalne argumentacije emocionalnim eskalacijama i evaluativnim napadima.[43]

Na razini retoričkih figura, u izdvojenim primjerima funkcionalno se ističu metafora, anafora, hiperbola, antiteza, ironija te različiti oblici etiketiranja. Analiza pokazuje da se fragmentarnost ne očituje samo u pojavnosti figura, nego i u načinu na koji one preuzimaju funkciju poentiranja, emocionalne mobilizacije i vrijednosnog uokviravanja. Figuralni izrazi često funkcioniraju kao

[42] Usp. Meyer, Timmermans, Carrilho, *Povijest retorike*…, 39; Kišiček, *Usporedba antičkoga*…, 116.

[43] Usp. N. F. ABBAS, A. F. MUSLAH, A. S. NAJEM, Fallacy as a strategy of argumentation in political debates, *Theory and Practice in Language Studies*, 14 (2024) 8, 2399-2407, 2406.

retorički fragmenti koji pojačavaju emotivnu i vrijednosnu saturaciju poruke, ali ne nužno i argumentacijsku koherenciju. Time su dobiveni rezultati usporedivi s interpretacijama o ulozi metafora i srodnih figura u brzoj interpretaciji političkih poruka i njihovu vrijednosnom usmjeravanju, pri čemu simbolička snaga izraza može nadomjestiti razrađenost argumentacijskog slijeda.[44]

Argumentacijska analiza, u kojoj je Toulminov model primijenjen kao pomoćni analitički okvir, pokazuje ograničenu i nedosljednu prisutnost strukturno razvijenih argumenata. Tvrdnje su često iznesene bez jasnih potpora i jamstava, dok su pobijanja rijetka ili implicitna. To je u neskladu sa Škarićevim zaključkom da je umijeće argumentiranja uvelike u pronalaženju jakih zajedničkih mjesta i relevantnih činjenica.[45] U drugom krugu izraženiji je pomak prema argumentacijskim pogreškama: ad hominem napadi i strategije »trovanja izvora« (engl. *poisoning the well*) koriste se kao diskurzivni postupci delegitimizacije, a ne samo kao formalni propusti u zaključivanju. Dobiveni su rezultati usporedivi s istraživanjima koja argumentacijske pogreške opisuju kao strateške instrumente diskreditacije i usmjeravanja interpretativnih okvira publike.[46]

U širem normativnom okviru političke komunikacije, dobiveni rezultati otvaraju pitanje odnosa između retoričke učinkovitosti i temeljnih vrijednosti demokratske kulture. Demokratski diskurs pretpostavlja odgovornost govornika i omogućavanje razumnog rasuđivanja publike.[47] Kada se komunikacija organizira pretežito oko emocionalne eskalacije, personalizacije i fragmentarnih poentiranja, sužava se prostor za argumentirano razmatranje javnih pitanja. Time se ne mijenja samo struktura debate, nego se posredno dotiču i vrijednosti međusobnog poštovanja, javne odgovornosti i racionalnog dijaloga kao pretpostavki političkog povjerenja.

Fragmentarna i površna uporaba retoričkih sredstava može imati kratkoročnu mobilizacijsku učinkovitost, ali dugoročno otežava izgradnju stabilnog etosa predsjedničkog kandidata i koherentne argumentacijske kulture. U tom smislu rezultati istraživanja u ovom radu podupiru hipotezu da analizirani diskurzivni obrasci mogu umanjiti uvjerljivost javnog nastupa, oslabiti simboličku težinu predsjedničke funkcije te doprinijeti narušavanju povjerenja kao jedne od temeljnih vrijednosti političke zajednice.

[44] Usp. N. BORČIĆ, M. HOLY, I. ČULO, An analysis of the use of metaphors in political rhetoric in local elections, *Medijska istraživanja*, 24 (2018) 1, 13-32, 29.
[45] Usp. Škarić, *Argumentacija*…, 22.
[46] Usp. S. S. HAMAD i dr., Argumentative tactic of rhetorical fallacies in political discourse, *Journal of Language and Linguistic Studies*, 18 (2022) 2, 66-86.
[47] Usp. B. McNAIR, *An Introduction to Political Communication*, 5. izd., London, Routledge, 2011, 4-29.

## *Zaključak*

Ovaj rad ponudio je jezično-retoričku analizu predizbornih sučeljavanja predsjedničkih kandidata u Republici Hrvatskoj krajem 2024. i početkom 2025. godine, s posebnim naglaskom na retoričke figure, apelacijske strategije i argumentacijske obrasce. Polazeći od teorijskog okvira klasične i suvremene retorike, teorije argumentacije i političke komunikacije, istraživanje je pokazalo da su analizirana sučeljavanja obilježena fragmentarnom organizacijom diskursa u kojoj se retoričke figure, apelacije etosa, patosa i logosa te argumentacijski obrasci primjenjuju neravnomjerno i nedosljedno.

Rezultati upućuju na to da je u izdvojenim primjerima logos slabije vidljiv i rjeđe sustavno razrađen, dok patos preuzima važniju ulogu, osobito u drugom krugu kada diskurs postaje izrazitije personaliziran i konfliktniji. Etos se koristi pretežito u obliku samoprezentacijskih iskaza, ali bez uvijek stabilne argumentacijske potpore koja bi osigurala dugoročnu vjerodostojnost. Argumentacijska analiza, uz ograničenu primjenu Toulminova modela kao pomoćnog analitičkog okvira, pokazala je da su tvrdnje često iznesene bez jasnih potpora i jamstava, dok se argumentacijske pogreške, osobito ad hominem napadi i strategije delegitimizacije, pojavljuju kao važni diskurzivni postupci. U okviru analiziranog korpusa rezultati podupiru hipotezu rada da se u HRT-ovim sučeljavanjima krajem 2024. i početkom 2025. godine retoričke strategije primjenjuju fragmentarno i nedosljedno, što ograničava razvoj koherentne i razrađene argumentacijske strukture. Sučeljavanja se u tom kontekstu oblikuju prije kao prostor izvedbenog i konfliktno organiziranog nadmetanja nego kao forum argumentirane političke rasprave.

Takav diskurzivni obrazac ima šire implikacije za političku komunikaciju u demokratskom društvu. Dominacija emocionalnih i personaliziranih strategija nad razložno strukturiranom argumentacijom sužava prostor deliberativnog dijaloga te može utjecati na percepciju vjerodostojnosti političkih aktera i simboličku težinu predsjedničke funkcije. U tom smislu rezultati upućuju na napetost između retoričke učinkovitosti u medijskom formatu i normativnih pretpostavki demokratske rasprave, osobito u odnosu na istinu, dostojanstvo osobe, odgovornost javne riječi i povjerenje u javnom prostoru.

Znanstveni doprinos rada očituje se u povezivanju retoričke i argumentacijske analize unutar jedinstvenog interpretacijskog okvira primijenjenog na suvremeni hrvatski politički kontekst. Posebna je vrijednost rada u kontrastivnom razmatranju prvoga i drugoga kruga sučeljavanja, pri čemu se pokazuje da se s porastom izborne konfrontacije u izdvojenim primjerima diskurs dodatno personalizira i emocionalno intenzivira.

Ograničenja istraživanja proizlaze iz usmjerenosti na ograničen broj sučeljavanja i na kvalitativni metodološki pristup koji omogućuje dubinsko razumijevanje diskurzivnih obrazaca, ali ne pruža kvantitativne pokazatelje

njihove učestalosti ni izravno empirijsko mjerenje percepcije publike. Buduća istraživanja mogla bi proširiti analizu na druge izborne cikluse te kombinirati kvalitativne i kvantitativne metode da bi se preciznije ispitala povezanost fragmentarne retorike, argumentacijskih pogrešaka i povjerenja birača.

Zaključno, rad pokazuje da predizborna sučeljavanja, iako formalno zamišljena kao prostor racionalne političke rasprave, u analiziranom slučaju pokazuju snažnu sklonost fragmentiranoj i konfliktnoj retoričkoj organizaciji. Time se nameće pitanje kvalitete političke komunikacije i njezine uloge u suvremenom demokratskom procesu.

Borko Baraban* – Viktorija Kantor**

*Linguistic and Rhetorical Analysis of Presidential Candidates' Pre-Election Debates in the Republic of Croatia in the Context of Fundamental Human Values*

Summary

This paper presents a linguistic and rhetorical analysis of the presidential election debates in the Republic of Croatia broadcast by Croatian Radiotelevision (HRT) in late 2024 and early 2025. Drawing on classical and contemporary rhetoric, argumentation theory, and political discourse analysis, the study examines the use of rhetorical figures, the rhetorical appeals of ethos, pathos and logos, and argumentative fallacies in public political speech. Methodologically, the paper is based on qualitative discourse analysis, with Toulmin's model of argumentation used as a supplementary analytical framework for assessing the structural completeness and argumentative development of individual argumentative units. The analysis covers the debates held in both the first and the second rounds of the election, thereby providing insight into shifts in discursive patterns under different communicative conditions within the same electoral process. The initial hypothesis is that the debates are marked by a fragmented and inconsistent use of rhetorical devices, the predominance of pathos, and the frequent occurrence of argumentative fallacies. The results indicate weakened argumentative coherence and a tendency towards discursive patterns of delegitimation, which exceed the level of a merely stylistic feature of political contestation. This discursive practice is considered in the context of fundamental human values, particularly truth, human dignity, the responsibility of public speech, and trust in the democratic public sphere.

*Keywords: argumentative fallacies, linguistic and rhetorical analysis, political communication, presidential elections, rhetoric.*

(*na engl. prev.* Alen Biskupović)

* Borko Baraban, PhD, Assoc. Prof., Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek, Julija Knifera 1, HR-31000 Osijek, Croatia; E-mail: bbaraban@aukos.hr.

** Viktorija Kantor, Univ. Spec. Public Relations and Communication, Ministry of Finance, Customs Administration, Regional Customs Office Osijek, Cara Hadrijana 11, HR-31000 Osijek, Croatia; E-mail: viki.kantor@gmail.com.