
UDK 82.085:316.77

316.77:654.1

Izvorni znanstveni rad

Prihvaćeno 10.04.1997.

Marijan Miloš
Gimnazija A.G. Matoš, Samobor

GOVOR ELEKTRONIČKIH MEDIJA MJEREN PARAMETRIMA USMJERENOSTI NA SLUŠATELJA

SAŽETAK

Polazišno je pitanje ispitivanja bilo: kome govore, kome se obraćaju govornici u elektroničkim medijima? Autor je s radijskih i televizijskih programa snimio 39 govornih isječaka i proveo ispitivanje u kojem je 25 ispitanika odgovaralo na tri pitanja u vezi s tim isječcima; kolikom se broju slušatelja govornik obraća, kolika je udaljenost između govornika i publike te da li je govornik u odnosu na publiku u nadređenom ili podređenom položaju. Rezultati su pokazali da otprilike četvrtina radijskih i televizijskih govornika govori nikome, da se četvrtina obraća pojedincu, a da gotovo polovica govori skupini slušatelja. Prosječna je udaljenost između govornika u elektroničkom mediju i njegovih slušatelja (gledatelja) četiri metra. Govornici u elektroničkom mediju općenito se postavljaju u nešto viši položaj od svoje publike. Između pojedinih radijskih i televizijskih vrsta postoje značajne razlike.

Ključne riječi: mediji, govorne poruke, komuniciranje

UVOD

U stvarnoj je govornoj situaciji, tj. u situaciji gdje je slušatelj ili sugovornik stvarno prisutan, uglavnom jednostavno i lako odrediti kome se govori. Tu se radi tek o prikupljanju podataka o prisutnom slušatelju/slušateljima/slušateljstvu. Govornicima u pravilu nije potrebno formalno i precizno određivati profil čovjeka ili skupine ljudi kojoj govori; u golemoj većini slučajeva oblik govornog ostvarenja temelji se na poznavanju ili procjeni slušatelja. Ovaj se rad neće baviti takvim govorenjem, nego govorenjem u situacijama gdje slušatelj nije fizički prisutan - govorenjem u elektroničkim medijima.

Rad se temelji na pretpostavki da za vrijeme govorenja govornik na elektroničkom mediju posjeduje svijest o tome kome se obraća te da ta svijest na neki način oblikuje njegovu govornu poruku. Zbog prirode različitih oblika elektroničkih medija i mnoštva vrsta programa na njima, sa sigurnošću se mogu očekivati različiti stupnjevi usmjerenosti na slušatelje te različiti oblici te usmjerenosti.

Rad, kao i ispitivanje na kojem se on temelji postavio si je naizgled skroman zadatak; odgovoriti na tri pitanja u vezi s govorom u elektroničkim medijima. Prvo pitanje zapravo sadrži i dva ostala: govore li govornici na radiju i televiziji uopće nekome (a ako govore, koliki je broj onih kojima govore) ili govore samima sebi. Iako može izgledati čudno pitanje koristi li se medij s namjerom da se nekome nešto priopći ili bez nje (jer to nameće pitanje čemu uopće mediji) to pitanje nije suvišno, što pokazuju rezultati ispitivanja.

Drugo je pitanje o fizičkoj udaljenosti između govornika i slušatelja. Tu se zanemaruje stvarna fizička udaljenost (u smislu da ona može biti metar i pol između spikera i snimatelja zvuka ili dvadeset i pet tisuća kilometara između novinara i slušatelja na drugom kraju zemaljske kugle) i postavlja se pitanje naolikoj udaljenosti govornik zamišlja svojeg slušatelja ili svoje slušatelje. O kategorijama udaljenosti pišu Hall (1965) i Škarić (1991).

Treće pitanje odnosa govornika i slušatelja - nameću li neki mediji ili neki žanrovi (ili pak neki govornici) viši ili niži položaj govornika u odnosu prema slušateljima. Miller (1963) spominje takve odnose u komuniciranju.

Odgovori na ta pitanja nisu zatraženi od govornika u medijima, nego od njihovih slušatelja (i gledatelja). Odgovori samih govornika teško bi se mogli uzeti kao kriterij, makar i kao kriterij s velikom rezervom. Naime, zdrav razum kazuje da bi govornici bili skloni davati podatke koji su u skladu s vlastitim željama i očekivanjima od emisije u kojoj govore, kao i sa slikom o samima sebi. Budući da su takvi podaci najmanje što je potrebno istraživanju koje se kani osloniti na objektivnost, krenulo se s drugoga kraja: ispitane su reakcije slušatelja javnog govora u elektroničkim medijima te su od njih zatraženi odgovori na gornja pitanja.

ISPITIVANJE

Krajem rujna i početkom listopada 1995. godine autor je s hrvatskih elektroničkih medija na audio i video kasete snimio određeni broj primjera govora u medijima, iz kojih je poslije formirano 39 govornih isječaka.¹ Namjera je bila prikupiti reprezentativan broj primjera različitih vrsta govorenja. Mediji s kojih se snimalo bili su Hrvatska televizija, Hrvatski radio, Radio 101, Radio-Sljeme, Radio-Samobor i Radio-Zaprešić.

Govorni su isječci u fonetskom studiju intenzitetski izjednačeni kako bi se izbjeglo nepoželjan utjecaj glasnoće (koja uostalom ovisi o mnogo čimbenika koji s ovim radom nemaju veze) na rezultate ispitivanja. Iz cjelokupnog snimljenog materijala formirano je 39 isječaka u trajanju od 20 do 40 sekundi, u kojima se nastojalo izbjeći sve semantičke pokazatelje koji bi mogli utjecati na procjenu (dakle, izravno oslovljavanje sugovornika, priloške oznake mjesta na konkretnoj lokaciji snimanja itd.). Ti su isječci snimljeni na mini-disk, koji daje samo auditivnu vijest, čime je neutralizirana prednost televizije u odnosu na radio, zapravo je zanemaren svaki oblik vizualnih neverbalnih znakova.

Isječke je slušalo i ooenjivalo 25 ispitanika, studenata četvrte godine fonetike. Premda se radilo o skupini kojoj je govor struka, autorovo je mišljenje da to nije utjecalo na rezultate ispitivanja. Naime, na ispitnom su listiću bila

¹ S televizije su snimljeni sljedeći primjeri: 1. prilog Morane Kasapović u Dnevniku HTV-a; 2. prilog Joze Čurića u Dnevniku IITV-a, snimljen bez novinara u kadru; 3. prilog Joze Čurića u Dnevniku HTV-a, snimljen s novinarom u kadru; 4. prilog Zdenke Kardum u Dnevniku HTV-a; 5. vođenje Dnevnika Vladimira Rončevića; 6. vođenje vremenske prognoze HTV-a Aleksandre Mindoljević; 7. prilog Miće Dušanovića u sportskom dijelu Dnevnika HTV-a; 8. vođenje sportskog dijela Dnevnika HTV-a Slavka Cvitkovića; 9. prilog Željke Vele u sportskom dijelu Dnevnika HTV-a; 10. razgovor Žuži Jelinek s voditeljicom emisije HTV-a "Prizma"; 11. čitanje Marija Anduša u emisiji HTV-a "U početku bijaše riječ"; 12. vođenje patera Stjepana Harjača emisije HTV-a "U početku bijaše riječ"; 13. sportski prijenos Miće Dušanovića na HTV-u; 14. sportski prijenos Gorana Dijakovića na HTV-u; 15. sportski prijenos Slavka Cvitkovića na HTV-u; 16. razgovor Stjepana Kardoša s voditeljicom emisije HTV-a "Riječi, riječi, riječi"; 17. razgovor Tomislava Ladana s voditeljicom emisije "Riječi, riječi, riječi"; 18. vođenje emisije HTV-a "Šahovski komentari"; 19. razgovor Stanislava Gorupca s voditeljem predizborne emisije HTV-a; 20. razgovor Ivana Jarnjaka s voditeljem predizborne emisije HTV-a; 21. razgovor Ivana Obreža s voditeljem predizborne emisije HTV-a; 22. razgovor Dušana Bilandžića s voditeljem emisije HTV-a "Slikom na sliku"; 23. razgovor Dubravka Merlića s gostom emisije HTV-a "Slikom na sliku".

S radija su snimljeni primjeri: 24. čitanje Dnevnika HR-a Antuna Paveškovića; 25. čitanje Dnevnika HR-a Margarete Pejar; 26. čitani prilog u emisiji HR-a "Hrvatima u Srijemu, Bačkoj i Banatu"; 27. vođenje "Aktualnog 101" Damira Kramarića; 28. vođenje "Aktualnog 101" Marite Perčin; 29. sportski prijenos Ive Škopljanca na HR-u; 30. sportski prijenos Ede Pezzija na HR-u; 31. najava glazbe voditelja na Radio-Samoboru; 32. čitani prilog u emisiji Radija 101 "Planetarij"; 33. najava glazbe voditelja na Radiju 101 Silvestra Vrbanca; 34. čitani prilog u emisiji Radio-Sljemena "Dobra večer, prijatelji"; 35. razgovor Hermana Vukušića s novinarom HR-a; 36. čitanje u emisiji HR-a "O trubadurima u Francuskoj"; 37. razgovor Ivana Bedeničića s voditeljem na Radio-Zaprešiću; 38. čitanje pripovijetke Grahama Greenca na HR-u; 39. čitanje u emisiji HR-a "Ogledi i rasprave".

tri pitanja na koja se odogovaralo bez obzira na poznavanje fonetike; ta su pitanja pretpostavljala tek iskustvo u komuniciranju. Ispitanicima su puštani snimljeni isječci u prosječnom trajanju od 30 sekundi, a nakon svakoga je slijedilo desetak sekundi stanke za davanje procjene. Tražilo se odgovore na tri pitanja: Koliki je broj slušatelja kojima se govornik obraća (na početku je dana uputa da ne treba nagađati koliko je slušatelja stvarno bilo prisutno, nego kolikom se broju govornik obraća), s time da su bile tri moguće ocjene: 0 slušatelja, 1 slušatelj i skupina slušatelja. Kolika je psihološka udaljenost govornika od slušatelja (ponovljena je slična uputa kao kod prvog pitanja, da se ocjenjuje govornikova namjera - koliko daleko on doživljava svoje slušatelje), što se procjenjivalo u metrima. Odgovori na pitanje U kolikom je stupnju govornik podređen ili nadređen svojem slušateljstvu, ocjenjivani su skalom od -2 do 2, gdje je -2 označavalo veći stupanj podređenosti, a -1 manji stupanj podređenosti, 0 istu razinu kao i publika, a 1 i 2 isto kao -1 i -2, samo u suprotnom smjeru.

Budući da je svrha ispitivanja ovog rada, zapravo pokazati razlike u vrstama govorenja u elektroničkim medijima, primjeri su podijeljeni u nekoliko skupina. Te se skupine ne bi mogle nazvati ni žanrovima ni tipovima programa i emisija; autor ih je formirao na temelju nekih zajedničkih karakteristika snimljenih isječaka, u neskromnoj nadi da ispitivanje obuhvaća reprezentativan uzorak govorenja u medijima, da su kriteriji podjele valjani te da je podjela dovoljno razumna da izdrži ispitivanje i dadu određene rezultate.

U prvoj su skupini primjeri vođenja programa, odnosno voditeljstva. Razlikovno je obilježje te skupine činjenica da ovdje govornici donose publici nove informacije. Publika stvarno nije prisutna, a ako se radi o televiziji, govornik je u kadru. On se obraća publici i izgovara tekst koji je u nekim slučajevima unaprijed pripremljen (napisane vijesti), a u nekima nije (najava glazbe na radiju). U nekim primjerima govornik je i autor izgovorenoga (urednik informativne emisije), a u nekima ne (spiker u istoj emisiji). Tekst se u nekim slučajevima čita, u nekima izgovara, a u nekima čita uz privid nečitanja. U većini slučajeva voditeljstva program se emitira izravno. U tu kategoriju ušlo je 10 isječaka iz ispitivanja.²

Druga je skupina primjera jednostavno nazvana prilozima. Osnovno je obilježje isječaka te skupine da su oni dijelovi kompozicijski zaokruženih i snimljenih ojelina. Dakle, i ovdje se radi o novim informacijama, ali one se ne iznose u neutralnom obliku, izravno i u studiju, nego kao prilog nekoj emisiji, obično popraćene slikom i dodatnim zvučnim materijalom. Kod televizijskog priloga postoji mogućnost da govornik bude u kadru, što je u ovom ispitivanju i iskorišteno - kod dvaju isječaka iz istog priloga govornik je u jednom kadru,

² To su: vođenje televizijskog dnevnika (isječak broj 5), vođenje televizijske vremenske prognoze (6), vođenje sportskog dijela TV dnevnika (9), vođenje emisije religijskog programa televizije (12), vođenje radijskog dnevnika (24), vođenje radijskog dnevnika (25), vođenje radijske informativne emisije (27), vođenje radijske informativne emisije (28), vođenje radijske glazbene emisije (31) i još jedno vođenje radijske glazbene emisije (33).

a drugi put nije.³

Treća je kategorija prijenos. Zbog jasnoće same riječi, tu kategoriju nije potrebno posebno objašnjavati. Njezina je osobina da se govornik nalazi na mjestu nekog događaja (premda ima slučajeva da se prenosi samo na temelju slike u studiju) i prenosi slušateljstvu informacije o tome što se događa, ali istodobno komentira događaje. Govornik nikada nije u kadru. Premda je ispitivanje igrom slučaja obuhvatilo samo sportske prijenose, ne treba zaboraviti da se prenose i različiti drugi događaji, od glazbenog festivala do zasjedanja parlamenta.⁴

Četvrta je skupina pripovijedanje. Varav i kompromisni naziv te skupine ne odnosi se samo na izgovaranje, odnosno interpretaciju književnog djela. Osim toga kategorija obuhvaća sve ono govorenje koje ima određen dramaturški oblik odnosno koje se ostvaruje u obliku priče, kao i ono kojime se izražava odnos prema nečemu. Stvarnog slušateljstva nema, kao ni improviziranja. Pripovijedanje jest govorenje u dokumentarnim emisijama, u obrazovnom programu, u kulturi, katkad u političkom programu koji nije informativni. U većini slučajeva govornika ne možemo vidjeti.⁵

Deset je primjera u kategoriji razgovora. Ovo je jedina kategorija gdje slušateljstvo stvarno postoji. Dakle, govornici se ne obraćaju publici pred ekranima ili zvučnicima, nego osobi u studiju ili izvan njega. Takvi su razgovori u oba medija.⁶

³ U tu kategoriju spada šest primjera: prilog TV dnevniku (1), drugi prilog TV dnevniku (2), drugi dio iz tog priloga TV dnevniku (3), treći prilog TV dnevniku (4), prilog sportskom dijelu TV dnevnika (7) te drugi prilog istom sportskom dijelu istog TV dnevnika (8).

⁴ Primjeri iz ove skupine jesu: televizijski prijenos odbojke (13), televizijski prijenos automobilske utrke (14), televizijski prijenos automobilske utrke (15), radijski prijenos odbojke (29) i još jedan radijski prijenos odbojke (30).

⁵ Primjeri iz ispitivanja jesu: čitanje evanđelja u religijskom programu HTV-a (12), televizijski komentar šahovske partije (18), radijski izbor iz domaćeg tiska (26), radijski izbor iz stranog tiska (32), radijska rasprava i onomastici (34), radijska emisija o renesansi (36), radijsko čitanje pripovijesti (38) te radijska emisija o urbanizmu (39).

⁶ Primjeri u ispitivanju jesu: televizijski razgovor o autobiografskoj temi (10), razgovor u televizijskoj emisiji o lingvističkoj temi (16, 17), razgovor u predizbornoj televizijskoj emisiji (19, 20, 21), razgovor u televizijskoj političkoj emisiji (22, 23), radijski intervju u sportskoj dvorani (35) i radijski razgovor u političkoj emisiji (37).

REZULTATI

BROJ SLUŠATELJA

Ukupno određeni podaci za ovu vrijednost dali su sljedeće brojke:

	0 slušatelja	1 slušatelj	Grupa slušatelja
Voditeljstvo	26,4 %	8,8 %	64,8 %
Prilog	30,0 %	10,0 %	60,0 %
Prijenos	13,6 %	12,8 %	73,6 %
Pripovijedanje	34,0 %	22,0 %	44,0 %
Razgovor	13,2 %	70,0 %	16,8 %

Tablica 1. Broj slušatelja

Iz tabele 1. vidljivo je da su ispitanici četiri tipa govorenja prepoznali kao govorenje skupini slušatelja: voditeljstvo te govorenje u prilogu i prijenosu doživljeni su kao takvi: apsolutnom većinom ispitanika, a pripovijedanje relativnom većinom. Apsolutna većina ispitanika prepoznaje isječke iz kategorije razgovora kao govorenje jednoj osobi.

Voditeljstvo

Ne čude dobiveni rezultati u ovoj skupini. Naime, čini se da se pokazala bit ove vrste govorenja: pružati nove informacije, odnosno obavještavati slušatelje. Budući da ne može biti bez slušatelja, a pitanje je može li se govoriti o istome ako postoji samo jedan slušatelj, rezultati su poprilično jasni.

Neutralnost pri govornom ostvarenju ovakve poruke, u nekim primjerima gotovo mehanička depersonaliziranost (a koja je vjerojatno uzrokovala da četvrtina ispitanika voditeljstvo ocijeni kao govorenje samom sebi) imaju svrhu učiniti poruku jasnu svakome. Povišeni ton i intenzitet uobičajeni za ovakav tip govora odašilju poruku širem krugu slušatelja. Govori se mnogima, ali glas ne daje povoda za identifikaciju s govornikom, odnosno ne ostvaruje bliskost govornika i slušatelja. Ovdje tako i treba biti. Nitko umjesto vijesti ne želi čuti komentar.

Prilog

U kategoriji priloga rezultati su bili vrlo slični rezultatima iz kategorije voditeljstva. Treba li to povezati s činjenicom da između tih dvaju kategorija postoji dosta sličnosti? Naime, svi prilozi korišteni u ispitivanju snimljeni su u informativnim emisijama. Svi oni daju određene nove informacije, na sličan način kao i kod voditeljstva, jedino što su one uobičajene u zaokruženu

kompoziciju (novinar mora znati kako će mu prilog početi, kako završiti i koliko će trajati). Informacije su također popraćene, govorimo li o televiziji, dodatnom slikom, a katkada i dodatnim zvukom. Dakle, takva informacija nikako se ne obraća jednom slušatelju, premda donekle djeluje kao govorenje sebi (prema procjeni gotovo trećine ispitanika), što je možda posljedica pripremljenosti, odnosno dotjeranosti izgovorenoga.

Prijenos

Ovdje su rezultati posve jednoznačni. Tri četvrtine ispitanika prepoznaje primjere ove vrste kao govorenje skupini slušatelja, a u svih pet primjera ove kategorije prevagnula je upravo ta ocjena.

Na sportskim događajima, kao i na gotovo svim događajima koje prenose elektronički mediji, prisutna je publika (ili barem veća skupina ljudi). Razloge govorenja skupini u ovoj kategoriji treba potražiti baš u toj činjenici; naime, reporter čini svoje slušatelje (a radi li se o televiziji, i gledatelje događaja) publikom. On mora pratiti i opisivati ono što se zbiva, stvarajući od slušatelja/gledatelja sudionike zbivanja, ne smije se ponašati kao da potihom komentira događaje sa svojim susjedom u gledalištu.

Dobar je reporter na neki način i nastavnik koji podučava svoje slušatelje; prati događaje s područja kojim se bavi i koje prenosi (atletika, primjerice) njemu je imperativ. Zato nije moguće prenositi atletske natjecanje bez znanja o svjetskim, europskim i nacionalnim rekordima te o najboljim rezultatima pojedinog natjecatelja ili pojedine discipline u tekućoj godini. Dobar reporter mora, međutim, osim informacija, prenijeti i atmosferu događaja. Kako žive atmosfere bez skupine ne može biti, to se odražava i u govornom ostvarenju reportera.

Pripovijedanje

Ovo je jedina kategorija gdje ispitivanje nije dalo jasnog odgovora kome se govori. Naime, premda je gotovo polovica ispitanika (44,0%) primjere iz ove kategorije ocijenila kao govorenje skupini, trećina ispitanika (34%) smatra da se govornici obraćaju samima sebi, a gotovo četvrtina (22%) da se govori jednoj osobi.

Razgovor

Ova se kategorija po rezultatima znatno razlikuje od svih ostalih. Dok su sve ostale kategorije (uključujući i pripovijedanje, premda je tu situacija nešto manje jasna) ocijenjene kao govorenje skupini, ovdje većina ispitanika smatra da se govori jednoj osobi. Zato bi se moglo ustvrditi da su ispitanici pogodili, odnosno da su govornici svoje govorenje prilagodili situaciji. Naime, kategorija razgovora upravo se time i razlikuje od ostalih: ovdje slušatelj i fizički postoji. Primjeri u ispitivanju, međutim, nikad nisu uključivali pravi razgovor, odnosno pojavljivanje dva sugovornika u poluminutnom isječku; iako izvađeni iz razgovora, isječci su bili zapravo mali monolozi - dijelovi razgovora.

	Razina govornika
Voditeljstvo	+0,42
Prilog	+0,23
Prijenos	+0,54
Pripovijedanje	+0,44
Razgovor	+0,36

Tablica 3. Razina govornika

U svim su, dakle, kategorijama govornici blago nadređeni slušateljstvu. Je li to karakteristika govorenja u medijima uopće, možemo li (kao u slučaju nešto veće udaljenosti, koju generira medij) pretpostaviti da sama govorna situacija u mediju uvjetuje postavljanje govornika u nešto viši položaj? Ako rezultate ispitivanja uzmemo kao relevantne, odgovor je potvrđan. Taj je položaj, međutim, tek nešto malo viši; u ispitivanju prosječno manje od pola ocjene.

Voditeljstvo

Zanimljivo jest da u ovom pitanju za kategorije voditeljstva i priloga nisu dobiveni vrlo slični rezultati, kao što je to bilo kod procjene broja slušatelja i udaljenosti govornika od slušatelja (iako bi se zapravo moglo reći da ovdje sve kategorije imaju slične rezultate). Uzrok tome mogla bi biti svijest voditelja u elektroničkom mediju da se publici obraća izravno, za što mu je u tom slučaju potrebno više autoritativnosti nego u posrednom, snimljenom obliku priloga.

Prilog

Kao što je već navedeno, ovdje se prilozi rezultatima ponešto razdvajaju od vođenja. Prilog je kategorija gdje se govornici najviše približavaju ravnopravnoj razini u odnosu na slušatelje.

Prijenos

U prijenosima se govornici postavljaju u nadređen položaj, mogli bismo reći više nego u drugim kategorijama - ocjena je +0,54. Nije presmiono zaključiti kako je to posljedica činjenice da se radi o sportskim prijenosima, a već znamo da je za sport karakteristično dvoje: skupno obilježje i veći prostor.

Znači li ova vrijednost da znanje i pripremljenost reportera uvjetuju postavljanje u nadređeni položaj? Po autorovu sudu teško je pretpostaviti da svako prenošenje informacija u kojem govornik iznosi nešto novo, sugerira jednaku nadređenost, a za to, barem u ovom ispitivanju, nema dokaza.

Pripovijedanje

U ovakvoj vrsti govorenja moglo se očekivati da neće biti nikakve nadređenosti. Naime, pripovjedački način isključuje potrebu da se dokazuje ili uvjerava - njegova je namjera približavanje slušatelju/gledatelju. Ispitivanje pokazuje da nadređenost ipak postoji. Međutim, između pojedinih priloga postoje znatne razlike.

Razgovor

U radijskom ili televizijskom razgovoru situacija je znatno drugačija nego u većini drugih žanrova. Ovdje govornik nije u odnosu pojedinca koji se obraća nepoznatoj i udaljenoj gledateljskoj masi; slušatelj je tamo, na mjestu događaja. Zato nema ni karakterističnog odnosa prema publici; taj odnos gotovo potpuno ovisi o tome tko je konkretna publika. Tako je teško doći i do općih zaključaka.

ZAKLJUČAK

Kao što je navedeno u uvodu, ovaj se rad temelji na pretpostavci da govornici u netipičnoj govornoj situaciji, u govorenju na radiju i televiziji, posjeduju svijest o tome kome se obraćaju. Svrha rada bila je koliko-toliko osvijetliti tu svijest, i to tako da se odgovori na tri pitanja: govore li govornici u elektroničkom mediju nekome i da li je taj netko pojedinac ili skupina; na kolikoj se udaljenosti od govornika on nalazi; te je li taj netko na jednakoj, višoj ili nižoj razini od govornika.

S tom svrhom provedeno je ispitivanje, koje je uključilo 43 intenzitetski izjednačena govorna isječka u elektroničkom mediju i u kojem su ispitanicima postavljena tri navedena pitanja.

Rezultati ispitivanja mogu se promatrati na tri načina: skupno, po kategorijama medijskog govorenja, ili pak pojedinačno. Obradimo li sve prikupljene podatke, dobit ćemo određene podatke o govorenju u elektroničkom mediju uopće. Takva bi tablica izgledala ovako:

Govorenje: nikome, pojedincu, skupini	23,5%	27,9%	48,6%
Udaljenost			4,1 m
Razina			+0,39

Tablica 4. Ukupni rezultati

Dakle, otprilike jedna četvrtina radijskih i televizijskih govornika govori samima sebi, otprilike jedna četvrtina govori pojedincu, a približno polovica govori skupini gledatelja, odnosno slušatelja. Prosječna udaljenost na kojoj govornik u elektroničkom mediju zamišlja svoju publiku, iznosi nešto više od četiri metra. Prosječan radio-televizijski govornik postavlja se u nešto viši položaj u odnosu na slušatelje i gledatelje.