
UDK 82.08
Stručni rad

Prihvaćeno 10.04.1997.

Gordana Varošaneć-Škarić
Filozofski fakultet, Zagreb

GOVORNI STILOVI U INFORMATIVNIM EMISIJAMA

SAŽETAK

Ne može se govoriti samo o primjerenosti ili neprimjerenosti govornoj interpretaciji u informativnim emisijama televizije i radija, nego i o različitim govornim stilovima koji su posljedica različitih izbora strategija u oblikovanju informativnih žanrova. U informativnim emisijama možemo uočiti nekoliko glavnih govornih stilova. To su: suzdržani neutralni (distancirani) stil, siloviti ekspresivni stil, ležerni razgovorni stil te noviji začudan prozodijski stil. Ti stilovi proizlaze iz različitih izbora strategija: ne samo informiranja i uvjeravanja, nego i uzbuđivanja i začudne zabavljačko problemske strategije vijesti nekih neovisnih radio-postaja. Tom je novijem stilu namjera transformirati gotove obrasce vijesti pretežito prozodijskim sredstvima. Nova prozodijska stabla razlamaju očekivane izgovorne cjeline na svim očekivanim prozodijskim razinama. Takav stil je pogrešno negativno vrednovati u usporedbi s općom standardnom prozodijom, on već jest unutar nekih sociolingvističkih skupina u govornoj potenciji i ti ga primatelji ne doživljavaju prije svega kao nestandardan, nego kao hotimičan odmak koji problematizira informativni žanr.

Ključne riječi: mediji, informativne emisije, govorni stilovi

UVOD

U retoričkom smislu moglo bi se reći da različite žanrove određuju i oblikuju i različiti izbori govornih strategija. Odabir strategije prvi je korak u procesu dizajniranja, oblikovanja poruke (Marsh, 1983, 8). Marsh navodi sljedećih devet strategija: informiranja, instruiranja, interpretiranja, uzbuđivanja, uvjeravanja, argumentiranja, rješavanja problema, zabavljanja i transformiranja. Za strategiju informiranja vezuju se televizijske i radijske vijesti, te ostale informativne emisije, za instruiranje obrazovni i etički programi, za uzbuđivanje emotivni dokumentarni žanrovi, za uvjeravanje vezuju se politički govori, za dokazivanje i argumentativnu strategiju komentari te različiti tipovi sučeljavanja, za rješavanje problema kovitlac mozгова “brain storming”, za zabavljanje zabavne emisije, zabavni razgovorni žanrovi, primjerice “talk show” itd. To bi dakako vrijedilo u klasičnoj podjeli retoričkih vrsta i televizijskih i radijskih govornih vrsta te klasičnom shvaćanju retoričkog dizajniranja govora. U medijima se svi žanrovi izmjenjuju, iako ne u pojednako zastupljenosti. Oni su pridonijeli otvaranju žanrova i ostvaraju različitih govornih stilova, čak i unutar jednoga žanra i unutar informativnog programa. Ti različiti govorni stilovi izvire s jedne strane iz različitih strategija informativnih emisija koje određuju politička tijela ili neovisna skupina, a s druge strane potrebe za različitošću i osobnošću. Upravo je ta različitost unutar televizijskog i radijskog medija i pomaknula tehničku podjelu na vrući medij radija i televizije kao hladnog medija (McLuhan, 1964).

GOVORNIČKE STRATEGIJE I GOVORNI STILOVI

Ono što ponajviše određuje govorni stil informativnih žanrova jesu strategije, te stoga nije plodno govoriti samo o dobrom ili lošem govoru i prozodiji na televiziji ili radiju. Govorne stilove u medijima ne treba samo evaulirati, konotacijski ih pozitivno ili negativno određivati prema unaprijed zadanim kriterijima, nego njih treba u prvom redu opisati. Oni su ipak ostvaraji u govoru, a govor svojom prozodijom otkriva vrstu komunikacijske usmjerenosti. Svaki govorni stil koji se ostvaruje unutar medija postoji kao izražaj neke skupine ili je stil određene govorničke strategije. Možemo govoriti o četiri različita govorna stila u govornim medijima. Osnovni su stilovi: 1. suzdržani (distancirani) neutralni stil; 2. siloviti ekspresivni emfatični stil; 3. ležerni razgovorni stil i 4. začudni prozodijski stil, koji izmjenjuje neke osobine drugoga stila, a oslanja se uglavnom na ležerni stil.

Ti se stilovi izvanjski razlikuju i različitim ritmičkim i prozodijskim obrascima. Tako je osobina suzdržanog stila lagani oksitonski ritam, tj. ritam govornih skupina u kojima je lagano istaknuta posljednja riječ. Silovit stil karakterizira baritonski ritam, tj. razmjerno često jako isticanje nezavršne riječi u govornoj skupini (Škarić, 1991; Simeon, 1969). Ritam ležernog stila varira prema logičko-informativnim izmjenama teme i teme. Začudni

prozodijski stil slobodno izmjenjuje prozodijska sredstva i razloma konvencionalne standardne prozodijske rečenice. Distancirani stil potvrđuje konvencionalnu informativnu strategiju žanra vijesti, emfatični ekspresivni stil persuzivnom strategijom nameće informativnu sliku svijeta, ležerni stil strategijom dijaloga neproblemski obavještava, ali i otvara teme, začudni koji kadšto izmjenično rabi sva tri stila unutar jednoga govornog diskursa, problematskom strategijom aktivno se obraća primateljima i dovodi u pitanje konvencionalna obilježja žanra.

OSOBI NE GOVORNIH STILOVA

Budući da su stilovi uvjetovani strategijom, različitim retoričkim namjerama, i osobine stila proizlaze iz strategija. Stoga niti jedan navedeni govorni stil informativnog žanra nema i ne može imati sve osobine dobrog javnoga govora, ako su te osobine (Škarić, 1988; Horga, 1989, 1994): govornost, elegancija, ortoepičnost, poetičnost, eufoničnost, informativna odmjerenost, komunikacijska otvorenost, osobnost, tečnost, prozodijska pravilnost. Dapače, teza jest da bi se ostvarenjem svih osobina dobrog javnoga govora na svim postajama i svim informativnim žanrovima promijenile strategije i govorni bi izraz postao odraz samo jedne neupitne strategije i postojao bi samo jedan obrazac govornog stila informativnih žanrova.

Dakle, ne može se negativno vrednovati nepojavljivanje jedne od spomenutih osobina u svakom govoru, jer bi se mogao ispustiti retorični moment medijskog govora. I najeufoničnija zatvorenost bila bi dosadna i komunikološki neplodna.

Tako **distancirani stil** prije svega ne odlikuje govornost, ako se govornost definira (Škarić, 1988; Horga, 1988) kao otklonjenu stvarnu ili mentalnu prisutnost napisanog teksta. To je upravo "čitači stil", koji uključuje pisani tekst u rukama ili na elektroničkom čitaču, s čitačim intonacijama, suzdržan u izražajnosti. U tom stilu nema osobnosti: govornik je distanciran, hladan, ne govori se pojedincu niti određenom slušaču, ne traži se sudjelovanje slušača, govor je to bez pomisli na primatelja. Nema niti komunikacijske otvorenosti, pazi se na vrstu informacija, na važnost vijesti, i nadzire se točnost govora. Nema fatičnosti, a ako se pojavi u siromašnom obliku, onda je u sklopu potvrđivanja teme. Ima pak glatkoće, jezične, izgovorne i prozodijske pravilnosti; teži se kultiviranim glasovima, dakle ima eufoničnosti. Ima elegancije, ali samo u ortoepičnosti i prozodiji, ali ne u retorici, stil je štur (Škarić, Varošaneć-Škarić, 1994). Retoričke poetičnosti nema, jedino u nenametljivoj ponovljivosti suzdržane elegancije prozodijskog stila. Stil prati logičnost iskaza. Odabir vijesti teksta, proksemičnost i hijerarhija priloga, kompozicijska raščlamba teksta i sam odabir određenog stila, pa i distanciranoga spikerskoga govora mogu biti odraz ne samo informativne strategije, nego i persuzivne. U distanciranom stilu persuzivnost postaje u formaliziranom obliku službenija i odraz je pseudoinformativne strategije (kadšto HRT *vice versa* vijestima

TV MREŽE). To je prevladavajući stil informativnih žanrova Hrvatske radiotelevizije, a u manjoj je mjeri zastupljen u drugim postajama, primjerice na ARD-u, WDR-u, japanskoj televiziji. Za strategiju obavješćivanja s formalnog stajališta to bi bile preduge rečenice (dulje od sedam sekundi).

Emfatični ekspresivni (siloviti) stil prevladava u govoru informativnih programa velikih TV postaja (ABC, BBC, RAI UNO, meksička Galavision, Španjolska državna televizija - TVE, iznimno dnevnicu HRT-a). Siloviti pre-naglašeni stil najbliži je javnom političkom govoru, iako ne u cjelokupnoj retorici. Dakle, neskriveno je u persuazivnoj strategiji. To je stil mnogih promičbenih poruka. Taj stil hoće djelovati na slušače. On nameće, ne problematizira; monolog je. U pomisli nema psihološki određenog gledatelja. Govori *urbi et orbi*, a i psihološka proksemija je velika udaljenost, koja je značajka javne komunikacije (Harrison, 1974). I smanjena eufoničnost u usporedbi s distanciranim stilom također proizlazi iz emfatičnosti (Motrišta, vijesti RAI UNO). Nema informativne odmjerjenosti, jer se prozodijskim sredstvima sve preističe. Ako je sve važno, onda u logičkom smislu ništa nije važno: nema manje i više poznatih dijelova, nema ravnoteže. Nema stoga govorne elegancije, a ni poetičnosti. Stereotipi su prozodijski zasićeni jednako kao i jezični obrasci. Nema ravnoteže između redundantnoga i neredundantnoga. Ima pak komunikacijske otvorenosti i agresivnosti, koja proizlazi iz napetosti stila: traži se, zauzima se strogo stajalište prema sugovorniku (ABC, neke njemačke postaje). Tvrdoća stila i vrlo usmjerena komunikacija, proizlaze iz velike angažiranosti govornika. Dakle, stil je to strategije uvjeravanja nametanjem gotovih obrazaca. Gotovo su arhetipski primjeri govora ABC u baritonskom ritmiziranju pre-naglašavanja prvih dijelova govornih skupina. BBC takvom ritmu dodaje i snažan oksitonski ritam, tj. izrazito se ističe posljednja riječ u govornoj skupini. Tu se ogleda i sigurnost medija da on ne donosi samo informaciju nego da je i stvar. Emfatično duljenje i naglašavanje početnih riječi i početaka riječi primjetno je i kod francuskih profesionalnih spikera, ali i u svakodnevnom govoru (Vassiere, 1990). I u nas se može uočiti preskakivanje naglaska riječi na prvi slog u emfatičkom govoru, koji onda takav ostane i u neemfatičnom govoru, čime se rasterećuje naglasna raznolikost.

Sve je zastupljeniji **ležerni razgovorni stil**, a prototip je TV postaja SKY, jednim dijelom WDR, mozaične emisije HRT-a, Radio-Sljeme. Dakle, i na televiziju, na veće postaje prodire stil koji je radiju i neovisnim radio-postajama bio uobičajen. Glavna je strategija dijalog i to radijski slušatelji prepoznaju kao ugodan, ležeran stil. Uz govornost, osobine su toga stila i informativna odmjerjenost te fatičnost: među sugovornicima kao i među suvoditeljima te slušačima nastoji se uspostavljati i održavati komunikacija govorom. Stil je govorom u ležernoj zoni, što znači da je psihološka proksemija udaljenost do 2,5 m, koja je najugodnija za razgovor. Slušanje je važan čimbenik. Nadziranje je govora pretežito slušno i društveno, pa iz toga proizlazi mekoća stila, meko

stajalište prema sugovorniku i psihološki individualiziranom slušatelju. Stil stoga ima osobnosti, i govornikove i slušačeve. Teži prema govornoj slici. Neverbalno i verbalno šalju se znaci o slušanju sugovornika. Ima težnju za eufoničnošću, ali i određene tolerantnosti ortoepske i prozodijske. Nalazimo ga i unutar vijesti (Radio-Slujeme u novinarskim javljanjima). Radio je manje kontroliran medij u političkom smislu, stoga novinarski stil i unutar informativnih emisija može biti ležerniji na radijskim postajama, koje su manje službene, ali i na televizijskim postajama koje posebno njeguju informativni program i donekle su neovisne.

Sve veća zastupljenost ležernog stila na radio-postajama ohladila je taj medij, jer se obraća slušateljima i dvosmjerno komunicira s njima. Vrući mediji su visokog stupnja određenosti, hladni su nižeg stupnja određenosti, dakle oni koji pružaju veću mogućnost slušačeve nadopune. Ležerni stil dijalogom ostvaruje strategiju informiranja, ali i interpretiranja, jer podatke prilagođuje razumijevanju, idejama i potrebama ljudi. Takav informativan govor motivira publiku na slušanje, a ležeran stil čini to na mek način i prozodijskim sredstvima koja su približena naravnom govoru. Tempo govora je u granicama naravnog fiziološkog izgovora govornih riječi, stanke nisu samo delimitativne, nego su raspodijeljene kao u spontanom govoru, pa ima i stanki procesiranja, oklijevanja (Škarić, 1991). Dakako, pretjerivanje u oklijevanju može odavati dojam nepripremljenosti. Govornost ne mora ići uz glatkoću (Horga, 1994), ali ipak u dobrom medijskom govoru treba paziti na skladan odnos stanki, da se ne bi ušlo u pseudogovorni stil, kad prozodijski čimbenici mogu prekriti denotativne informacije. Dakle, ta se govornost i ležernost naruše u ustrajavanju na govornom stilu, a uz preveliku vezanost za tekst.

Začudni prozodijski stil tako nazivam, jer u njemu prevladava prozodijsko nad tekstualnim znakovljem i jer je to prozodijsko znakovlje dominantno u konfliktnom odnosu prema tekstualnom. (Prema Harrisonu neverbalni znakovi u odnosu prema tekstualnom mogu imati redundantnu, komplementarnu i konfliktnu funkciju.) Začudni prozodijski stil u sklopu informativnog programa ima kao potku informativnost na kojoj izgrađuje zabavljačku, transformacijsku i problemsku strategiju. Takav govorni stil nije moguće ostvariti unutar visoko kontroliranog televizijskog medija, a ako se eksperimentalno i ostvari, vrlo je kratkoga vijeka - ne zbog zabavljčkih, nego zbog transformacijskih dijelova. Govorni stil koji začudnost informacije postiže neobičnim govornim ostvarajem te tako problemski zahvaća žanr da ga mijenja u njegovim konvencionalnim, teorijski dogovorenim i opisanim osobinama, u nas je u prvom redu govor Radija 101. Ta transformacija događa se već na razini prozodije, iako je očitija na prvi pogled na leksičkoj razini, jer se tada izravno doživi (primjerice "navodno", "itd. itd.", stvaranjem novih izraza koji su odmak od konvencionalnih: "glasno grlo" umjesto glasnogovornik). Ugroženo je neutralno donošenje vijesti kao vrste i promjenom strategije; slušatelj postaje aktivnim čimbenikom društvenih događanja. Isječci stvarnosti ne postavljaju

se iznad publike, ljudi su važniji od događaja i medija samoga. Zapravo, medij ne prenosi događaje, on postaje društvenim događajem zajedno sa svojom publikom. Teoretičarima stoga neobičan govor Radija 101 i njemu sličnih radijskih programa mogu biti zanimljiva tema istraživanja prozodijskih sredstava kao što su ton i intonacija, naglasci, govorna brzina, govorne modulacije, način izgovora glasnika, ritmički zakrciti. Ta neobična prozodijska stabla koja razlamaju očekivane cjeline nisu neprimjerena hrvatskoj prozodiji, iako su u odmaku od uobičajene prozodije. U retorici je opravdano ono što je prepoznato unutar neke sociolingvističke skupine kao njihove govorne mogućnosti. Ta ih publika ne doživljava kao prozodijske nepravilnosti, nego kao novo ostvareno viđenje nečega naizgled neupitnog. To je hotimičan odmak kao nužan produžetak drukčije strategije.

Takav stil ima otvorenosti (ima ironičnih i provokativnih dijelova), ima govornosti, jer pisani je tekst samo polazište za komentar kroz prozodijsku i jezičnu bogatu dopunu. Ima poetičnosti, slikovitosti govornoga izraza, ali i figura preuzetih iz uzvišenoga stila. To se samo naizgled ne može spojiti. Podsjetimo da uzvišeni stil teži pokrenuti slušatelja (Marsh, P. O., 1983), što je i glavna svrha prozodijskog začudnog stila. Uzvišeni stil pripada vrlo formalnim vrstama, stoga se i začudno koriste njegovi dijelovi u radijskom stilu. Takav začudni prozodijski stil od formalnog uzvišenog stila preuzima stvaranje neobičnih riječi, izokrenutost denotativno-konotativnih značenja, onomatopeju, neobičnost izraza, artificioznost, oslikavanje glasovnim materijalom, fonetički simbolizam, složene riječi, prigodne sličnosti riječi, pa čak ima i alegorije (promičbene poruke predizborne kampanje koje su se emitirale odmah poslije vijesti, bez stanke ili drugog zvučnog signala razdvajanja na Radiju 101). Tolerantnost u odnosu na jezičnu, izgovornu i prozodijsku nepravilnost moguća je zbog istovjetnosti govornika u sociolingvističkom pogledu s određenom publikom. Taj se govorni stil ne obraća publici srednje prema nižoj oštroumnosti. Ne teži se govoriti svima. Prema suvremenim načelima govornoga komuniciranja (osim Marsh, 1983, i Groubeck, German, Ehninger, Monroe, 1995) sve se više uz dijalog ističe taj odnos prema publici u javnom govorenju. Uz demografsko poznavanje publike kojoj se obraća, uz poznavanje njezine naobrazbe, pripadnosti skupini, kulturalne i etničke pozadine govornik uzima u obzir i psihologiju publike, njezine ciljeve, vrijednosti, vjerovanja. Traži se realističan odnos prema odgovorima publike. Upravo je aktivizacija publike jedna od najzanimljivijih pojava novijega govornog stila Radija 101. U tom je odnosu prema publici i sadržan razlog djelomične zabavljачke strategije tog stila: ona je moguća zbog točno određene uže društvene skupine. Zabavljачki čimbenik zabavan je unutar kulturalno određenog okvira (primjerice rock and roll, "Flying Circus of Monthly Python"). Zabavno ne može svima biti zabavno. Humorni elementi stvaraju i veću povezanost skupine, utječu i na kritičan odnos prema onome što se iznosi i daju optimističan pogled te najavljuju promjenljivosti. Ležeran, odmaknut, neformaliziran, zabavan, razigran stil, komunikološki je otvoren stil. Stvara se posebna poctika, koja ne znači negativno stajalište prema ustaljenom, nego aktivirajući odnos prema

dogadajima. Ritam toga govora nije izvan ritmova govora, ali je neobičan. Njegovi ponovljivi elementi te neočekivane izmjene i prekidi ritma podsjećaju na *rap*, neobičan glazbeni stil koji mladi prihvaćaju kao svoj poetični ritam. Dakako, u drugim prozodijskim sredstvima ne treba ovaj govorni stil i *rap* uspoređivati, jer prvi stil pripada prije svega govoru, a drugi glazbi. U začudnom prozodijskom stilu Radija 101 vijesti idu uz glazbu. U potrebi za raznolikošću javlja se i takva poetika.

ZAKLJUČAK

Rečeno je da osobine medijskoga govora možemo opisati i staviti u retorički kontekst, da ih je plodnije vrednovati s obzirom na učinak koji imaju na publiku, nego s obzirom na poklapanje ili odstupanje od jezičnog i govornog standarda. Ako strategija određuje govorni stil, onda možemo govoriti o namjerama pošiljatelja, komunikacijskom kontekstu i o određenju publike. U nekom drugom retoričkom pogledu i o etičnosti medijskih poruka. Ovdje nam je bila namjera odrediti koje govorničke strategije određuju pojedine govorne stilove u informativnim emisijama televizije i radija. Mediji se individualiziraju, primjetna je težnja za osobnim stilovima, iako se stilovi velikih postaja i državnih i nedržavnih neovisnih postaja mogu prepoznati u nekoliko stilova koje povezuju slične osobine govornog stila. To su suzdržani distancirani stil, siloviti emfatični stil, ležerni razgovorni stil i začudni prozodijski stil. Zaključno se može reći da na pojedinim postajama u informativnim emisijama prevladava neki od četiri navedena stila. Za sada, na HRT u središnjim informativnim emisijama prevladava distancirani stil, a na našim lokalnim postajama u informativnom programu mogu se čuti i drugi stilovi. Što se tiče drugih emisija, koje ovdje nismo analizirali, na HRT nalazimo i druge stilove. Primjerice, u mozaičnim emisijama (Dobro jutro, Hrvatska) govori se ležernim stilom, u zabavnim emisijama za mlade i začudnim stilom (HIT - DEPO). Uz informativnu strategiju kao potku moguće su i transformacijska, problemska i zabavljачka strategija u informativnim emisijama na manjim postajama, s jedne strane zbog užeg profila publike, a s druge zbog manje kontrole. Biti neovisan (uvjetno rečeno, jer potpune neovisnosti medija nema) ili samo lokalni ne znači uvijek i biti drukčiji. I lokalne postaje kadšto su općega stereotipnoga govornog izraza. Unutar neovisnih postaja jedino postoji veća mogućnost transformacije žanrova. Globalna je metafora prestala biti selo, ističu se posebnosti, tolerantno se prihvaćaju razlike, teži se za osobnim stilom, publika se sve više individualizira. Dovoljno je svijet sličan da bude tolerantniji zbog posebnosti. Svijet je sve više društvo koje želi komunicirati individualiziranim dijalogom. Previše ravnoteže u retorici je dosada.

REFERENCIJE

- Groubeck, B.E., German, K., Ehninger, D., Monroe, A.H.** (1995). *Principles of Speech Communication*. XIIth brief edition, Harper Collins College Publishers.
- Harrison, R. P.** (1974). *Beyond words - an introduction to nonverbal communication design*. New Jersey.
- Horga, D.** (1988). Kultura govora i masovni mediji. U: *Jazikot i Kulturata, Zbornik na trudovi*, Ohrid 27 - 29 Maj, 1988, str. 25-30.
- Horga, D.** (1994). Tečnost govora u elektroničkim medijima. *Govor* XI br.2, str. 15-22.
- Marsh, P. O.** (1983). *Messages that work - A guide to communication design*. Educational Technology Publication, New Jersey.
- McLuhan, M.** (1964). *Poznavanja opština čovekovih produžetaka*. Prosveta, Beograd.
- Simeon, R.** (1969). *Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva*. Matica Hrvatska, Zagreb.
- Škarić, I.** (1988). *Upotrzi za izgubljenim govorom*. Školska knjiga, Zagreb.
- Škarić, I.** (1991). Fonetika hrvatskoga književnog jezika. U : Babić i dr. *Povijesni pregled glasovi i oblici hrvatskoga književnog jezika*. HAZU - Globus, Zagreb.
- Škarić, I., Variošanec-Škarić, G.** (1994). Skupna slika govora Hrvatske televizije. *Govor*, XI br.2, str.1-12.
- Vaissiere, J.** (1990). Rhythm, accentuation and final lengthening in French. In: *Music, language, speech and brain*, editors: Johan Sundberg, Lennart Nord and Rolf Carlson, Proceedings of an International Symposium at the Wenner-Gren Center, Stockholm, 5 - 8 September 1990, pp.108-120.
-

Gordana Varošanec-Škarić
Faculty of Philosophy, Zagreb

SPEECH STYLES IN NEWS PROGRAMMES

SUMMARY

It is impossible to talk about appropriate or inappropriate speaking interpretation in news programmes on radio and television, without talking about various speech styles resulting from different choices of strategy in modelling (structuring) of informative genres. A few main speech styles can be noticed in news programmes. These are: restrained neutral (distant) style, assertive expressive style, casual conversational style and a newer one, astonishing prosodic style. These styles come as a result of different choices of strategy: not only informing and persuading, but also exciting and astonishing entertaining problem strategy of news on some independent radio stations. This newer style intends to transform the ready-made models for news, mainly by means of prosodic features. New prosodic trees break the expected utterance strings (segments) units on all expected prosodic levels. It would be wrong to rate this style negatively compared to the general standard prosody; it is already present in some sociolinguistic groups in their speech potential and these speakers do not find it non-standard but a willing deviation which gives the informative genre problematic characteristics too.

Key words: mass-media, news programmes, speech styles