

## POŠTAPALICE U JEZIKU SREDSTAVA JAVNOGA PRIOPĆAVANJA

*Marijana Togonal*

### Uvod

**O** javnome su priopćavanju i njegovim obilježjima napisani brojni radovi. Različiti su autori na različite načine pokušali definirati što javno priopćavanje jest, koji preduvjeti trebaju biti zadovoljeni da bismo neko priopćavanje nazvali javnim, koji diskursi<sup>1</sup> pripadaju javnome priopćavanju, tko su sudionici javnoga priopćavanja i kakvim bi se jezikom oni trebali služiti.<sup>2</sup> Pri opisivanju polja javnoga priopćavanja u pravilu se polazi od uloge koju pojedine sastavnice priopćajnoga procesa imaju (pošiljatelj, primatelj, kôd, poruka, priopćajni kanal, kontekst). No unatoč jasno izraženim polazišnim sastavnicama nerijetko u diskursima javnoga priopćavanja nalazimo brojne komunikacijske obrasce karakteristične za privatno priopćavanje. Pravni ili akademski diskurs, primjerice, jest dijelom javnoga priopćavanja, iako se odvija u zatvorenome okružju, broj sudionika ograničen je, pa bi prema navedenim obilježjima bio blizak privatnome priopćavanju. Međutim, istovremeno i pošiljatelj i primatelj obnašaju određene javne uloge, stoga se njihova komunikacija nalazi pod nekim oblicima društvenoga nadzora, dakle formalna je. Diskurs javnoga priopćavanja redovito je upućen javnosti bez obzira na broj sudionika koji tu javnost čini. S obzirom na tu javnu ulogu sudionika javnoga priopćavanja jezik kojim se služe, osobito u medijskome priopćavanju, trebao bi biti standardni. Imajući u vidu brojne individualne jezične osobitosti sudionika priopćavanja, „u mnoštvu konkurentnih jezičnih varijeteta standardu je osigurano povlašteno mjesto kao varijetetu koji služi kao *lingua franca* u rješavanju komunikacijskih problema“, smatra Mićanović (2006.: 110.).

Polazeći upravo od brojnih različitosti i nepodudarnosti jezičnoga koda među sudionicima medijskoga priopćavanja, važno je da njegovi kreatori poruku oblikuju uvažavajući norme standardnoga jezika, kako pisanoga tako i govorenoga. Važno je to i zbog utjecaja koji sudionici medijskoga priopćavanja imaju na oblikovanje i njegovanje jezične kulture primatelja poruke – javnosti.

### Medijski diskurs: diskurs javnoga priopćavanja

Među jezikoslovcima nema prijedora o tome pripada li medijski diskurs javnome priopćavanju, i to njegovu najutjecajnijemu dijelu. Taj jezični utjecaj prije svega

<sup>1</sup> L. Badurina, primjerice, prema kriteriju *javnosti komunikacije i javnih uloga* koje sudionici priopćajnoga procesa obnašaju, razlikuje „javni diskurs u užem smislu – jezik javne (društvene) komunikacije, politički, publicistički, sakralni itd. – te javni diskurs u širem smislu ili specijalizirani diskurs – akademski/ znanstveni, primijenjeni/ stručni“ (Badurina, 2007.).

<sup>2</sup> Usp. Biškup, 1981.; Škiljan, 1994.; Badurina, 2001.; Badurina, Kovačević, 2001.; Andrews, Andrews, Williams, 2002.; Sapunar Knežević, Togonal, 2012.; Bebe, Bebe, 2016.

proizlazi iz osobitosti priopćajnog kanala kojim medijski djelatnici odašilju poruke namijenjene javnosti. Tisak odnosno internet i društvene mreže omogućavaju istovremeno odašiljanje poruke velikom broju primatelja, stoga klasična priopćajna shema u kojoj na krajnjim polovima priopćajnog procesa stoje pošiljalac (govornik) i primatelj(i) koji jedan drugome u procesu priopćavanja šalju povratne informacije kao odgovor na primljenu poruku, primijeni li se na medijsko priopćavanje, nepotpuna je i neprecizna. Na mjestu primatelja poruke nalazi se javnost čije je obilježje izrazita nehomogenost. Uloga je javnosti u tome procesu odašiljanja poruke i odgovaranja na nju nerijetko pasivna jer na odaslanu poruku nema mogućnosti slanja povratne informacije kao u komunikaciji *licem u lice*. Primatelji, koji su u medijskome diskursu priopćavanjem obuhvaćeni, razlogom su zašto je do njega uopće došlo, no u smislu dvosmjernosti ili višesmjernosti priopćavanja i odašiljanja povratne informacije, njime nisu izravno zahvaćeni. Iako se razvojem interneta i društvenih mreža, odnosno sve snažnijom prevlasti suvremenih medija, promijenio status primatelja u medijskome priopćavanju pa se iz sustava jednosmjernoga priopćavanja prešlo u „sustav dijaloškog javnog komuniciranja“ (Plenković, 2013.), taj je dijalog često tek prividan. Tako, primjerice, članke na internetskim portalima čitatelji ponekad mogu komentirati i tako odgovoriti na poruku, no pravi se dijalog, koji se temelji na višekratnoj razmjeni informacija, ne događa. O primjeni pravoga načela uzajamnosti, unatoč demokratičnijoj i aktivnijoj ulozi primatelja, ipak se ne može govoriti.

Osobito je nezanemariva uloga novih sredstava javnoga priopćavanja u oblikovanju jezične kulture primatelja poruke te općenito načina priopćavanja. Budući da su njihovi sadržaji dostupniji negoli oni klasičnih medija, utjecaj im je daleko širi i veći. Stoga bi i njihova društvena odgovornost, a ona se ogleda i na izraznoj i na sadržajnoj razini, trebala biti sukladna tomu utjecaju. „Jezična analiza suvremenih hrvatskih medija pokazuje“, navodi V. Rišner,

„da su u njemu isprepleteni utjecaji različitih funkcionalnih stilova, no ponajviše administrativnoga i razgovornoga, čega je rezultat njegov rubni položaj u odnosu na hrvatsku jezičnu normu, potvrđen na gotovo svim jezičnim razinama (u strukturi predikata, rekciji glagola, uporabi prijedloga, u tvorbi itd.)“.

S. Heraković dolazi do sličnoga zaključka kada kaže da se

„suvremeni novinsko-publicistički stil mahom oblikuje pod utjecajem imperativa brzoga izvještavanja i aktualnosti, što ga čini dijelom administrativnim, ‘ukalupljenim’, a sa standardnojezične strane bliskim normativno ‘problematičnom’ razgovornom stilu, točnije individualnom stilu samoga novinara“.<sup>3</sup>

Dakle, kao što nema prijepora o tome pripada li medijski diskurs javnome priopćavanju, tako nema ni većih prijepora o tome kakav bi jezični kôd stvaratelja medijskoga priopćavanja trebao biti unatoč različitim utjecajima kojima je izložen: onaj

---

<sup>3</sup> Citirano prema Vlastelić, 2016.: 252. – 253.

usklađen s normama standardnoga jezika – birani, jezično prestižni. Jezik je to koji je dotjeran – gramatički, stilski i leksički – jezik u kojemu u govornim medijima do posebnoga izražaja dolaze vrjednote govorenoga jezika: intonacija, intenzitet, brzina, stanka, ali i mimika i gestikulacija. Te ustrojbene, neleksičke govorne sastavnice imaju važnu emotivnu i semantičku ulogu u priopćavanju riječima (Guberina, 1999.). Osim jezikoslovaca njima se osobito bave retoričari jer o njihovoj usvojenosti u mnogome ovisi novinarska moć uvjeravanja, potom razumljivost poruke, a posljedično i gledište primatelja prema odaslanjoj poruci. Vrjednote govorenoga jezika, dakle, izravno utječu na ekspresivnu, apelativnu, ali i poetsku dimenziju poruke. Ekspresivna se dimenzija jezika odnosi na emotivni sloj koji nalazimo u izraženim gledištima pošiljatelja prema poruci. Apelativna je pak uloga usmjerena na primatelja i reakcije koje u njemu poruka izaziva te na primateljevo izražavanje gledišta i emocija prema onomu što je rečeno, dok se poetska (estetska) uloga odnosi na samu poruku, odnosno na način kako je ona oblikovana. Tako, primjerice, uporaba poštapalica, koja je predmet ovoga rada, ponajviše može utjecati upravo na tri navedene uloge jezika.<sup>4</sup> Konkretno, rabi li se neka od poštapalica pri oblikovanju poruke često ili izrazito često, ona potencijalno može utjecati na govornikove emocije i gledišta koja primljena poruka aktivira, potom na doživljeni estetski sloj što pak u konačnici može utjecati i na povratne reakcije primatelja na odaslanu poruku.

U članku Tečnost govora u elektroničkim medijima D. Horga naveo je 13 čimbenika kvalitetnoga javnoga govora:

- (1) govornost (nasuprot čitanosti), (2) tečnost (govor bez zastajkivanja, zamuckivanja, oklijevanja), (3) osobnost (dojam proživljenosti izgovorenog), (4) jezična pravilnost (primjena jezičnog i ortoepškog standarda), (5) logičnost (primjena kategorija logičnog mišljenja), (6) poetičnost (slikovitost izraza, uporaba stilskih figura), (7) informativna odmjeranost (poštivanje sklada između novog i nepoznatog), (8) komunikacijska otvorenost (otvorena razmjena govornog sadržaja), (9) fatičnost (kontakt sa slušateljem), (10) tolerantnost (prema nestandardnim jezičnim oblicima), (11) kultura slušanja, (12) eufoničnost (kultiviranost glasa), (13) kontroliranost (govornik sam djelomično ispravlja svoj govor) (Horga, 1994.: 16.).

Iz navedenoga modela javnoga govora jasno proizlazi da poštapalice nisu poželjne u javnome diskursu s obzirom na to da uporaba poštapalica prije svega izravno utječe

---

<sup>4</sup> Njemački psiholog K. Bühler izdvojio je tri uloge jezika: *referencijalnu* (informativna, denotativna), *ekspresivnu* i *apelativnu* (direktivna) uloga. „Svaka od ovih uloga stavlja težište na jedan od tri temeljna momenta svake komunikacije: kod ekspresivne uloge težište je na pošiljatelju, kod referencijalne na samoj poruci, a kod apelativne na primatelju.” (Reškovac, 2015.: 2.). Na Bühlerov se model 60-ih godina prošloga stoljeća nadovezao R. Jakobson pa je Bühlerovim jezičnim ulogama pridodao još tri: *fatičnu* – odnosi se na kontekst, *metajezičnu* – odnosi se na kôd i *poetsku* (estetsku) ulogu – odnosi se na samu poruku. Ako se rabe, poštapalice su utkane u poruku, način kako je ona oblikovana, stoga možemo reći da pojačana uporaba poštapalica može utjecati na poetsku odnosno estetsku dimenzije poruke koju Jakobson uvodi, i to u svim stilovima, a ne samo u književno-umjetničkom na koji se najčešće odnosi.

na tečnost govora, ali i na druge sastavnice koje čine dobar govor, primjerice na sintaktičku pravilnost koja je uporabom poštapalica u pravilu narušena. Uporaba poštapalica može utjecati i na obavijesnu razinu poruke, a u konačnici i na njezino razumijevanje.

### Poštapalice: specifičnosti i obilježja

Poštapalice možemo definirati kao jezikoslovno nepotrebne, suvišne riječi u govoru, čijom se uporabom sugerira govorna nekultiviranost, govornikova nepripremljenost odnosno retorička slabost. U govoru se poštapalice redovito javljaju kao izrazno nepromjenjive, ustaljene kategorije bez obzira na to što nužno ne pripadaju nepromjenjivim vrstama riječi (*ovaj, ovoga, znači, gledajte, mislim, želim reći, hoću reći, kako da kažem, znači, zapravo, dakle* i dr.). Van Dijk (1997.) poštapalice tumači kao kohezijske sastavnice koje u priopćajnome procesu doprinose usklađenosti i povezanosti svih govornih sastavnica, a svojstvo su spontanijih govora. Pri tome valja istaknuti da uporaba poštapalica kao koherentnih odnosno kohezijskih sastavnica na rečeničnoj ili nadrečeničnoj razini nije opravdana jer tu ulogu obavljaju veznici, odnosno specifična vezna/diskursna sredstva – konektori i modifikatori. Uz to, osim formalnim ustrojstvom, rečenice se međusobno povezuju i smislom.

„Ustrojstvom su povezane uz pomoć [...] foričnih elemenata, zajedničkim članovima rečeničnoga ustrojstva, zajedničkim leksičkim elementima, ponavljanjem sintaktičkih jedinica istoga ili sličnoga tipa, a smisla se veza među rečenicama u tekstu temelji na kakvoj ‘temi’ koja je, bar jednim dijelom zajednička rečenicama [...]“ (Silić, Pranjaković, 2007.: 360.)

Formalno gledajući, uloga je poštapalica u priopćavanju prije svega pomoćna; svojevrsni su oslonac u govoru, i to u pravilu kod nedovoljno uvježbanoga govornika.<sup>5</sup> Profesionalni bi ih govornici,<sup>6</sup> dakle, trebali izbjegavati. Prvi je preduvjet izostavljanja poštapalica iz govora osvještavanje njihove uporabe, zatim vježbanje govora, a potom i njegovo javno izricanje.

---

<sup>5</sup> Ne postoji jednoznačna teorija o ulozi poštapalica u govoru, iako se neke teorije usredotočuju na njihovu pragmatičnu ili društvenu ulogu (de Leeuw, 2007.: 85.). Čak se i njihov položaj u govoru razlikuje od jezika do jezika. Istražujući poštapalice u engleskome, njemačkome i nizozemskome jeziku, E. de Leeuw je utvrdila da govornici tih triju jezika poštapalice rabe na različitim položajima u iskazu. De Leeuw je istraživala položaje vokalno-nazalnih i vokalnih poštapalica. Utvrdila je da engleski i njemački izvorni govornici rabe mnogo više vokalno-nazalnih poštapalica, za razliku od nizozemskih izvornih govornika koji su uglavnom rabili vokalne poštapalice. Engleski su govornici poštapalice rabili u iskazu kojemu je prethodila šutnja nakon koje bi slijedila riječ (početak iskaza) ili kad je tijekom govora nastala tišina, dakle na završnim položajima. Njemački i nizozemski govornici poštapalice su pak rabili najviše u sredini iskaza, odnosno u središnjem položaju u iskazu (de Leeuw, 2007.: 84.).

<sup>6</sup> U suvremeno se vrijeme govorništvu ne pridaje važnost kakvu je ono imalo u antičkoj Grčkoj kada je i nastalo, pa sukladno tomu ne postoji jasna definicija odnosno određenje profesionalnih govornika. Ipak, s obzirom na ulogu koju imaju u javnome priopćavanju, novinari se mogu smatrati profesionalnim govornicima. Jezik je sredstvo kojim prenose svoje poruke, stoga bi tim sredstvom

Piotr Bąk među prvim je gramatičarima koji je uočio da u govoru postoje *karakteristična obilježja*, tzv. govorni umetci, koji se „sintaktički ne vežu ni s jednom riječju u rečenici“, a pokazuju „odnos govornika prema izgovorenom sadržaju“. Prema Bąku, navodi N. Pintarić, kada ti umetci ništa ne znače, zovu se „prekidačima“ (hrv. poštalicama) i u „govoru svjedoče o slaboj jezičnoj kulturi govornika“. Bąk navodi dvije vrste umetaka:

„prvi su poželjni jer pokazuju odnos govornika prema sadržaju ili osobi, njegovo dobro raspoloženje i kao takvi imaju čari pa se mogu tolerirati. Drugi umeci, koji se ponavljaju previše često i mogu privući pozornost slušatelja sa sadržaja na sebe, nisu u govoru poželjni, često izazivaju i netrpeljivost u slušatelja koji očekuje brzu i preciznu informaciju. Ova tipična pojava neće u mnogim gramatikama biti zamijećena ni danas.“<sup>7</sup>

Suvremene gramatike hrvatskoga jezika, kao i jezični priručnici i savjetnici, upravo kako je Bąk primijetio, poštalicama ne pridaju osobitu pozornost, ne opisuju ih i ne tumače, ne razvrstavaju ih prema vrstama, položaju ili ulozi u ustrojstvu rečenice ili bilo kojim drugim obilježjima jednostavno stoga što pripadaju priopćajnim oblicima, pa ih u normativnim priručnicima ni ne očekujemo. No, ipak, J. Silić i I. Pranjković (2007.: 389.) u svojoj se gramatici na poštalice kratko osvrću napominjući da su poštalice svojstvene razgovornome stilu te nabrajaju nekoliko najčešćih poštalice (*je li, ovaj, kako da kažem*).<sup>8</sup> U Priručnoj gramatici hrvatskoga književnog jezika (Barić i dr., 1979.), kao i u Hrvatskoj gramatici istih autora, poštalice su svrstane među čestice,

„tj. riječi koje neki govore bez veze s njihovim smislom, obično kad u govoru žele dobiti vremena da nađu potrebne riječi za ono što žele reći.“ (Barić i dr., 1995.: 282.)

Nabrajaju se najčešće poštalice: *ovaj, onaj, čuj, kaže, vele, dragi moj*. I u Raguževoj Gramatici hrvatskoga jezika (2010.: 263.) poštalice su uvrštene među čestice. Raguž daje tek dva primjera poštalice – *ovaj, znate*. Akademijina pak gramatika poštalice opisuje kao semantički prazne riječi koje govornik upotrebljava „da bi dobio na vremenu“, a uvrštava ih među usklike, i to prema kriteriju emotivne obojenosti:

„No kako obično izražavaju osjećajno raspoloženje ili govoriteljev odnos prema govoru, imaju ulogu kao i usklici pa ih u jednom smislu možemo njima i pribrojiti.“ (Babić i dr., 1991.: 741.)

---

trebali suvereno vladati. Profesionalnim se govornicima također mogu smatrati političari, nastavnici, glasnogovornici, odvjetnici, odnosno svi oni koji obavljaju poslove i struke kojima je govor nerijetko i ključ profesionalnoga uspjeha.

<sup>7</sup> Citirano prema Pintarić, 2002.: 48.

<sup>8</sup> Razgovorni je jezik jezik svakodnevnoga priopćavanja. Obilježja razgovornoga jezika – nepripremljenost, neusiljenost, jednostavnost, neslužbenost, dekomponiranost rečenica, uporaba vulgarizama, barbarizama, dijalektizama i dr. – sve više postaju obilježjem i javnoga govora. Prodor obilježja spontanoga, svakodnevnoga priopćavanja, čemu pripadaju i poštalice, sve je prisutniji u javnome govoru i službenome priopćavanju, pa možemo govoriti o svojevrsnome trendu potiranja razlika među pojedinim (govornim) stilovima.

S. Težak i S. Babić u Gramatici hrvatskog jezika (2007.) o poštalicama ne govore.

Gramatičko razvrstavanje poštapalica u čestice (usp. Barić i dr., 1995.; Raguž, 1997.) odnosno usklike (Babić i dr., 1991.) nepotpuno je. S obzirom na to da su poštapalice riječi koje su u iskaz umetnute izvan

„osnovnih sintaktičkih pravila povezivanja [...] što se tiče njihove formalne strukture, one mogu biti iskazane različitim vrstama riječi i različitim gramatičkim oblicima, fleksijski ispravnima i neispravnim, što znači da gramatički oblik nije presudan u njihovu formiranju ni u značenju.“ (Pintarić, 2002.: 234. – 235.)

Svaka vrsta riječi koja se nepotrebno i pretjerano rabi u govornome diskursu može postati poštalicom, stoga ih je nemoguće precizno svrstati u bilo koju kategoriju riječi. Za takvo razvrstavanje uostalom nema ni potrebe jer poštapalice ne analiziramo s formalno-gramatičkoga gledišta već s gledišta njihove funkcionalnosti odnosno pragmatičnosti unutar govornoga diskursa. Neku ćemo vrstu riječi ili sklopove riječi smatrati poštalicom upravo zbog veće učestalosti njezine/njihove uporabe u iskazu.

„Frekvencija riječi u ulogi podštapalica veća je od frekvencije ostalih pojedinih riječi u iskazu, pa ta česta ponavljanja čine da one naknadno (sekundarno) postaju nesvjesne te da ih upravo zbog njihova čestog ponavljanja u jednome iskazu razumijemo kao podštapalice, a ne kao normalne lekseme. Podštapalice se tako mogu rabiti u svim dijelovima iskaza, čak i nakon svake riječi u iskazu.“

smatra N. Pintarić (2002.: 226.), koja poštapalice naziva *automatiziranim pragmenima*, a temeljna im je odrednica *govorna navika*.

U knjizi Pragmeni u komunikaciji N. Pintarić iznosi potanku podjelu<sup>9</sup> i ulogu podštapalica<sup>10</sup> u iskazu, a definira ih kao „poseban oblik ponavljanja i eholalije u govoru“ (Pintarić, 2002.: 120.). Osim sprječavanja neugodne stanke u govoru, poštapalice služe i u druge svrhe pa ih ne promatra samo kao prazne riječi. Njihova je uloga višestruka:

„a) održavanje komunikacije dok se ne nađe prava riječ ili bolja misao; b) naglašavanje novosti u poruci; c) ekspresija vlastitoga ‘ja’ (uvjerenja, stavova, emocija); d) relativiziranje izričaja (dopuštanje drugačijeg stava, nesigurnost u iskazu, dvoumljenje); e) pridobivanje dobrohotnosti sugovornika (želja za pozitivnom reakcijom sugovornika,

---

<sup>9</sup> Pintarić po(d)štapalice dijeli na neverbalne i verbalne. U neverbalne ubraja razne tjelesne pokrete poput zabacivanja ili diranja kose, dodirivanja ili trljanja nosa, raznih pokreta usnama i sl. Verbalne pak po(d)štapalice dijeli na fonemske, leksičke, složene i frazeologizirane. Za svaku kategoriju daje objašnjenje i konkretne primjere. (Neda Pintarić, Pragmeni u komunikaciji, Zavod za lingvistiku Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Zagreb, 2002.)

<sup>10</sup> N. Pintarić upotrebljava oblik *podštapalice*, a ne *poštapalice*, kako prevladava u govoru te u znanstvenoj i stručnoj literaturi, dajući i gramatičko objašnjenje za uporabu toga oblika. „[...] radi fonološkog pravopisa morfem *pod* uz početak korijena *štap* najprije se pretvorio u *potštap-*, a u okružju *-tšt-* jedan je *t* ispao, i to onaj iz prefiksa.“ (Pintarić, 2002.: 225.). Stoga N. Pintarić upotrebljava oblik za koji misli da je ispravan, a to je *podštapalica*.



hipokorističnost); f) osiguravanje vlastitoga autoriteta (uporabom stranih riječi kao podštalica i primjenom sugestivne mimike i gestikulacije, pojačavanje uvjerenosti).” (Pintarić, 2002.: 244.)

Osim toga, uloga poštalice može biti uklanjanje šutnje, naglašavanje ključnih riječi, postizanje ekonomičnosti iskaza, naglašavanje govornikovih uvjerenja, postizanje uvjerenosti tvrdnji, ublažavanje tvrdnji, iskazivanje emocija, iskazivanje čuđenja i dr.

Iako, dakle, postoje radovi koji „rehabilitiraju“ i opravdavaju uporabu poštalice u govornome diskursu, pa i u pisanome tekstu (usp. Badurina, Matešić, 2007.; Kurtić, Aljukić, 2013.),<sup>11</sup> u ovome se radu priklanja tradicijskom pristupu, pa se uporaba poštalice određuje kao oznaka lošega govorničkog stila i nedostatne jezične kulture što će se u radu na izdvojenim primjerima i dokazati.

### Kriteriji određivanja poštalice

Analizirajući različite definicije poštalice, L. Badurina i M. Matešić (2007.: 16.) izdvojile su pet kriterija prema kojima se neke riječi određuju kao pošalice:

- (1) semantički kriterij: *semantičko pražnjenje* upotrijebljene riječi koje može ići i do potpuna pražnjenja, *desemantizacije* (npr. kada se riječi govore bez ikakve veze s njihovim smislom)
- (2) sintaktički kriterij: sintaktička samostalnost (poštalice koje sintaktički nisu povezane s rečenicom)
- (3) fiziološko-psihološki kriterij: situacije u govoru kada se pošalice rabe kako bi se dobilo na vremenu u potrazi za adekvatnim riječima ili izrazima
- (4) modalno-ekspresivni kriterij: situacije u kojima pošalicama izražavamo afektivno raspoloženje i subjektivni odnos govornika prema predmetu; mogu pokazivati zbunjenost, pa i prestrašenost govornika
- (5) estetski kriterij: prema tomu kriteriju pošalicama se služi loš, nepripremljen govornik, a javljaju se bez ikakve potrebe.

Navedenim kriterijima možemo pridodati i kriterij čestotnosti. Naime, da bi neka riječ, izraz, sintagma ili tek neartikulirana skupina glasova bila smatrana pošalicom, preduvjet je da se ona često (pri tome i leksički i sintaktički nepotrebno) ponavlja u govornom diskursu.

---

<sup>11</sup> E. Kurtić i B. Aljukić u radu „Poštalice u razgovornom bosanskom jeziku: pozicijska obilježja i uloga poštalice u konstrukcijskim komunikacijskim jedinicama“ tvrde da su pošalice neophodni elementi u razgovoru čija uloga proizlazi iz „elementarnih mehanizama konverzijske razmjene [...] potrebe da se pri konverzaciji umanje praznine i simultani govor“. U svome radu, služeći se metodološkim okvirom konverzijske analize, autori su opisali različite uloge poštalice. Na primjeru od 550 poštalice nastojali su revidirati tvrdnje da su pošalice smetnja u govoru. (Kurtić, Aljukić, 2013.: 509.)

### Poštapalice u govoru novinara

U ovome će se radu analizirati pojavnost, vrsta i mjesto poštapalica u jeziku novinara i voditelja kontaktnih emisija na Hrvatskome radiju.<sup>12</sup> Iako dijelom unaprijed pripremljen, govor novinara u radijskim emisijama ne može biti u potpunosti nadziran jer novinarska pitanja, komentari i digresije ovise o tijeku razgovora koji je određen odgovorima sugovornika, ali i slušatelja u kontaktnim emisijama. U takvim emisijama najviše do izražaja dolazi jezična kultura,<sup>13</sup> ali i razne retoričke vještine novinara.<sup>14</sup> Za potrebe rada analiziran je govor novinara Prvog programa Hrvatskog radija (HR1), i to metodom kritičke analize diskursa isključivo s obzirom na poštapalice. Riječ je o kvalitativnoj metodologiji čiji je proces prema Mayeringu

„istraživanje fenomena kroz otkrivanje značenja jezika i riječi, informacija koje se dobivaju iz prve ruke o empirijskome svijetu koji nas okružuje.“ (cit. prema: Jeđud, 2007.: 84.)

U metodološkome smislu cilj rada nije bila kvantifikacija koja bi bila izražena brojem izgovorenih poštapalica u odabranome vremenu, već uočavanje određenoga fenomena kao dijela govornih navika jedinica istraživanja.

Od svih je radijskih postaja odabran HR1 s obzirom na to da je riječ o javnome medijskom servisu s nacionalnim i izvannacionalnim dosegom koji uz to obrađuje „ozbiljnije“ sadržaje: informativne, obrazovne, dramske, kulturne, znanstvene i dr. HR(1) ima i posebno ustrojenu jedinicu – Službu za jezik i govor – koja se bavi njegovanjem jezične kulture svojih novinara, stoga se opravdano očekuje da njihov jezik bude dotjeran i kultiviran, što uporabu poštapalica svodi na najmanje. Novinari kao jedinica analize odabrani su zbog njihove izrazite javnoprincipijalne uloge.

---

<sup>12</sup> Metodom kritičke analize transkribiranoga sadržaja analiziran je govor novinara u sljedećim emisijama Hrvatskoga radija: U mreži prvog, Susret u dijalogu, Poligraf, Dnevni ritam i Oporbeni zarez (15 emisija koje su vodili različiti novinari; N = 15). Analizirano je 225 minuta sadržaja. Kasnijim je slušanjem utvrđeno da se ponavljaju isti govorni obrasci, pa bi se daljnjom analizom govora istih jedinica istraživanja postigla tzv. saturacija.

<sup>13</sup> A. Jedlička razlikuje jezičnu kulturu u užem smislu od kulture govora. Pri tome se jezična kultura u užem smislu odnosi na jezik kao sustav, za razliku od kulture govora koja se odnosi na priopćajnu odnosno uporabnu razinu jezika pa se često naziva i *komunikacijskom kulturom*. Dok je jezična kultura u užem smislu usredotočena isključivo na standardni jezik, kultura govora uz standardnost podrazumijeva i odgovarajući izbor jezičnih jedinica iz „koegzistentnih varijanata“. Riječ je, kako tumači K. Mićanović (2006.), o svrhovitoj upotrebi jezičnih sredstava koja je usklađena s priopćajnom situacijom i uvjetima.

<sup>14</sup> G. Golub i A. Vidović Zorić istraživale su učestalost poštapalica u korpusu hrvatskoga medijskog govora, i to s obzirom na govorni stil, položaj poštapalice u izričaju te spol govornika. Njihovo je istraživanje pokazalo da je udio poštapalica u analiziranome korpusu (40 govornika; 41 minuta i 14 sekunda govora) 5,3 %, odnosno, svaki je govornik u jednoj minuti govora prosječno izgovorio 7,1 poštapalicu. Istraživanje je pokazalo i da je najveći broj poštapalica ostvaren na početnome položaju, zatim na završnome položaju te da je najmanji broj poštapalica ostvaren u središnjim položajima u izričaju. Razlika u broju izgovorenih poštapalica između muškaraca i žena nije se pokazala statistički značajnom. (Golub, Vidović Zorić, 2022.)



Istraživanjem su bili obuhvaćeni isključivo novinari koji vode ili uređuju tzv. kontaktne emisije, emisije koje idu uživo jer u takvim emisijama novinari više govore „iz glave“ negoli u onima u kojima mogu unaprijed pripremiti tekst koji će izgovarati, stoga do izražaja dolaze njihove govorne navike.

Cilj je istraživanja bio potvrditi/osporiti hipotezu prema kojoj govorne navike novinara uključuju i uporabu poštapalica, potom utvrditi koje se poštapalice najčešće javljaju u njihovu priopćavanju (ako se javljaju) te koje je njihovo mjesto u jezičnome oblikovanju poruke. Uporaba poštapalica u govoru utječe i na stjecanje određena suda o retoričkim i priopćajnim sposobnostima te govornoj biranosti novinara kao poželjnim osobinama javnih komunikatora.

Cilj i svrha rada usmjereni su na podizanje svijesti o potrebi sustavnoga njegovanja jezika, na ulogu standardnoga jezika u medijskome priopćavanju, kao i na potrebu institucionalizacije nastave jezičnoga izražavanja i govorništva na visokoškolskim razinama.

### Vrste poštapalica i njihova uloga u govoru novinara

Analiza govora novinara (N = 15) kontaktnih emisija HR(1) pokazala je da su poštapalice sastavnica novinarskoga izričaja, i to u većoj ili manjoj mjeri svih jedinica obuhvaćenih analizom. Raspon uporabe poštapalica kretao se od čestoga do vrlo čestoga, u pojedinaca i izrazito prevladavajućeg obilježja<sup>15</sup> govora novinara obuhvaćenih analizom, što potencijalno otvara prostor njihovu negativnu utjecaju na izražajno-doživljajnu razinu interpretacije poruke.<sup>16</sup> Pri oblikovanju pitanja, odnosno komentiranju određenih sadržaja, novinari su nerijetko rabili više različitih poštapalica, i to opetovano u različitim situacijama pri čemu se zaključuje da je doista riječ o njihovim ustaljenim govornim navikama, a ne o pojedinačnim ili slučajnim primjerima, zbunjenosti, kupovanju vremena, traženju odgovarajućih riječi i drugih sličnih razloga kojima se uobičajeno tumači uporaba poštapalica u govoru.

S obzirom na položaj poštapalica u rečenici/diskursu možemo govoriti o početnome položaju (*Pa eee, meni se čini...; Evo, eee, ministar danas iznosi...; Znači kad odete tu negdje...*), središnjemu položaju (*Rekli ste da još zapravo 24 sata možete izdržati.; Ovo je situacija koja baš oslikava, ajmo reč, čitavo društvo.*) te završnome položaju (*Utvrdili smo i opisali sve pojavnosti nepoštenih trgovačkih praksi, jel? Možete li predodrediti sudbinu ovoga zakona zapravo?*).

---

<sup>15</sup> Čestotnost nije kvantificirana, već je uočena i potkrijepljena primjerima u tekstu.

<sup>16</sup> Budući da je izražajno-doživljajna razina jezika povezana s primateljem, njezina bi se stvarna uloga mogla odrediti tek kad bi istraživanjem bili obuhvaćeni i slušatelji radijskih emisija, odnosno kada bi se ciljano propitivao utjecaj uporabe poštapalica na primanje poruke. Ovako se njihov utjecaj može tek pretpostaviti. Na temelju empirijskih pokazatelja možemo reći da se česta ili češća uporaba poštapalica odražava na izražajnu i doživljajnu razinu u procesu primateljeva usvajanja i interpretiranja poruke.

Na temelju analize govora novinara utvrđeno je da oni poštapalice primarno rabe u pet različitih situacija: (1) kao svojevrsnu retoričku pomoć za „otvaranje“ pitanja (početni položaj), (2) na početku odgovora na postavljeno pitanje (početni položaj), (3) na mjestu poželjne stanke kojom govornik ili sređuje misli ili naglašava pojedine dijelove poruke ili jednostavno „kupuje vrijeme“ za nalaženje odgovarajuće riječi (središnji položaj), (4) na mjestu veznika unutar rečenice odnosno konektora na nadrečeničnoj razini (središnji položaj); (5) kao potvrda onoga što je rečeno/pitano: takvi iskazi u formi su retoričkoga pitanja (završni položaj).

### Poštapalice kojima započinjemo pitanje

Analizom govornoga diskursa utvrđeno je da novinari često pitanje upućeno sugovorniku počinju upravo poštapalicom. Takvim se poštapalicama uspostavlja suodnos sa sugovornikom, a njihova uporaba na samome početku priopćajnoga procesa u konkretnim je situacijama oznaka govornikove nepripremljenosti jer pitanja upućena sugovorniku novinari u pravilu unaprijed pripremaju.<sup>17</sup>

Najčešće poštapalice koje se nalaze na početnome položaju u rečenici, a koje prethode novinarskom pitanju jesu: *eeee*, *evo*, *dakle* i *znači*:

- 1) *Eeee* Europska komisija *eeee* izašla je s *eeee* Bijelom knjigom, *dakle eeee* to je onih *eeee* pet *eeee* scenarija. *Eeee*, je li išta, *dakle*, u ovom *eeee* u ovim rimskim *eeee eeee* u ovoj *eeee* Rimskoj deklaraciji, je li išta ugrađeno iz te Bijele knjige, to je, naravno, podloga *eeee* za raspravu, još nije raspravljeno *eeee*...
- 2) *Eeee* spomenimo, gospodine Baričević, *dakle, eeee* tu situaciju *eee* malog kruga zemalja i onih koji *eeee* žele, *dakle*, pridružiti se tome ako je to *eee* interes i ako...
- 3) *Evo*, gospodine Ilijaš, gospođa Murgarić zapravo govori o neakvim ograničavajućim *eee* faktorima?
- 4) *Evo*, o kojem je iznosu novca riječ? Imate li već neku projekciju? Koliko prijava zapravo očekujete?
- 5) *Dakle, evo, eee*, ministar danas iznosi alternativne činjenice koje su vrlo popularne, *je l'?*
- 6) *Znači, eee*, vi ste bili od početka uključeni u pregovore?
- 7) *Znači* mi smo napravili sve što je bilo u našoj moći.

Fonemskom poštapalicom *eeee* (ili *aaaa*, *iiii*, *uuuu*) u pravilu se „kupuje vrijeme“ za promišljanje, tj. traženje odgovarajućih riječi. Na temelju primjera 1) i 2) mogli bismo zaključiti da je govornik izložen stresnoj situaciji što je mogući razlog izrazite učestalosti navedene poštapalice. Međutim, kada znamo da je riječ o profesionalnom govorniku koji redovito javno nastupa, onda ipak zaključujemo da je riječ o

---

<sup>17</sup> Iako je istraživanje bilo usredotočeno na poštapalice, primijećena su i druga učestala standardnojezična odstupanja: tvorba pitanja (*da li*), nepovezanost rečeničnih dijelova, pa se čini kao da govornici gube osnovnu nit, različita skretanja s teme, nepovezane digresije, uporaba gramatički nepravilnih oblika (*prokomentirati*, *izanalizirati*, *iskomunicirati*, *izbalansirati* i dr.), uporaba raznih kvazitvorenica, stranih riječi, osobito engleskih i dr.

nedostatnoj jezičnoj kulturi govornika. U oba se primjera poštapalica *eeee* nalazi na svim trima položajima u iskazu: početku, sredini i kraju što također upućuje i na govornikovu nesigurnost te možebitno nedovoljno poznavanje tematike o kojoj se govori.

*Evo* je poštapalica koja se često upotrebljava na početnim položajima u iskazu, a koja u primjerima 3) i 4) ima ulogu tumačenja i svraćanja pozornosti na ono što govornik kani reći, no da je ispuštena, jer je semantički i sintaktički nepotrebna, iskaz bi imao jednaku snagu uvjerenosti: *O kojem je iznosu novca riječ? Imate li već neku projekciju?* Uvjerljivost govornikova iskaza proizlazi i iz vrjednota govorenoga jezika kao što su ton ili intonacija ili jačina, što više pridonosi uvjerenosti iskaza negoli uporaba poštapalica.

*Dakle* je poštapalica kojom najčešće pojačavamo svoj zaključak ili pak nadodajemo objašnjenje kao u primjeru 5). U istome je primjeru na kraju iskaza upotrijebljena poštapalica *je l'*. Ona u pravilu „pokazuje govornikovu želju da se sugovornik s njime složi“ (Pintarić, 2002.: 239.), a istovremeno iskaz preoblikuje u retoričko pitanje pa može biti i u ulozi skretanja pozornosti na ono što je rečeno i poticanja aktivnoga slušanja sugovornika.

*Znači* je glagolska poštapalica koja ima ulogu povezača između dvaju ili više iskaza, kao u primjeru 6) ili ulogu potvrđivanja/zaključivanja onoga što je rečeno, stoga je zamjenjiva nekim od zaključnih veznika, primjerice *dakle* ili *stoga*. N. Pintarić (2002.: 237.) smatra da govornici upotrebljavaju glagolske poštapalice *znači* i *mislim* jer im „omogućavaju prijelaz iz prve eliptične surečenice u drugu surečenicu koja donosi ‘rješenje’“. Primjerice: *Zakon smo znači trebali mijenjati kako bismo znači ispravili uočene nepravilnosti.*

Kao što se iz izdvojenih primjera može vidjeti, u nekim se primjerima rabi više uzastopnih poštapalica, i to na samome početku iskaza: *Dakle, evo, eee*, ministar danas iznosi alternativne činjenice koje su vrlo popularne, je l'? Situacije u kojima govornik rabi više različitih poštapalica u iskazu, unatoč pragmatičnosti njihove uporabe, ipak su znak snižene jezične kulture i retoričke nepripremljenosti koje se vježbanjem mogu ukloniti jednom kada se njihova uporaba osvijesti.

### Poštapalice: spona između pitanja i odgovora na pitanje

Slušanjem govora i njegovom kritičkom analizom utvrđena je govorna praksa na objema stranama – govornikovo i sugovornikovo – da se iskaz započinje poštapalicom kao svojevrsnom sponom između postavljenoga pitanja (P) i odgovora (O) na to pitanje. Najčešće poštapalice koje su upotrebljavane u takvim situacijama jesu *eeee*, *zapravo*, *dakle*, *pa*, *pa* *gledajte*, *ustvari*, *znači*, *ajmo reći*.

- P: *Eeee*, je li aktivacija članka *eeee* 50. *eeee* Ujedinjenog Kraljevstva *eeee* zasjenila *eeee* skup u Rimu *eeee* kažu oni koji su tamo sjedili *eeee* pa recimo prije toga kako su ti formati 27. i 28. prilično frustrirajući *eee* britanske novine su nakon Rima izašle s naslovima kako je zapravo jedan tužan skup bio u Rimu čelnika EU-a?

- O: Pa gledajte *eee* mi se *eee* prvi puta *eee* skupili u Bratislavi prošle godine *eee* 27 čelnika Europske Unije...
- P: *Evo*, o kojem je iznosu novca riječ, imate li već neku projekciju? Koliko prijava *zapravo* očekujete?
- O: *Dakle, eee*, prije svega ovaj cilj nije nije cilj ove ideje *eeee*...
- P: *Aaaa*, gospodine Čičak, osam milijardi plus ili minus i dalje imamo *znači* osam milijardi duga koje *eee* je očito tu i država *eee* ne uspijeva smanjiti?
- O: *Ovako, dakle, eeee*, mi smo kroz taj zakon *eee* propisali obvezu ugovornih odnosa *znači* u cijelom lancu opskrbe hranom, a tu *znači* pokrivamo segment....
- P: Tko će pobijediti u ovoj utrci s vremenom?
- O: *Pa* bojim se da nitko neće pobijediti.

Kao i u prethodnim primjerima vidimo da se u duljim iskazima upotrebljuje više različitih poštapalica što, osim uobičajenih uloga poštapalica navedenih u teorijsko-me dijelu rada (oklijevanje, nesigurnost, dvoumljenje, nepripremljenost i dr.), može upućivati i na nedovoljnu usredotočenost govornika na komunikaciju, kao i na već ranije spomenuto nedovoljno poznavanje teme.

### Poštapalice ne mjestu psihološke stanke

Vrjednotama govorenog jezika pripada i stanke – fiziološka ili psihološka. Dok je fiziološka stanke nužna kako bismo uzeli kratak predah zbog udisaja, psihološka je pak stanke poželjna kao svojevrsno retoričko sredstvo kojim privlačimo pozornost slušatelja ističući riječ ili dio rečenice koja slijedi. Psihološka nam stanke može poslužiti i za vraćanje pozornosti slušateljstva, dakle za poticanje aktivnoga slušanja. Za razliku od fiziološke stanke koja je u govoru neizbježna, psihološka je stanke funkcionalna, pragmatična, dakle sastavni je dio komunikacijskih vještina: služi nam kao sredstvo/vrijeme potrebno za sređivanje misli, kao kratak predah u kojem oblikujemo odgovor ili ga smišljamo, vrijeme u kojem misaono sintaktički slažemo rečenicu, povezujemo rečenice u diskurs, predah koji omogućava slušatelju lakše primanje (dekodiranje) poruke, poruku dijelimo na manje logične cjeline i dr.

- 8) Kartično poslovanje rješava gomilu problema. *Zapravo, eee, aaa*. Na taj ćemo način turistima znatno olakšati boravak u Hrvatskoj, zar ne?
- 9) Istina je da su se političari udaljili od ovog običnog malog čovjeka. *Eee, ajmo reč*. Takvom se čovjeku redovito obraćaju tijekom obrazovne kampanje.
- 10) Europska unije otvorena je onima koji u nju žele ući, što je jako važno. *Eee, znači*, taj različiti ritam ni na koji način ne odnosi se na nešto što će zaobići Hrvatsku.

Psihološku stanku govornici rijetko rabe jer ju je potrebno dobro uvježbati, potom potpuno vladati sadržajem poruke te općenito biti siguran u svoje priopćajne sposobnosti. Kada to izostane, na mjestu poželjne i potrebne praznine, kao u gore navedenim primjerima, govornici upotrebljavaju razne poštapalice čime negativno

utječu na izražajnu razinu govora. Na pitanje zašto ne zastanu dok traže odgovarajuće riječi, studenti kolegija Jezična kultura i izražavanje<sup>18</sup> u pravilu odgovaraju da je razlog strah da ne ostave dojam nepripremljenosti ili pak nepoznavanja teme o kojoj se govori, stoga na mjestu psihološke stanke ubacuju poštapalice. Isto je utvrđeno i u govoru novinara.

### Poštapalice kao diskursne oznake

Analizom je govora novinara nadalje utvrđeno da dio govornika poštapalice upotrebljava namjesto konektora odnosno veznih sredstava/diskursnih oznaka u govoru. Konektori nam pomažu uspostavljanju odnosa među iskazima u složenijim nadrečeničnim cjelinama, a „obuhvaćaju jezične elemente površinske strukture čija je primarna uloga kohezivna.“ (Košutar, Hržica, 2019.: 157.). Neki su od češćih konektora: *međutim, naprotiv, za razliku od, štoviše, uz to, osim toga, dakle, prema tome, s obzirom na to, u međuvremenu, prije toga, zatim* i dr. (usp. Silić, Pranjeković, 2007.). Osim diskursnim oznakama rečenice se u diskurs mogu povezivati i smislo ili pak ponavljanjem određenih prethodno rečenih leksičkih jedinica što zorno pokazuju navedeni primjeri.

- 11) *Eeee*, više se stoji i čeka nego što se *zapravo* vozi. *Zapravo* dogodilo se ono zbog čega smo upozoravali. *Zapravo* stanje nije dobro i uvijek se lomi na leđima malog običnog čovjeka. *Znači* kad odete, ne znam tu okolo u inozemstvo, vi *zapravo* imate dovoljno razvijenu infrastrukturu.
- 12) *Ovako, dakle, eee*, mi smo kroz taj zakon eee propisali obvezu ugovornih odnosa. *Znači, eee*, napravili smo to u cijelom lancu opskrbe hranom. *Znači* tu pokrivamo taj segment. *Znači* sve mora biti pokriveno ugovornim obvezama. *Znači* utvrdili smo i opisali eee pojavnost nepoštenih trgovačkih praksi.

Kako navodi N. Pintarić, poštapalice *znači* i *zapravo* tvore tzv. *uklopljenice*, dakle umeću se, uklapaju u iskaz radi povezivanja pojedinih njegovih dijelova ili pak pri povezivanju iskaza u diskurs. U pravilu ih je moguće zamijeniti nekom od diskursnih oznaka ili ispustiti. Uporabom diskursnih oznaka, na mjestima na kojima su u gornjim primjerima poštapalice označene, postigla bi se tečnost govora, logičnost i bolja informativnost izrečenoga, ali i očekivana jezična pravilnost. Uz to bi apelativna, emotivna i poetska uloga jezika bile nenarušene.

### Poštapalice pomodnice

Temeljni kriterij kojim neku riječ prepoznamo ili označavamo kao poštapalicu čestoća je njezine uporabe u diskursu. Kada govorimo o kriteriju čestotnosti, možemo govoriti o dvama njegovim oblicima:

---

<sup>18</sup> Obvezni kolegij na drugoj godini studija Komunikologije na Hrvatskom katoličkom sveučilištu.

- (1) čestotnost uporabe pojedinih vrsta riječi u diskursu na osnovi kojega neku riječ određujemo kao poštapalicu
- (2) čestotnost uporabe pojedine poštapalice.

Vezano uz potonji kriterij, analizom govornoga diskursa javnih govornika može se utvrditi popularnost odnosno šira rasprostranjenost pojedinih poštapalica u određenu vremenu i trenutku. Vrljić (2007.) kao pomodnu poštapalicu bilježi *ovoga*. Petnaestak godina poslije govorne se navike mijenjaju pa bismo danas kao pomodne poštapalice mogli izdvojiti široko rasprostranjene *zapravo*, *znači*, *dakle*. Pregledom gramatika koje spominju poštapalice (tiskanih 80-ih i 90-ih godina 20. st.) možemo uočiti da se te tri poštapalice ne navode, a danas prevladavaju u javnom govoru.<sup>19</sup> Primjeri koji su zabilježeni u govoru novinara:

- 13) Oni su jučer ostali prilično iznenađeni i zatečeni *zapravo* prijedlogom i oni kažu da nikad nisu čuli, a oni bi *zapravo* trebali biti ti koji bi vam trebali pomoći napisati zakon.
- 14) Gospodine Bogoviću, evo eee kaže gospodin Kristić *zapravo* da je ovo na inicijativu ugostitelja, Vi ste predstavnik eee upravo te zainteresirane strane, koliko bi ovo *zapravo* pomoglo ugostiteljima? I govorimo li to i o ljudima koji imaju restorane, koji imaju pansione [...] ili samo *zapravo* kafiće?
- 15) *Znači* mi smo *znači* odgovorili na njihove provokacije, *znači* očitovali smo se i pismeno *znači* o njihovu gledištu. *Znači* što vi mislite o tome?
- 16) *Dakle*, sada se moramo, *dakle*, vratiti na početak. Vi ste, *dakle* rekli svoju komercijalnu cijenu, ali *zapravo* HZZO ne plaća *dakle* bolnicama komercijalnu cijenu?

Pomodarstvu i rasprostranjenosti pojedinih riječi ponajviše doprinose javne osobe, u koje ubrajamo i novinare, jer njihove govorne navike imaju veći i širi utjecaj od spontanijih, privatnijih govora upravo zbog specifičnosti njihova priopćajnog kanala, a koji omogućava istovremeno odašiljanje poruke većem broju primatelja.

### Zaključak

Paddy Scannell u knjizi *Broadcast Talk* (1991.) istražuje posebnost radijskoga (medijskoga) govora i ističe da se u medijima privatni govor pretvara u javni diskurs jer postaje „izvođeni“ govor. Iako taj govor teži oblicima svakodnevnoga govora, to je institucionalizirani govor što mu daje društvenu moć. Moć medijskoga govora proizlazi i iz njegove jezično-obrazovne uloge. Naime, zbog specifičnosti priopćajnog kanala, jezik/govor medija najutjecajniji je čimbenik usvajanja, razvoja i njegovanja jezične kulture, stoga bi profesionalni govornici trebali dobro ovladati

---

<sup>19</sup> Svakako treba istaknuti da se učestalost uporabe pojedinih poštapalica u javnome i spontanome govoru razlikuje. U spontanome govoru velik je broj poštapalica koje pripadaju kategoriji *verba obscena*, dok se one u javnome govoru u pravilu ne javljaju. Analizom javnoga govora lako se mogu utvrditi najčešće poštapalice, pa ih po čestotnosti njihove uporabe možemo nazvati svojevrsnim pomodnicama. Upravo su takve poštapalice gore navedene *zapravo*, *znači*, *dakle*.



visokim i biranim standardnim jezikom koji isključuje uporabu poštapalica odnosno svodi ih na najmanju moguću mjeru. To je moguće postići sustavnim radom odnosno stalnim njegovanjem jezične kulture za što je preduvjet postojanje svijesti o utjecaju medijskoga diskursa na širu jezičnu kulturu primatelja medijske poruke, potom postojanje svijesti o važnosti pravilnoga govora za razumijevanje poruke, ali i svijesti o očekivanim jezičnim osobinama javnih komunikatora.

Analiza govornoga diskursa novinara pokazala je da njihov govor, iako javan, a prema Paddyju Scannellu i institucijski, ne pripada nužno visokome stilu. Poštapalice se rabe često i u različitim situacijama. Nadalje, analizom govora novinara utvrđeno je da se najčešće rabe poštapalice *znači, dakle, zapravo, ajmo, evo, pa, dobro, ovaj, ovoga, eee, aaa*. Što se pak tiče položaja tih poštapalica u iskazu, one se najčešće rabe na početnim i središnjim položajima.

Istraživanjem je, dakle, utvrđeno da su poštapalice sastavni dio govornih navika novinara koji su bili jedinice istraživanja, da se poštapalicama nužno ne „kupuje vrijeme“, kao što se najčešće misli, jer se rabe na različitim mjestima u diskursu, te da uporaba poštapalica nije uvjetovana obrazovnim statusom govornika jer novinari u pravilu pripadaju visokoobrazovanim govornicima.

### Literatura

- Vladimir Anić, 1994., Rječnik hrvatskog jezika, NL, Zagreb
- Stjepan Babić i dr., 1991., Povijesni pregled, glasovi i oblici hrvatskoga književnog jezika, Nacrti za gramatiku, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Globus, Nakladni zavod, Zagreb
- Stjepan Babić, Stjepko Težak, 2007., Gramatika hrvatskoga jezika, ŠK, Zagreb
- Lada Badurina, 2001., Hrvatski jezik kao jezik javne komunikacije, Dometi, znanstveno-kulturna smotra Matice hrvatske, Ogranak u Rijeci, br. 1. – 4., str. 57. – 62.
- Lada Badurina, 2007., Jezično raslojavanje i tipovi diskursa, Jezik književnosti i književni ideologemi: zbornik radova 35. seminara Zagrebačke slavističke škole, uredio K. Bagić, Zagreb, str. 11. – 20.
- Lada Badurina, Marina Kovačević, 2001., Raslojavanje jezične stvarnosti, IC Rijeka, Rijeka
- Lada Badurina, Mihaela Matešić, 2007., Poštapalice pod povećalom: o jednoj posebnoj vrsti diskurzivnih oznaka, Zbornik radova, Tuzla, Grad na zrnu soli, uredila Amira Turbić-Hadžagić, Tuzla, str. 9. – 24.
- Eugenija Barić i dr., 1979., Priručna gramatika hrvatskoga književnog jezika, ŠK, Zagreb
- Eugenija Barić i dr., 1995., Hrvatska gramatika, ŠK, Zagreb
- Stephen Bebe, Suzan Bebe, 2016., Public Speaking Handbook, Pearson, Cambridge
- Josip Biškup, 1981., Osnove javnog komuniciranja, ŠK, Zagreb
- Gracija Golub, Ana Vidović Zorić, 2022., Poštapalice u medijskome govoru, Fluminensia, god. 34., br. 2., str. 367. – 396.
- Petar Guberina, 1999., Govor kao temelj svih organizacijskih struktura zagrebačke fonetike, Govor, god. XVI., br. 2., str. 101. – 115.

- Patricia Andrews Heyes, James Andrews, Glen Williams, 2002., *Public Speaking: Connecting You and Your Audience*, Houghton Mifflin Company, Boston
- Damir Horga, 1994., *Tečnost govora u elektroničkim medijima*, Govor, god. 11., br. 1., str. 15. – 22.
- Lana Hudeček, Milica Mihaljević 2017., *Hrvatska školska gramatika*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, 2017.
- Ivana Jedud, 2007., *Kvalitativna metodologija i metoda utemeljene teorije*, Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja, god. 43., br. 2., str. 83. – 101.
- Sara Košutar, Gordana Hržica, 2019., *Konektori u spontanome govorenom jeziku*, Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje, god. 45., br. 1., str. 157. – 183.
- Emina Kurtić, Bernes Aljukić, 2013., *Poštapalice u razgovornom bosanskom jeziku*, Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje, god. 39., br. 2., str. 509. – 526.
- Esther de Leeuw, 2007., *Hesitation Marker in English, German, and Dutch*, *Journal of Germanic Linguistics*, god.19., br. 2., str. 85. – 114.
- Krešimir Mićanović, 2004., *Hrvatski s naglaskom*, Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje, god. 30., br. 1., str. 121. – 130.
- Krešimir Mićanović, 2006., *Hrvatski s naglaskom*, Disput, Zagreb
- Neda Pintarić, 2002., *Pragmeni u komunikaciji*, Zavod za lingvistiku Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Zagreb
- Mario Plenković, 2013., *Medijska komunikacija / Media Communication*, Hrvatsko komunikološko društvo, Biblioteka Komunikologija, Zagreb
- Dragutin Raguž, 1997., *Praktična hrvatska gramatika*, Zagreb
- Tomislav Reškovac, 2015., *Logika debate*, Hrvatsko debatno društvo, Dubrovnik
- Andrea Sapunar Knežević, Marijana Togonal, 2012., *Hrvatski jezični standard*, Uloga medija u oblikovanju jezične svijesti i kulture, *MediAnali*, god. 6., br. 12., str. 17. – 33.
- Paddy Scannell, 1991., *Broadcast Talk*, Newbury Park, Calif. Sage Publication, London
- Josip Silić, Ivo Pranjković, 2005., *Gramatika hrvatskoga jezika za gimnazije i visoka učilišta*, ŠK, Zagreb
- Dubravko Škiljan, 2000., *Javni jezik*, Biblioteka Elekta, Zagreb
- Stjepko Težak, Stjepan Babić, 2007., *Gramatika hrvatskog jezika*, ŠK, Zagreb
- Teun A. Van Dijk, 1997., *Discourse as structure and process*, Sage Publication, London
- Anastazija Vlastelić, 2003., Neda Pintarić, *Pragmeni u komunikaciji*, *Fluminensia*, god. 15., br. 2., str. 97. – 120.
- Stojan Vrljić, 2007., *Poštapalice u hrvatskome jeziku*, *Jezik*, god. 54., br. 2., str. 60. – 64.

### Sažetak

Marijana Togonal, Hrvatsko katoličko sveučilište, marijana.togonal@unicath.hr

UDK 811.163.42, izvorni znanstveni rad

<https://doi.org/10.22210/jezik.2023.70.02>

primljen 15. studenoga 2022., prihvaćen za tisak 18. siječnja 2023.

## Catchphrases in the language of the media

Media communication has been the subject of various scientific and professional analyses, first and foremost due to the influence it has on the society and on individuals. Aside from the content of the message, which has recently been in the focus of communication and media experts' attention, linguists are particularly interested in its linguistic aspect at all its normative levels: from the level of correct spelling and pronunciation to the level of grammar and style. Although there are no real or standardized media communication rules, media communication is expected to use the standard language. The standard language is therefore the language *sui generis*, a sort of a super variety "that is considered by the speakers to be the most appropriate choice of language in official communication (Trask, 2005), which media communication most certainly is. The reasons for this are twofold: (1) due to the specificity of their profession, media officials communicate with speakers of different language varieties and the standard language serves as a kind of cohesion element, and (2) media discourse has great influence on linguistic consciousness, particularly on the language culture of the members of a particular linguistic community.

Since it is a part of public communication, media language should possess qualities of choice and high style, which as a rule excludes the use of catchphrases. They are a signature of poor rhetoric style and frequently serve as "ancillary words in live speech" (Vrljić, 2007). Catchphrases are unnecessary at both semantic and syntactic levels; they carry no meaning or content and therefore their use can have a detrimental effect on both the expressive and impressive levels of the message. The organization of speech units is hindered by the usage of catchphrases and their excessive use can cause fatigue in the listener and the incorrect receipt of the message.

Keywords: catchphrases, culture of speech, public communication, media discourse.

## PITANJA I ODGOVORI

## POJMO I PJEVAJMO VESELO



Čitateljica N. N. iz Nina pita: „U božićnoj pjesmi Kyrie Eleison pjevamo stihove: *Pojte pastiri, tamo se njemu poklonite!* Taj me stih podsjeća na staru i lijepu pjesmu u čast Petra Zrinskog i Frana Krste Frankopana: *Pojmo pjesmu, mili družu.* Čini mi se da nije isto značenje tih poticajnih riječi *pojmo, pojte* u jednoj i drugoj pjesmi. Molila bih vas za stručno objašnjenje.“

Vidi se da je čitateljica pod jakim dojmom našega malog raspjevanog naroda nakon slavnihi katarskih uspjeha naših nogo-

metaša. Veličanstvenom slavju tih pobjeda brzo se pridružio i Božić, pa smo nastavili s pjesmom. Vjerojatno je zato zabilježen najveći porast zadovoljstva u Hrvatskoj od svih članica Europske Unije. Simpatično mi je i to što čitateljica riječi *pojmo* i *pojte* naziva poticajnima. One to i jesu: *pojmo* nas potiče da pjevamo, a *pojte* je anđeoski poticaj pastirima, prema Evanđelju po Luki, da se idu pokloniti Isusu. Ona dobro zapaža da je različita poticajnost, značenje tih riječi, iako su istozvučne.

U pjesmi Kyrie Eleison u prvoj i drugoj kitici dva završna stiha glase jednako: *Pojte pastiri, / tamo se njemu poklonite.* U trećoj