



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.
Ovaj rad dostupan je za upotrebu pod međunarodnom licencom Creative Commons Attribution 4.0.



<https://doi.org/10.31820/f.34.2.5>

Gracija Golub, Ana Vidović Zorić

POŠTAPALICE U MEDIJSKOME GOVORU

Gracija Golub, mag. educ. philol. croat. i mag. educ. art. orator, Osnovna škola Otok, Zagreb
gracijagolub@gmail.com  *orcid.org/0000-0002-7250-6620*
dr. sc. Ana Vidović Zorić, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet
anvidovi@ffzg.hr  *orcid.org/0000-0001-5364-1758*

izvorni znanstveni članak

UDK 811.163.42'373.48

rukopis primljen: 16. svibnja 2022; prihvaćen za tisak: 15. prosinca 2022.

Iako se na poštapalice u jezičnim priručnicima gleda kao na rubnu vrstu, one su važan izvor informacija za brojne aspekte proučavanja jezične djelatnosti. Svrha je ovoga rada bila detaljnije promotriti neke od tih aspekata, preciznije uporabu poštapalica ovisno o govornome stilu u medijima, o spolu, kao i dobiti bolji uvid u planiranje govora tijekom govorne proizvodnje. U radu se analizira učestalost uporabe poštapalica u spontanome govoru na hrvatskome jeziku u ozbiljnim i zabavnim emisijama. Osim toga, analiza uključuje i položaj poštapalica u izričaju, njihova jezična obilježja te njihovu učestalost u muških i ženskih govornika. Govorni korpus čine jednodominantne snimke 40 govornika u emisijama uživo javne televizije koji su ujednačeni prema spolu i tipu emisije. Rezultati pokazuju da neku vrstu poštapalica upotrebljavaju svi ispitanici, iako se njihova učestalost između pojedinih ispitanika bitno razlikuje. Nadalje, poštapalice se znatno češće koriste u zabavnim nego ozbiljnim emisijama, što se može objasniti različitim komunikacijskim strategijama govornika u ovim dvama tipovima. Također, poštapalice su znatno češće na početku izričaja u odnosu na sredinu i kraj, što ide u prilog tezi da je početak izričaja mjesto najvećeg kognitivnog opterećenja u proizvodnji govora. Nema razlike u ukupnom broju poštapalica između spolova, no muškarci češće nego žene koriste poštapalice na kraju izričaja. Prema vrsti riječi poštapalice su najčešće glagoli, a zatim prilozi i zamjenice. Najčešće poštapalice u analiziranom korpusu su: ono, pa, ovaj,

zapravo i dakle, a osim navedenih kolektivnih poštapalica, govornici koriste i individualne poštapalice, tipične za pojedinca ili manju društvenu skupinu.

Ključne riječi: poštapalice; spontani govor; medijski govor; govorna proizvodnja; disfluentnost

1. Uvod

Spontani govor podrazumijeva dva istodobna procesa: planiranje govora i njegovu izvedbu. Planiranje se pritom odvija na više razina: konceptualnoj razini, na kojoj se osmišljava poruka koja se želi prenijeti, razini odabira lema, razini morfosintaktičkog oblikovanja, fonološkog kodiranja i, konačno, motoričkog planiranja izvedbe artikulacijskih pokreta (npr. Butterworth 1979, Garrett 1989, Fromkin 1971, Levelt 1989, Stemberger 1985). Ova pretpostavljena sinkronizacija više različitih mentalnih odnosno motoričkih procesa traži od govornika stalni nadzor i samoprovjeru izričaja čija je izvedba u tijeku. Iako govornici teže oblikovati izričaj bez pogrešaka, ali pritom ne narušiti govornu tečnost i glatkoću, spontani govor redovito je ispunjen disfluentnošću, čija je učestalost, pokazuju istraživanja u engleskome jeziku (Fox Tree 1995), oko 6 na 100 riječi. Disfluentnosti se mogu pojaviti u obliku nefonemskog glasnika *a*, produživanja glasnika, prekida, ali i kao poštapalice, koje i jesu predmet ovog istraživanja.

1.1. Određenje poštapalica

U literaturi pronalazimo nekoliko definicija poštapalica. Kao što primjećuju Badurina i Matešić (2013), većina definicija pretpostavlja da poštapalice imaju negativan učinak u govoru, tj. da su nepotrebni, nepoželjni izrazi koji narušavaju fluentnosti i estetičnost govornoga teksta. Tako u Anićevu (2003: 1120) rječniku stoji da je poštapalica *riječ kojom se tko često služi u govoru bez potrebe*, čime se implicira da ju je u govoru potrebno izbjegavati. Škarić (2000) pravi distinkciju između njih i modalnih izraza, nazivajući poštapalice *otpacima* od modalnih izraza. Pritom pod modalnim izrazima *podrazumijeva kratke stereotipne komentare koje o svom govoru izriče sam govornik tijekom svoga govora* (Škarić 2000: 81). Za razliku od njih, poštapalice *nisu ni komentar iskaza niti oznaka komunikacije, nego su izrazi ispraznjenih značenja i uloga, a takve postaju prečestim ponavljanjem* (Škarić 2000: 84). Drugim riječima, hoće li neki izraz biti modalni ili poštapalica,

ovisi o njegovoj učestalosti u govoru, kao i komunikacijskoj funkciji. Poštalice također treba razlikovati od diskursnih oznaka, koje (...) *upućuju na odnose između segmenata diskursa, označavaju diskurs i usmjeravaju sugovornika na način na koji bi trebao interpretirati iskaz* (Nigoević 2011: 122). Prema tome, diskursne oznake značenjski se referiraju na ostatak diskursa, što u slušaju poštalice izostaje.

U svojoj definiciji poštalice Simeon (1969: 114) naglasak stavlja na njezinu funkciju, određujući je kao *adjekciju koju govornik upotrebljava prije kakvog izričaja da bi dobio vremena za formuliranje glavne misli*, ali također ističe njezinu suvišnost u izričaju, nastavljajući da su poštalice izrazi *sintaksno i logički nepovezani s rečenicom i ne izražavaju nikakvo određeno značenje te su stoga suvišni*. Ipak, neki jezični priručnici prepoznaju ekspresivnu funkciju poštalice, poput Akademijine gramatike (Pavešić i sur. 1991), koja, iako poštalice smatra značenjski praznim riječima, naglašava da najčešće izražavaju govornikovo raspoloženje ili njegov odnos prema predmetu govorenja *te stoga imaju ulogu kao usklici, pa ih u jednom smislu možemo njima i pribrojiti* (Pavešić i sur. 1991: 741). Clark i Fox Tree (2002) sve zvučne stanke, pa tako i poštalice, također svrstavaju u usklike. Većina pak hrvatskih jezičnih priručnika poštalice svrstava među čestice (npr. Barić i sur. 1995; Raguž 1997). Simeon (1969) navodi da se u funkciji poštalice mogu naći gotovo sve vrste riječi, uzrečice, kletve, fraze, uzvici, ali i neodređeni glasovi poput *aaa, hm*. Badurina i Matešić (2013) sažimaju 5 kriterija u prepoznavanju poštalice u diskursu na temelju postojećih definicija: (1) semantički kriterij – prema kojemu su poštalice desemantizirane riječi; (2) sintaktički kriterij – prema kojemu su poštalice sintaktički nepovezane s ostatkom izričaja, zbog čega se često odvajaju za rezima od ostatka rečenice; (3) fiziološko-psihološki kriterij – prema kojemu su poštalice mjesta u izričaju koja služe za „kupovanje vremena”, tj. osmišljavanje daljnjeg izričaja; (4) modalno-ekspresivni kriterij – prema kojemu govornik poštalicama neintencionalno ukazuje na svoje raspoloženje i emocionalno stanje; (5) estetski kriterij – prema kojemu se poštalicama pripisuje negativna vrijednost. Navedenim kriterijima Badurina i Matešić dodaju i (6) kriterij prečeste uporabe, tj. prečestog ponavljanja u izričaju. Ipak, upozoravaju da većina ovih kriterija ima iznimaka, od toga da poštalice ponekad jesu sintaktički punopravan dio rečenice, do toga da estetski kriterij počiva na vrlo subjektivnoj procjeni. Fox Tree (2007) i Fox Tree i Schrock (2002) ističu kako poštalice i ostale zvučne stanke (engl. *filler words*) imaju značenje (ili više značenja) u govoru,

i to značenje je prepoznatljivo članovima neke jezične zajednice. Tako će primjerice engl. izraz *you know* sudionici komunikacije razumjeti kao govornikovu provjeru razumije li ga slušatelj te kao signal potreban za održavanje komunikacije, dok se izraz *like* koristi umjesto definicije čega (Fox Tree 2007). James (1972, 1973, prema Levelt 1989) također primjećuje značenjsku razliku između pojedinih uređivačkih izraza (tj. neleksikaliziranih zvučnih stanke i poštapalice) te tumači da primjerice engl. izrazi *uh* i *er* signaliziraju slušatelju da je govornik nešto zaboravio reći.

Pa iako se u jezičnim priručnicima na poštapalice često gleda kao rubnu vrstu te postoje prijepori oko toga kojoj vrsti riječi pripadaju, u psiholingvističkim istraživanjima, poštapalice, baš kao i drugi uređivački izrazi (zvučne i bezvučne stanke, samoispravci), važan su izvor informacija o planiranju izričaja. Tako je Levelt (1989) promatrao uređivačke izraze u okviru strukture samoispravaka. Primijetio je da je uporaba uređivačkih izraza značajno veća nakon govorne pogreške te iznosi čak 62 % od ukupnog broja, u odnosu na broj nakon neprikladnog, no ne i pogrešnog izraza – kada iznosi 28 %. Levelt to objašnjava komunikacijskom nužnošću – u slučaju pogreške govornik nastoji upozoriti slušatelja na pogrešku, dok u slučaju neprikladnosti takvo upozorenje nije od presudne važnosti za razumijevanje poruke.

Važno je također naglasiti da postoje značajne razlike u učestalosti disfluentnosti, pa tako i poštapalice, između pojedinih govornika (Bortfeld i sur. 2001; Clark i Fox Tree 2002; Goldman-Eisler 1968; Shriberg 2001; Wilshire 1999), ali i među različitim skupinama govornika, primjerice između različitih dobnih skupina (Laserna i sur. 2014; Shriberg 2001), s obzirom na spol (Bortfeld i sur. 2001; Laserna i sur. 2014; Shriberg 2001), konverzacijsku situaciju (Bortfeld i sur. 2001) ili dijalekt (Clark i Fox Tree 2002).

1.2. Funkcije poštapalice u govoru

Funkcije poštapalice su višestruke, a možemo ih promatrati iz različitih perspektiva. Iz psiholingvističke perspektive one daju uvid u planiranje i organizaciju govornog izričaja, odnosno prepoznaju se kao signal poteškoća u tome procesu, te se događaju u trenutku kada govornik treba dodatno vrijeme za oblikovanje nastavka izričaja, odnosno provjeru dotad izrečenog. U skladu s tim, Bortfeld i sur. (2001) navode da je jedna od funkcija disfluentnosti uopće manifestacija kognitivnog opterećenja pri govornom procesiranju, a u prilog tome ide opažanje da je broj disfluentnosti veći u

dužim nego kraćim izričajima (Oviatt 1995; Schriberg 1996). Osim toga, primijećeno je da je broj disfluentnosti veći na početku rečenica odnosno na početku preuzimanja riječi u konverzaciji (Boomer 1965; Clark i Fox Tree, 2002; Clark i Wasow 1998), a ovo se opažanje tumači time da su upravo to momenti pojačanog kognitivnog napora u oblikovanju izričaja. To su naime mjesta u kojima govornik odabire što želi reći te poruku leksički, sintaktički i prozodijski oblikuje, tumače Clark i Fox Tree (2002). Ipak, Bortfeld i sur. (2001) su u korpusu konverzacijskoga govora pronašli veći broj zvučnih stanki unutar izričaja nego između preuzimanja riječi, a takav je rezultat bio još izraženiji u starijoj dobi ispitanika, što autori tumače kao mogući znak poteškoća pri prizivu riječi u starijih govornika. U prilog tezi da su pošalice mjesta pojačanog kognitivnog napora ide i opažanje da je broj disfluentnosti veći pri većoj govornoj brzini nego manjoj (Corley i Stewart 2007). U brzem govoru govornik ima manje vremena za procese govornog planiranja – što dodatno opterećuje sustav govorne proizvodnje.

Bortfeld i sur. (2001) navode još dvije važne funkcije zvučnih stanki u govoru koje se mogu promatrati iz komunikacijske perspektive, a to su manifestacija metalingvističkog raspoloženja govornika i funkcija koordinacije interakcije između sugovornika. Naime određenim disfluentnostima, a među njima su i pošalice, govornik nehotimično odaje da mu je teško, da je nesiguran, nepripremljen, čime se odaju informacije o samome govorniku. Također, zvučnim stankama poput *hm*, nefonemskog samoglasnika ili primjerice pošalicama *pa gledajte, evo, jel* i sl. govornik signalizira da želi preuzeti riječ u konverzaciji ili da je još ne želi prepustiti sugovorniku, drugim riječima koordinira interakciju sudionika neke komunikacijske situacije. Funkcijama manifestacije metalingvističkog raspoloženja i koordinacije interakcije između govornika mogla bi se pridodati i treća funkcija iz komunikacijske perspektive, a to je učinak pošalice na slušateljevo razumijevanje poruke. Tako je istraživanje na korpusu u engleskome jeziku pokazalo da se u trenutku kada govornik izgovori *uh* poveća slušateljeva pažnja (Fox Tree 2001), kao i da su prepoznavanje i semantička provjera riječi bili uspješniji i brži nakon zvučne stanke *oh* u odnosu na izričaje u kojima je *oh* izrezan i zamijenjen praznom stankom (Fox Tree i Schrock 1999). Važno je reći da različite pošalice imaju različite funkcije, ali i ista pošalice može imati različite funkcije, ovisno o komunikacijskom i lingvističkom kontekstu u kojemu se upotrebljava. Fox Tree (2002) je primjerice ustvrdila razliku između engleskih pošalice *I mean* i *you know*, pri čemu izrazom *I mean* govornik usmjerava pažnju na samoga sebe, dok se izrazom *you know*

usmjerava na slušatelja, upozoravajući ga da obrati pažnju na rečeno, tj. da promisli o tome, ali ima i funkciju dodatnog pojašnjavanja. Istraživanje Clark i Fox Tree (2002) pokazalo je da izraz *uh* signalizira manje poteškoće u govornoj izvedbi, te da se redovito pojavljuje s kratkom praznom stankom koja slijedi nakon, dok *um* signalizira zahtjevnije procese i veće poteškoće u procesiranju govorne obavijesti.

1.3. Poštalice i govorni funkcionalni stilovi

Iako se poštalice u jezičnim priručnicima (npr. Silić i Pranjković 2007) pripisuju prvenstveno razgovornome stilu, one se mogu pojaviti i u drugim funkcionalnim jezičnim stilovima. Badurina i Matešić (2013) primjećuju njihovu svrhovitost i funkcionalnost u znanstvenome stilu, u kojemu mogu pridonijeti na barem tri načina: (1) dobivanjem govornika na vremenu da osmisli izričaj, (2) provjeri komunikacijske veze govornik – slušatelj(i), (3) ublažavanjem poruke kojom bi mogao nekoga povrijediti. Uporaba poštalice u novinarsko-publicističkom stilu nije se dosad proučavala. Silić i Pranjković (2007) tumače da je za ovaj stil karakterističan i stilski neobilježen (neutralan) i stilski obilježen, tj. emocionalno-ekspresivan način izražavanja, primjerice uporaba stilskih figura. Silić i Pranjković nadalje spominju da novinarsko-publicistički stil može imati više funkcija, među kojima su i informativna i zabavna, pa je ta raznolikost i dopuštenost različitih načina izražavanja vjerojatno posljedica upravo navedene poli-funkcionalnosti. Varošaneć-Škarić (1995) upozorava da je za stil u pojedinom novinarskom žanru važna strategija koju govornik provodi u ostvarivanju svojega komunikacijskog cilja, a neke od tih strategija su informiranje, uvjeravanje, argumentiranje, ali i zabavljanje (Marsh 1983, prema Varošaneć-Škarić 1995). U tom smislu možemo pretpostaviti da za ostvarivanje strategije zabavljanja govornici često pribjegavaju tzv. razgovornom stilu, kojeg Simeon (1969: 244) određuje kao *neusiljen, prirodan, familijaran stil*, „srednji stil” kakav se upotrebljava u običnom razgovornom jeziku, a služi za potrebe svakidašnjeg sporazumijevanja o tekućim životnim pitanjima. Analiza Horge i Požgaj Hadži (2012) pokazala je da je učestalost disfluentnosti znatno veća u neformalnome govornome stilu (govornici Prvog programa Radio Zagreba) nego u formalnome govornom stilu (govornici Studentskoga radija), i to 26 % prema 11,5 % vremena. Od toga na leksikalizirane poštalice u analiziranom uzorku otpada 9,78 % u neformalnome stilu, dok na ovu kategoriju u formalnome stilu otpada tek 2,7 %. U ovom radu analizirat će se poštalice u: (1) emisijama kojima je funkcija

prvenstveno raspraviti o određenim temama i uvjeriti publiku u određeno stajalište, dakle koje su ozbiljna sadržaja, zbog čega će biti označene kao „ozbiljne” emisije; (2) emisijama kojima je funkcija zabaviti i razonoditi gledatelje, te su u radu označene kao „zabavne” emisije.

1.4. Poštalice u muškaraca i žena

Učestalost uporabe leksikaliziranih poštalice s obzirom na spol govornika gotovo da se nije istraživala. Laserna i sur. (2014) uspoređivali su uporabu diskursnih oznaka (engl. *I mean, you know, like*) u odnosu na druge oblike zvučnih stanki, i otkrili da diskursne oznake češće upotrebljavaju žene nego muškarci, dok učestalost uporabe ostalih zvučnih stanki ne ovisi o spolu. Nešto više podataka s obzirom na spol postoji samo za disfluentnosti općenito. Tako je istraživanje Shriberg (1996) pokazalo da muškarci u razgovoru koriste više zvučnih stanki nego žene, što objašnjava potrebom muškaraca da održe riječ u konverzaciji. Ipak uporaba drugih oblika disfluentnosti po učestalosti ne razlikuje se između spolova. Gotovo identične rezultate dobili su Bortfeld i sur. (2001) – iako su muškarci u njihovu korpusu razgovornog jezika proizveli podjednaki broj riječi kao žene, imali su veći broj disfluentnosti, pogotovo zvučnih stanki. Također, kada su u dijalogu muškarci imali ulogu nadređenih, proizveli su veći broj disfluentnosti nego kada su imali ulogu podređenih. U žena uloga nadređene odnosno podređene nije utjecala na broj disfluentnosti u izričaju.

1.5. Istraživanja poštalice u hrvatskome jeziku

Vrlo je malo istraživanja obilježja i učestalosti poštalice u hrvatskome jeziku. Kovač i Horga (2010) istraživali su uporabu poštalice u studenata, a u analizu su uključili i nefonematizirane odsječke. Rezultati su pokazali da je upravo nefonematizirani odsječak *hm* najučestalija vrsta, a nakon njega slijede poštalice *ovaj* i *znači*. Analiza je dalje pokazala da se *znači* najčešće pojavljuje na početku izričaja, a funkcija mu je da govorniku omogući dodatno vrijeme za njegovo planiranje, dok se poštalice *ovaj* najčešće koristi unutar izričaja i sugovorniku sugerira da je došlo do poteškoća u izvedbi, zaključuju autori. Za izraz *hm* Kovač i Horga nisu pronašli nikakvu pravilnost u uporabi. Horga (1994) je uspoređivao fluentnost u govoru na radiju i televiziji te dobio značajne razlike. Također su se kao najučestaliji oblik disfluentnosti pokazali nefonematizirani odsječci u obama medijima, dok su poštalice bile učestalije na radiju nego televiziji. I u istraživanju Horge (1997) također nalazimo da su nefonematizirani odsječ-

ci kao oblik disfluentnosti mnogo učestaliji u odnosu na leksikalizirane poštapalice. Rezultati istraživanja Horge i Požgaj Hadži (2012), koji su uspoređivali disfluentnosti u formalnome i neformalnome stilu, navedeni su u poglavlju 1.3.

Iz svega navedenoga proizlazi da su poštapalice važan izvor informacija o više aspekata jezične djelatnosti – o sociolingvističkim obilježjima govornika, pragmatičkim odnosno komunikacijskim strategijama koje govornici koriste i konačno, daju nam uvid u planiranje i organizaciju izričaja tijekom govorne proizvodnje. U ovome će se radu detaljnije promotriti neki od spomenutih aspekata u proučavanju disfluentnosti, prije svega koliko broj i raspodjela poštapalica u izričaju ovise o govornome stilu u medijima. Rezultati će pomoći u boljem razumijevanju komunikacijskih strategija koje koriste govornici u različitim govornim stilovima. Nadalje, provjerit će se ovisi li broj poštapalica i njihova raspodjela u izričaju o spolu govornika, što će dati bolji uvid u planiranje govora i komunikacijske strategije muškaraca i žena u medijima. Konačno, analizirat će se sama obilježja poštapalica, i to s obzirom na položaj u izričaju, vrstu riječi i složenost izraza, što će pridonijeti boljem razumijevanju jezičnostrukturnih obilježja poštapalica.

2. Cilj istraživanja i hipoteze

Cilj ovoga rada bio je ispitati učestalost poštapalica u korpusu hrvatskoga medijskog govora s obzirom na govorni stil, položaj poštapalica u izričaju te spol govornika, kao i analizirati jezična obilježja poštapalica. S obzirom da najveći kognitivni napor govornik ulaže na početku izričaja u odnosu na druge položaje (Boomer 1965; Clark i Fox Tree, 2002; Clark i Wasow 1998), pretpostavilo se da će na tome položaju biti više poštapalica u odnosu na sredinu i kraj izričaja (hipoteza 1). Učestalost poštapalica u različitim govornim stilovima ispitana je u različitim žanrovima televizijskih emisija, preciznije, u emisijama zabavnog sadržaja (zabavne emisije) i ozbiljnog televizijskog sadržaja (ozbiljne emisije). S obzirom na različite strategije koje ova dva tipa emisija koriste (Marsh 1983, prema Varošaneć-Škarić 1995), pretpostavilo se da će govor u zabavnim emisijama biti bliži razgovornome stilu (Silić i Pranjković 2007) te će stoga u zabavnim emisijama biti i više poštapalica u odnosu na ozbiljne emisije (hipoteza 2), za koje je karakterističniji stil bliži standardnoj normi izražavanja. Na temelju prethodnih istraživanja (Bortfeld i sur. 2001; Shriberg 1996) zvučnih stanki s obzirom na spol, pretpostavilo se da će

muškarci češće koristiti poštalice nego žene, ali i da će muškarci i žene rabiti poštalice na drukčijim položajima u izričaju (hipoteza 3). Jezična analiza poštalice uključila je analizu prema vrsti riječi i strukturi izraza (jednočlani ili višečlani izrazi).

3. Metoda

3.1. Govorni korpus

Govorni korpus u ovome radu činile su snimke govornika u emisijama uživo na Hrvatskoj radioteleviziji (HTV-u), emitirane u razdoblju od studenoga 2018. do siječnja 2021. godine. Emisije su podijeljene u dvije skupine: (1) ozbiljnog i (2) zabavnog sadržaja. Od ozbiljnih emisija analizirane su *Nedjeljom u 2* i *Otvoreno*, a od zabavnih *U svom filmu* i *Kod nas doma*. Odbrane emisije simetrične su i s obzirom na odnos voditelja i gostiju: U *Nedjeljom u dva* i *U svom filmu* voditelj i gost su „jedan na jedan”, dok u *Otvorenom* i *Kod nas doma* voditelj obično ima više sugovornika. Analiziran je samo govor gostiju emisija, ne i voditelja. Ukupno je analizirana 41 minuta i 14 sekundi govora, tj. oko 1 minuta neprekinutoga spontanoga govora svakoga ispitanika. S obzirom da se kraj izričaja rijetko poklapa s točno jednom minutom govora, dozvoljeno je da govornik dovrši izričaj, a potom je snimka odrezana, no maksimalno 5 sekundi više u odnosu na ciljanu minutu. Kako se disfluentnosti općenito, pa tako i poštalice, najčešće manifestiraju u spontanome govoru, za koji je karakteristično istodobno planiranja govora i njegova izvedba, u obzir su uzete samo emisije u kojima govornici govore spontano.

3.2. Ispitanici

Analizirano je dakle 40 govornika koji su ujednačeni po spolu: 10 muškaraca i 10 žena u ozbiljnim i jednako toliko u zabavnim emisijama. Govornici su različitih profila i zanimanja: političari, profesori, pjevači, redatelji, glumci, poduzetnici, socijalni radnici i sl. S obzirom da se radilo o javnim osobama i/ili osobama koje obavljaju neke od javnih funkcija, mogla se provjeriti dob ispitanika, a bila je u rasponu 22–72 godine, iako se, koliko je to bilo moguće, dob nastojala ujednačiti, pa je omjer govornika mlađe, srednje i starije životne dobi približno ujednačen po emisijama. Tako je u ozbiljnim emisijama prosjek godina muških ispitanika iznosio 46,6, a ženskih 45,6.

3.3. Obrada i analiza rezultata

Svaki je jednominutni uzorak snimljen direktno na računalo, a zatim je obrađen u programu za akustičku analizu govora *Audacity*. Učinjena je transkripcija i analiza govornog uzorka.

Pod pojmom poštalica podrazumijevali su se samo leksikalizirani izrazi, što znači da nefonemazirane zvučne stanke, poput *hm* ili nefonemskog vokala nisu uzimane u obzir. Nadalje, da bi nešto bilo kategorizirano kao poštalica, trebalo je zadovoljiti uvjet da nema nikakve značenjske veze s ostatkom izričaja te da je sintaktički neovisan o ostatku rečenice – kriterij značenjske odnosno sintaktičke neovisnosti. Ipak, ukoliko se izraz dva ili više puta ponovio u izričaju smatrao se poštalicom, unatoč eventualnoj značenjskoj koherentnosti s ostatkom izričaja, kao u primjeru: *Ja sam XX, uvjetno rečeno, student iz Splita*, a zatim unutar istog diskursa: ... *uvjetno rečeno, pišem i neke priče*, gdje se izraz *uvjetno rečeno* ponovi više puta, iako taj izraz utječe na značenjsku interpretaciju izričaja. Ovaj kriterij prezasićenosti u tekstu odnosio se na prečestu uporabu izraza bilo da je rabi pojedinac, bilo da je u prečestoj kolektivnoj uporabi. U slučaju dvojbe treba li nešto smatrati poštalicom razmotrili su se i ostali kriteriji u određenju poštalica: fiziološko-psihološki, modalno-ekspresivni i estetski kriterij (Badurina i Matešić 2013).

Pod terminom *izričaj* pretpostavila se smisaono i prozodijski zaokružena govorna cjelina, odnosno *niz koji odgovara »cjelovitoj obavijesti« ili »globalnomu iskustvu«* (izričaj. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*). Drugim riječima, to je ono što Silić i Pranjković (2007: 278) nazivaju *iskazom*, praveći razliku između iskaza i rečenice, objašnjavajući da su ...*rečenice uopćene, potencijalne jedinice (...) isključene iz konteksta ili iz govorne situacije*, a iskaz je ... *stvarna komunikativna jedinica*. Također, tumače dalje Silić i Pranjković (2007: 278) rečenice imaju potpuno gramatičko ustrojstvo iz kojeg proizlazi njihovo značenje, dok ga iskaz ne mora imati, tj. on može biti primjerice čestica *Da*. Prema istim autorima rečenice imaju značenje, a iskazi smisao.

U istraživanju su mjerene sljedeće varijable: broj poštalica po govorniku u analiziranom govornom odsječku; (2) udio poštalica u ukupnom broju riječi; broj poštalica na početnom, središnjem i krajnjem položaju u riječi u muškaraca i žena te u zabavnim i ozbiljnim emisijama i ukupan broj poštalica u zabavnim i ozbiljnim emisijama te u muškaraca i žena.

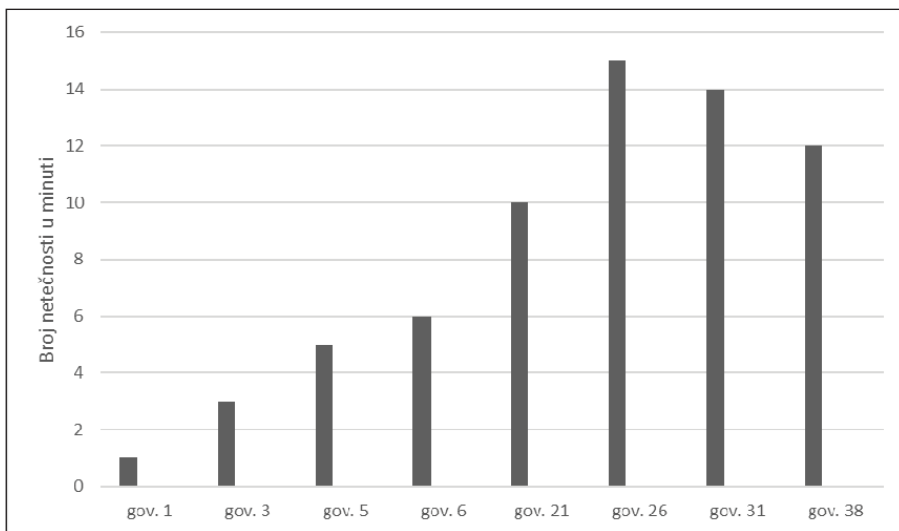
S obzirom da je mogućnost da se poštapalica pojavi na početku i kraju izričaja mnogo manja (samo jedna mogućnost u izričaju) nego u sredini izričaja, u izračun je uzet u obzir i broj poštapalica na nekom položaju s obzirom na mogućnosti da se u korpusu poštapalica pojavi na tom mjestu. Da bi se učestalost na nekom položaju u izričaju mogla uspoređivati, prikazan je broj poštapalica na 100 mogućnosti – tj. mogućih realizacija na koje je u nekom položaju poštapalica mogla doći. Primjerice, u izričaju od 12 riječi 1 se poštapalica nalazi na početku, 1 na kraju izričaja, o ostalih 10 u sredini izričaja. Ako je zabilježeno da se jedna poštapalica ostvarila u sredini izričaja, onda se ta realizacija podijelila s brojem mogućih mjesta u sredini na koje je mogla doći (dakle $1/10$), a rezultat se pomnožio sa 100.

Statistička je analiza učinjena u Excelu: prosječan broj poštapalica (\bar{X}), standardna devijacija (SD), minimalan broj poštapalica po govorniku (Min) i maksimalan broj (Max). S obzirom da distribucija podataka odstupa od normalne distribucije, za utvrđivanje značajnosti razlika u broju poštapalica između pojedinih varijabli koristio se hi-kvadrat test (χ^2).

4. Rezultati

4.1. Učestalost poštapalica u korpusu

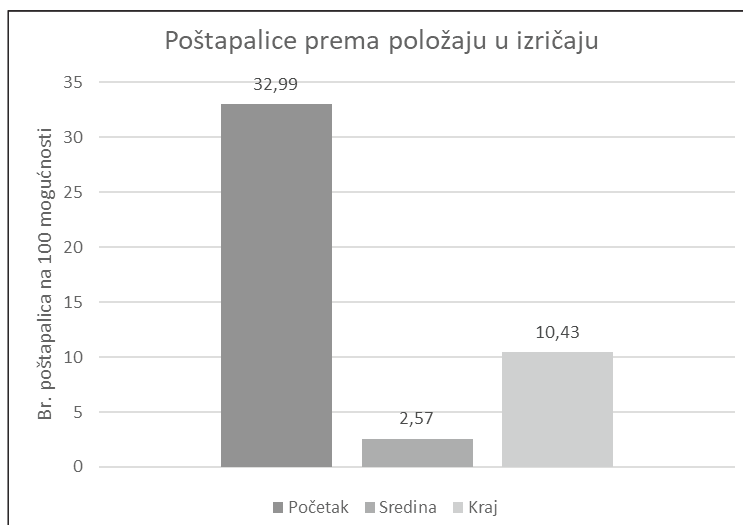
Govornici su u analiziranom vremenu (41 minuta i 14 sekundi) izgovorili ukupno 6614 riječi, od čega je 284 poštapalica. Ako se svaki član višečlane poštapalice broji kao jedna riječ, onda je broj riječi u službi poštapalice 353. Prema tome, udio poštapalica u čitavom korpusu je 5,3 %. Analiza je nadalje pokazala da je svaki govornik u jednoj minuti govora prosječno izgovorio 7,1 poštapalice (SD = 4,92), odnosno da se u spontanome govoru u medijima ova vrsta disfluentnosti prosječno pojavljivala svaku 8,1 sekundu (SD = 4,33). Kao što su i prethodna istraživanja pokazala (Bortfeld i sur. 2001, Clark i Fox Tree 2002, Goldman-Eisler 1968, Shriberg 2001) i u ovome govornom uzorku zabilježene su velike razlike u učestalosti poštapalica između pojedinih govornika. Tako se raspon kreće od 1 poštapalice do 26 poštapalica u minuti. Slika 1 prikazuje broj poštapalica u minuti kod 8 nasumično odabranih govornika – 4 u emisijama ozbiljnog (govornici 1, 3, 5. i 6), a 4 u emisijama zabavnog sadržaja (govornici 21, 26, 31. i 38).



Slika 1. Broj poštapalica u minuti 8 nasumično odabranih govornika (gov.):
4 u zabavnim i 4 u ozbiljnim emisijama

4.2. Poštapalice prema položaju u izričaju

U analizi položaja poštapalica u izričaju u obzir su uzeta tri mjesta: (1) na početku izričaja – ako je poštapalica prvi izraz u izričaju, (2) na kraju izričaja – ako je poštapalica zadnji izraz u izričaju, te (3) sredina izričaja – ako je poštapalica negdje između početnog i završnog položaja u izričaju. Ukupno je na početku izričaja izgovoreno 98, u sredini 155, a na kraju 31 poštapalica. Ipak, kako je vjerojatnost da će se u središnjem položaju u izričaju dogoditi disfluentnost, u ovom slučaju poštapalica, mnogo veća nego na početku i kraju izričaja, u izračun je uzet u obzir broj poštapalica na 100 mogućnosti – tj. mogućih realizacija na koje je u nekom položaju poštapalica mogla doći (vidi Poglavlje 3.3). Na Slici 2 prikazana je učestalost poštapalica na različitim položajima u izričaju na sto mogućnosti.

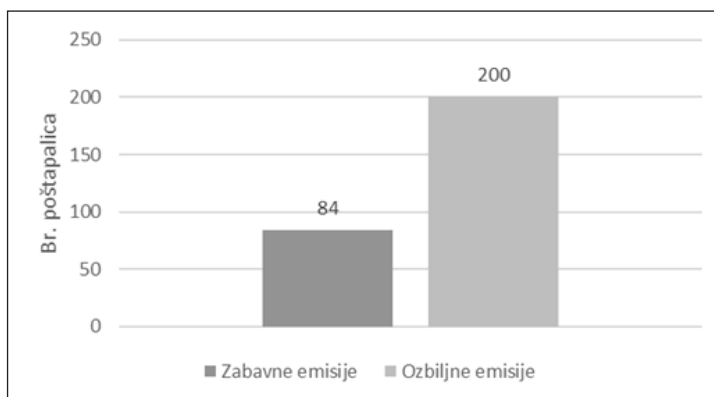


Slika 2. Broj poštapalica na 100 mogućnosti na koje su u izričaju mogle doći

Iz slike je vidljivo da je najveći broj poštapalica na 100 mogućnosti ostvaren na početnom položaju u izričaju, zatim na završnom položaju te da je najmanji broj poštapalica ostvaren u središnjim položajima u izričaju, a ova je razlika i statistički značajna ($\chi^2 = 621,81$; $df = 2$; $p = 0,00$). Time je potvrđena hipoteza 1, prema kojoj će više poštapalica biti na početku izričaja.

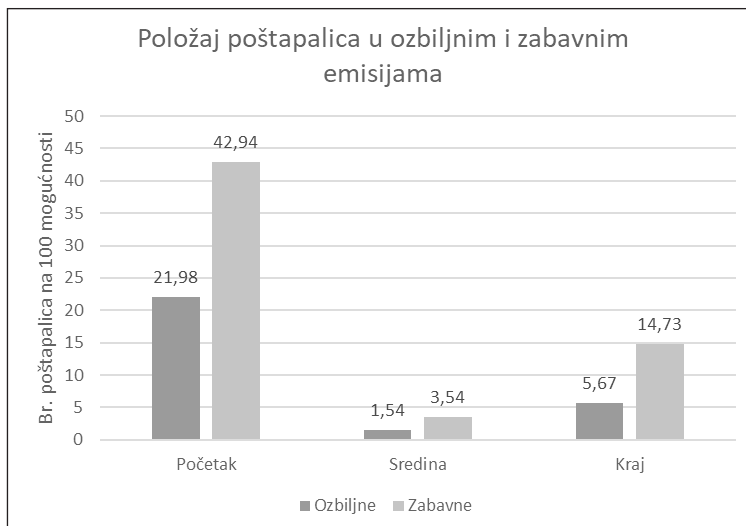
4.3. Poštapalice u ozbiljnim i zabavnim emisijama

U zabavnim emisijama realizirane su 84 poštapalice ($\bar{X} = 4,2$, $SD = 1,63$; $Min = 1$, $Max = 7$), što je 70,5 % od broja svih ostvarenih poštapalica u korpusu. U emisijama ozbiljna karaktera realizirano je 200 poštapalica ($\bar{X} = 10$, $SD = 5,38$; $Min = 12$, $Max = 26$), što čini 29,5 % od broja svih ostvarenih poštapalica u korpusu (v. Sliku 3). Razlika u broju poštapalica u ovim dvama tipovima emisija je statistički značajna ($\chi^2 = 47,38$; $df = 1$; $p = 0,00$). Prema tome, potvrđena je i hipoteza 2 ovog istraživanja.



Slika 3. Broj poštapalica u ozbiljnim i zabavnim emisijama

I u ozbiljnim (O) i zabavnim (Z) emisijama najviše je poštapalica, u odnosu na mogućnosti na koje su u nekome položaju mogle doći, ostvareno na početnom položaju u izričaju, zatim na kraju, a najmanje ih je ostvareno u sredini, što prikazuje i Slika 4. Razlika u uporabi poštapalica s obzirom na mjesto izričaja i u ozbiljnim i zabavnim emisijama pokazala se statistički značajnom (O: $\chi^2 = 198,89$; $df = 2$; $p = 0,00$; Z: $\chi^2 = 424,039$; $df = 2$; $p = 0,00$).

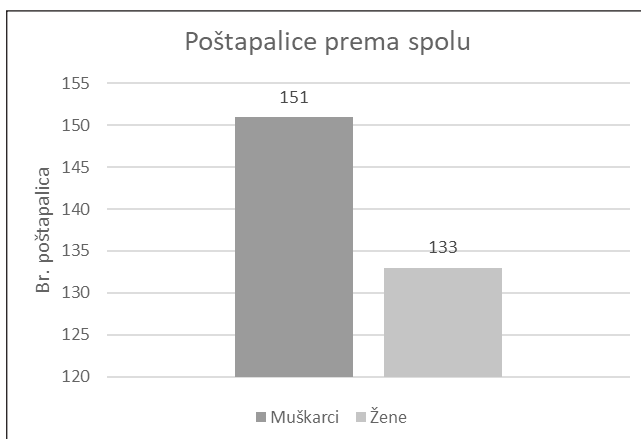


Slika 4. Broj poštapalica na različitom položaju u izričaju u ozbiljnim i zabavnim emisijama

Broj poštapalica veći je u zabavnim nego u ozbiljnim emisijama na svim trima položajima u izričaju, a razlika je statistički značajna (Početak: $\chi^2 = 13,224$; $df = 1$; $p = 0,00$; Sredina: $\chi^2 = 27,258$; $df = 1$; $p = 0,00$; Kraj: $\chi^2 = 7,258$; $df = 1$; $p = 0,00$).

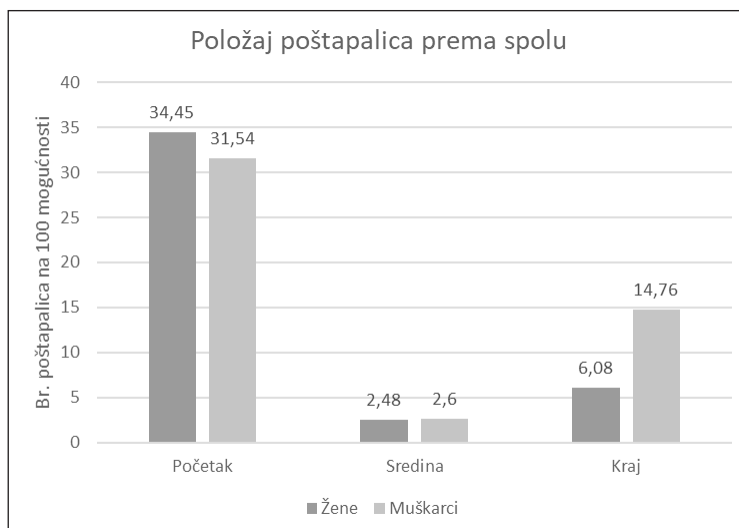
4.4. Poštalice s obzirom na spol govornika

Muškarci su ukupno izgovorili 151 poštalicu ($\bar{X} = 7,55$; $SD = 5,91$; $Min = 1$; $Max = 26$), što je 53,16 % svih poštalice u korpusu, dok su žene izgovorile ukupno 133 poštalice ($\bar{X} = 6,65$, $SD = 3,62$; $Min = 2$; $Max = 14$), što čini 46,8 % svih poštalice u korpusu (v. Sliku 5). Ipak, razlika u broju izgovorenih poštalice između muškaraca i žena nije se pokazala statistički značajnom ($\chi^2 = 1,14$; $df = 1$; $p = 0,28$).



Slika 5. Broj poštalice u muških i ženskih govornika

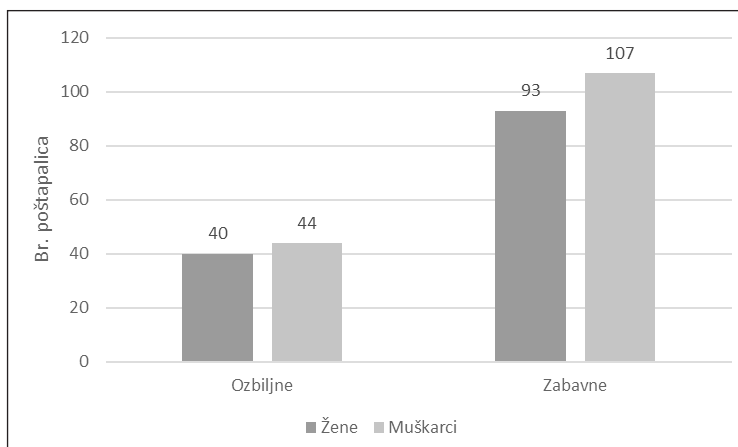
I muškarci i žene najviše su poštalice na mogućnosti na koje su u nekome položaju mogle doći ostvarili na početnom položaju u izričaju, zatim na kraju, a najmanje ih je ostvareno u sredini, što prikazuje i Slika 6. Razlika u uporabi poštalice s obzirom na mjesto u izričaju za oba spola pokazala se statistički značajnom (Ž: $\chi^2 = 358,041$; $df = 2$; $p = 0,00$; M: $\chi^2 = 282,795$; $df = 2$; $p = 0,00$).



Slika 6. Broj poštapalica na različitom položaju u izričaju u muških i ženskih govornika

Analiza je pokazala da muškarci i žene ostvaruju podjednak broj poštapalica na početnom položaju i u sredini izričaja (Početak: $\chi^2 = 0,163$; $df = 1$; $p = 0,68$; Sredina: $\chi^2 = 0,523$; $df = 1$; $p = 0,46$, no muškarci nešto više poštapalica ostvaruju na kraju izričaja nego žene, a razlika je statistički značajna na razini $p < 0,05$ (Kraj: $\chi^2 = 5,45$; $df = 1$; $p = 0,02$). Iz navedenog možemo zaključiti da je hipoteza 3 tek djelomično potvrđena, odnosno da se muškarci i žene ne razlikuju u ukupnom broju poštapalica, ali se razlikuju u strukturiranju poštapalica unutar izričaja, tj. u broju poštapalica na različitim položajima u izričaju.

I muškarci i žene više su poštapalica upotrebljavali u zabavnim emisijama (Ž: 69,9 %; M: 70 %) nego u ozbiljnim (Ž: 30 %; M: 30 %), a razlika je u uporabi poštapalica za obje skupine bila statistički značajna (Ž: $\chi^2 = 21$; $df = 1$; $p = 0,00$; M: $\chi^2 = 26,28$; $df = 1$; $p = 0,00$). Broj poštapalica u ozbiljnim i zabavnim emisijama za muškarce i žene prikazana je na Slici 7.



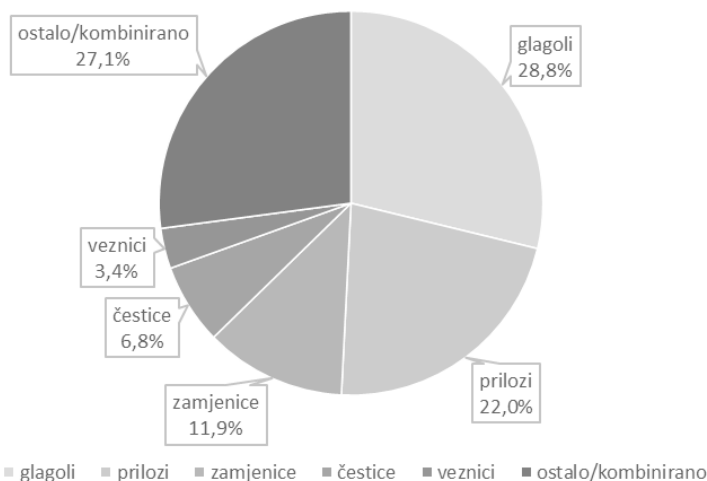
Slika 7. Broj poštalice muških i ženskih govornika u ozbiljnim i zabavnim emisijama

I muškarci i žene koristili su podjednak broj poštalice u ozbiljnim i zabavnim emisijama (O: $\chi^2 = 0,19$; $df = 1$; $p = 0,66$; Z: $\chi^2 = 0,98$; $df = 1$; $p = 0,32$).

4.5. Jezična analiza poštapalica

4.5.1. Poštapalice prema vrsti riječi

U analiziranom je korpusu zabilježeno 59 izraza u služni poštapalica. Neki od njih bili su jednočlani izrazi, npr. *ovako*, *znači* i *dr.*, a neki i višečlani izrazi, obično ustaljene fraze i kolokacije, primjerice *ajmo to tako kazat'*, *hvala bogu*, *u biti* i *dr.* Tih se 59 izraza kategoriziralo prema glavnim vrstama riječi, ako se radilo o jednočlanim poštapalicama, a višečlane poštapalice kategorizirale su se u zasebnu kategoriju „kombinirane vrste riječi”. Slika 8 prikazuje udio poštapalica u korpusu prema vrsti riječi.

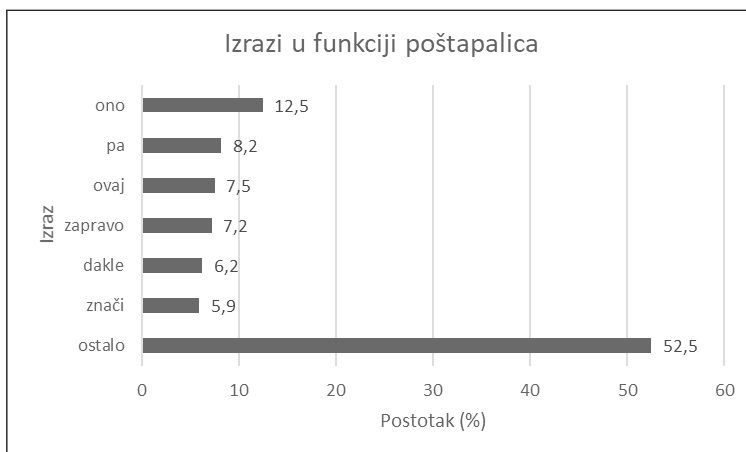


Slika 8. Udio poštapalica prema vrsti riječi u analiziranom korpusu

Iz prikazanog vidimo da su prema vrsti riječi poštapalice najčešće glagoli, potom prilozi, zamjenice, čestice te veznici. Ostale i kombinirane vrste riječi rjeđe su u korpusu.

4.5.2. Najčešći izrazi u službi poštapalica

Najčešći izrazi koji su se u korpusu pojavili u službi poštapalica prikazani su na Slici 9.



Slika 9. Udio pojedinih izraza u funkciji poštapalica u ukupnom ostvaraju poštapalica

Najčešće je u korpusu upotrijebljena poštapalica *ono* (npr. govornik 27: *Znaš **ono**, vidi se da sam, **ono**, u počecima, ali mi je simpatično i super tako da, **ono**, nekako s nekom, **ono**, gledaš to s nekom, **ono**, sitnom sjetom, fora je)* zatim *pa* (primjerice govornik 22: ***Pa**, dosta nas je izravnih i to me veseli. **Pa**, ima, ima svugdje*), slijedi poštapalica *ovaj* (npr. govornik 32: *Najsimpatičnije mi je kad kažu da, **ovaj**, pjesma podsjeća na one neke moje stare hitove što me neizmjerljivo veseli jer je to moj glazbeni kod*), potom poštapalica *zapravo* (npr. govornik 38: *Htjela sam reći da je, **zapravo**, zbog tih društvenih mreža i svega toga "lako ćemo", jel, nestalo romantike, **zapravo***). Slijede poštapalice *dakle* (primjerice govornik 20: ***Dakle** nema govora o tome i to je nešto što je nedopustivo, da osnivač obiteljskog doma, **dakle** predstavnik tog obiteljskog doma...*) te *znači* (npr. govornik. 5: *To je zbog toga što je MedILS privatna institucija, **znači** država nema baš nikakvih prstiju unutra, **znači** tamo se radi slobodna znanost, mi odlučujemo koga ćemo zaposliti, koga nećemo*). Poštapalice se vrlo često kombiniraju jedna s drugom, a u korpusu su više puta zabilježene sljedeće kombinacije: *ovako znači, ajmo reći, je li, nekako mi se čini*.

Na početku izričaja najčešće se upotrebljavaju poštapalice *pa*, *dakle*, *znači* te *evo*, kao u sljedećem primjeru: *Pa.. dosta nas je izravnih i to me veseli. Evo... jedan kraj mene sjedi. (...) Pa, dosta. Evo... ja i sjedim u vašoj emisiji zato što imam veliku želju da mu uspije karijera.* U sredini izričaja najčešće su poštapalice *ovaj*, *ono* i *zapravo*, dok je na kraju izričaja u većini slučajeva kao poštapalica upotrijebljen krnji oblik skupa *je li*, odnosno *jel'*, kao i čestica *ne*, primjerice: *To je dosta zamršeno, ne. I onda, zapravo, određenim postupcima tu se upetljalo i Ministarstvo uprave, ministar Malenica, koji su Milanu Bandiću dozvolili da bude stranka u postupku i mi smo, zapravo, sad na sudu, ne.* Pritom se neke poštapalice zabilježene isključivo na istom položaju u izričaju, dok su druge zabilježene na različitim položajima. Tako se sve pojavnice poštapalice *pa* isključivo pojavljuju na početku izričaja, a poštapalice *ovaj* isključivo u sredini. S druge strane, poštapalica *zapravo* našla se gotovo podjednako na početku i u sredini izričaja, dok je na njegovu kraju ostvarena u samo 9 % slučajeva.

Primijećeno je i da se u ozbiljnim i zabavnim emisijama upotrebljavaju različiti izrazi u službi poštapalica. Tako su u ozbiljnim emisijama govornici ostvarivali pretežno tzv. „kolektivne” poštapalice, tj. izraza koje većina govornika hrvatskoga jezika najčešće rabi i prepoznaje u službi poštapalica (pod uvjetom da je zadovoljen kriterij prekomjerne uporabe ili značenjske nepovezanosti s ostatkom izričaja), a to su primjerice: *pa*, *znači*, *zapravo*, *ovaj*, *dakle* i dr. Tako kolektivne poštapalice čine 99% svih poštapalica u ozbiljnim emisijama. U zabavnim emisijama govornici također koriste kolektivne poštapalice (u 90% slučajeva), ali u odnosu na ozbiljne emisije i više tzv. „individualnih” poštapalica, tj. izraza koje u službi poštapalica rabi pojedinac, te ih većina govornika hrvatskoga jezika ne rabi u tu svrhu, a kao poštapalice prepoznaje ih prvenstveno prema kriteriju prekomjerne uporabe u pojedinom diskursu. Primjer takve individualne poštapalice je izraz *da se mi razumijemo* koju je isti govornik u jednom minutnom govoru ostvario više puta: *Da se mi razumijemo, vi kad imate zaposlene ljude, vi imate odgovornost prema njima. (...) Sada, naravno, u retrospektivi, to se pokazalo kao relativno pametna odluka, ali nije meni to tad baš bilo svejedno, da se mi razumijemo; ili pa znaš šta, u primjeru: Pa znaš šta, ovoga, ja nisam imala, ne dolazim iz te ere ploča i onda mi je nekako bila želja. Ipak je to, znaš ono (...) Pa znaš šta, ja stvarno mogu, ono, plovit' u raznim stilovima.*

U korpusu nije primijećena razlika u uporabi pojedinih poštapalica između muškaraca i žena, tj. sve su zabilježene oblike poštapalica u podjednakoj mjeri upotrebljavali muškarci i žene, a razlika među spolovima nije zamijećena ni u uporabi poštapalica s obzirom na vrstu riječi kojoj pripadaju.

5. Rasprava

Cilj ovog istraživanja bio je prikazati raspodjelu, učestalost i jezična obilježja poštapalica muških i ženskih ispitanika u sadržajem i stilom različitim emisijama javne televizije, tj. zabavnim i ozbiljnim emisijama. S obzirom na različite komunikacijske strategije ovih dvaju vrsta emisija, moglo se očekivati da će se razlikovati i govorno-jezični stil u njima. U zabavnim emisijama očekuje se ležerniji govorni stil, manje formalan, u kojima govornik manje teži približiti se normi hrvatskoga standardnog jezika. Štoviše, u zabavljачkoj komunikacijskoj strategiji namjera govornika može biti predstaviti se opuštenim, neopterećenim normama i formalnostima, a jedan od načina da to postigne upravo je odmak od standardom propisanih oblika izražavanja. Drugim riječima, govornik govorno-jezičnim sredstvima, u koja spadaju i poštapalice, također odašilje poruku o svome karakteru, svjetonazoru, životnom stilu i slično. U tom smislu uporaba određenih izraza u službi poštapalica može se od strane govornika, ali i jednog dijela slušatelja, doživjeti kao nešto pozitivno, odnosno može doprinijeti identifikaciji govornika kao pripadnika određene društvene skupine. Već sam karakter ozbiljnih emisija nameće govorniku formalniji stil, bliži standardu, jer namjera je upravo suprotna u odnosu na zabavne emisije – govornika se treba shvatiti ozbiljno, on želi uvjeriti slušatelja u svoje stavove, a da bi u tome uspio, treba se prikazati obrazovan, stručan, upućen u problematiku o kojoj govori. Navedene karakteristike govornika velikim se dijelom signaliziraju i dobrim poznavanjem standardnog komunikacijskog koda, dakle poštivanjem normi standardnoga hrvatskoga jezika. Stoga će govornik u ozbiljnim dijaloškim emisijama nastojati izbjegavati poštapalice, koje većina govornih i jezičnih priručnika hrvatskoga jezika (npr. Anić 2003; Simeon 1969; Škarić 2000) svrstava u nepoželjne izraze, koji ne pripadaju uglađenom i prestižnom govornome stilu. Pa iako možemo pretpostaviti da će stupanj pripremljenosti razgovora na zadanu temu biti viši u ozbiljnim nego u zabavnim emisijama, u obama se slučajevima radilo o spontanome govoru, koji nikada nije lišen disfluentnosti, a time ni poštapalica. Rezultati ovog istraživanja pokazuju da je ukupan broj poštapalica znatno veći u zabavnim nego u ozbiljnim emisijama, i to neovisno o spolu, čime idu u prilog gore navedenim pretpostavkama o obilježjima govorno-jezičnih stilova dvaju tipova promatranih emisija, a ovim je rezultatom potvrđena i hipoteza 2 u ovome istraživanju. Osim toga, analizirane emisije razlikuju se ne samo po broju, nego i vrsti upotrijebljenih poštapalica. U zabavnim emisijama koristile su se češće tzv. individualizirane poštapalice

u odnosu na ozbiljne emisije, tipične za pojedinca ili za manju društvenu skupinu, što ide u prilog tezi da se u zabavljačkoj strategiji govornik želi predstaviti ležernim i opuštenim, ali i da želi snažnije izraziti vlastitu osobnost ili pripadnost društvenoj skupini s kojom se identificira. U ozbiljnim emisijama individualizirane poštapalice gotovo da se i nisu koristile, odnosno prevladale su kolektivne poštapalice, tj. one koje većina govornika prepoznaje kao takve, a to možemo objasniti namjerom govornika da izbjegne očitovanje vlastite osobnosti, a usmjeri se na sadržaj svoje poruke, tj. argumente kojima raspolaže. Zanimljivo je da najčešće poštapalice izrečene u ozbiljnim emisijama jesu *znači, zapravo, dakle*, a sve su to izrazi koje Škarić (2000) prepoznaje kao modalne izraze, odnosno *kratke, stereotipne komentare ... o svom govoru* (Škarić 2000: 81). Podsjetimo da smo se u definiranju poštapalica u ovome radu vodili i kriterijem prezasićenosti, prema kojemu su i izrazi, poput modalnih izraza, koji i jesu značenjski povezani s ostatkom izričaja, bili označeni kao poštapalice ako ih je isti govornik pretjerano koristio. Škarić (2000) objašnjava da uporabom modalnih izraza govornik dobiva na eleganciji i glatkoći, no da njihovom uporabom može prikriti i poteškoće u govornom procesiranju, a da pritom ne izgubi na dojmu upućenosti u temu, glatkoće, sigurnosti, koji obilježava dobra govornika. Ipak, vrlo se lako iz ciljane uporabe modalnih izraza prijeđe u njihovu krajnost, pretjeranu uporabu, čime ovi izrazi postaju poštapalice te gube na eleganciji i izražajnoj lakoći.

Udio poštapalica u korpusu iznosio je 5,3 %, što je očekivani rezultat s obzirom na druga slična istraživanja poštapalica i disfluentnosti (npr. Fox Tree 1995). Na temelju takva rezultata možemo zaključiti da govornici uključeni u analizu odgovaraju tipičnom govornom profilu, bez značajnijih odstupanja u govorno-jezičnom procesiranju. Ipak, treba podsjetiti da je varijabilnost u broju poštapalica bila velika, od jedne do čak dvadeset i šest poštapalica u minuti, no velike individualne razlike među govornicima zabilježene su i u većini drugih istraživanja govornih parametara i disfluentnosti (Bortfeld i sur. 2001; Clark i Fox Tree 2002; Goldman-Eisler 1968; Shriberg 2001). Ono što ostaje za provjeriti u sljedećim istraživanjima je odnos poštapalica prema drugim vrstama disfluentnosti, iz kojeg bi se moglo otkriti rabe li govornici individualne strategije suočavanja sa zastojem u govornom procesiranju, pa će nekima to biti poštapalice, drugima zvučne stanke, trećima bezvučne stanke i sl.

Rezultati analize pokazali su da su poštapalice, na isti broj mogućnosti da se nađu na nekom položaju (u ovom je istraživanju to bilo 100 mogućno-

sti), češće na početnom položaju u izričaju u odnosu na sredinu i kraj, čime je potvrđena i hipoteza 1. Takav je rezultat u skladu s nekim prethodnim istraživanjima koja pokazuju da se disfluentnosti općenito češće nalaze na početku izričaja u odnosu na druge položaje u izričaju. U tome smislu čini se uvjerljivo objašnjenje Clark i Fox Tree (2002) da disfluentnosti, pa tako i poštalice, u tome položaju imaju ulogu „kupovanja vremena” za osmišljavanje izričaja, odnosno da je to mjesto jačeg kognitivnog opterećenja. Kasnije, nakon što je izričaj u tome položaju formiran, proizvodnja govora teče glatkije, iako i u kasnijim fazama realizacije izričaja govornik neprestano provjerava izrečeno i po potrebi se korigira. Stoga bismo disfluentnosti u kasnijim položajima, prije svega u sredini, mogli tumačiti upravo kao manifestaciju samoprovjere dotad izrečenog, ali i eventualne reorganizacije prethodno osmišljenog izričaja. Zanimljivo je da je broj poštalice na kraju veći nego u sredini. Ovdje treba podsjetiti na neka tumačenja (Bortfeld i sur. 2001; Fox Tree 2001; Fox Tree i Schrock 1999) prema kojima poštalice nemaju samo uređivačku ulogu u izričaju, nego i sociolingvističku, odnosno pragmatičku. Tako bi se poštalicama na kraju izričaja mogla pripisati fatička uloga, kojom žele provjeriti komunikacijsku vezu sa slušateljem, primjerice, poštalicom *jel'* i njezinom inačicom *je li*. No poštalice na kraju mogu signalizirati i želju govornika da nastavi s govorenjem, odnosno da još nije spreman predati riječ sugovorniku.

Kada uspoređujemo poštalice u muških i ženskih govornika, hipoteza 3 tek je djelomično potvrđena. Naime vidimo da su muškarci i žene koristili podjednak broj poštalice i u ozbiljnim i zabavnim emisijama. To navodi na zaključak da su poštalice univerzalna govorna manifestacija bez obzira na spol, a u daljnjim analizama bilo bi zanimljivo usporediti koriste li neke izraze u službi poštalice češće žene, a neke druge izraze muškarci. Ono što se jest razlikovalo između spolova je broj poštalice na kraju izričaja, koji je značajno veći u muškaraca u odnosu na žene. U skladu s prethodnim tumačenjima, iz takvog bi se rezultata dalo zaključiti da su muškarci skloniji poštalicama provjeravati komunikacijski odnos sa slušateljima u odnosu na žene, ili, u skladu s tumačenjem koje je ponudila Shriberg (1996), a čija je analiza pokazala da muškarci koriste više zvučnih stanki nego žene, muškarci će, u ovom slučaju poštalicama, češće iskazati potrebu da zadrže riječ u komunikaciji, koja se najuspješnije signalizira na kraju izričaja.

S obzirom da se različite poštalice različitom učestalošću koriste na različitim položajima u izričaju, to ide u prilog tvrdnji (Fox Tree 2002) da, iako su značenjski nepovezane s ostatkom izričaja, poštalice ipak imaju

specifično značenje u svijesti govornika, koje može biti neovisno od značenja izvorne riječi od koje je potekla. Na početku izričaja najčešće su se upotrebljavale poštapalice *pa* i *evo* – kojima bi u ovome kontekstu mogli pripisati funkciju uspostave komunikacije, signala da govornik preuzima riječ. U središnjoj poziciji najčešći su izrazi *ovaj*, *ono* i *zapravo*, a njihovo bi značenje u ovome kontekstu bilo ukazivanje na poteškoću u procesiranju govora, slično funkciji koju u engleskome ima izraz *uh* (Clark i Fox Tree 2002). Ipak, razumijevanje navedenih izraza u funkciji poštapalica u svijesti govornika hrvatskoga jezika trebalo bi ispitati prilagođenim testnim materijalom i postupcima. Moguća funkcija najčešćih poštapalica na posljednjem mjestu u izričaju, *jel'*, *je li* i *ne* u ovome kontekstu već je opisana.

Prema vrsti riječi u analiziranom korpusu poštapalice su najčešće glagoli, a zatim prilozi i zamjenice. Upravo su to vrste riječi koje Škarić (2000) navodi i kao modalne izraze, a njihove funkcija je izraziti odnos prema rečenom, sugovorniku ili njima govornik izražava sebe samog, tj. svoje stanje, emocije, eventualne poteškoće. Glagolima se tako najlakše poziva sugovornika na akciju, primjerice izrazima *čujte*, *gledajte*, *shvaćate*, prilozi po definiciji dopunjuju značenje glagola ili pridjeva, primjerice *inače*, *zapravo*, a zamjenice zamjenjuju druge riječi, primjerice *ono*, *ovaj*. Kada takvi izrazi prijeđu u prečestu uporabu u govoru pojedinca ili zajednice, a pritom najčešće nemaju semantičko opravdanje biti na odabranome mjestu u izričaju, postaju poštapalice, kao što je primijetio i Škarić (2000). Stoga nije neobično da poštapalice često imaju oblik ustaljenih fraza i kolokacija, primjerice *u biti* koje također izvorno imaju funkciju modalnih izraza.

Konačno, unatoč činjenici da se poštapalice u većini priručnika definiraju kao nešto suvišno, nepotrebno u govoru, kao izrazi koji narušavaju jezičnu glatkoću i eleganciju, poštapalice je u javnom spontanom govoru, bez obzira na vrstu emisije i komunikacijsku strategiju govornika, nemoguće izbjeći, a razlog tome je, barem djelomično, i činjenica da govornik u trenutku izricanja zamisli koju želi prenijeti istodobno planira govor i provjerava dotad izrečeno. Stoga poštapalice služe kao sredstvo prikriivanja ovih složenih istodobnih procesa u okviru govorne proizvodnje.

Ovo istraživanje obuhvatilo je 20 muškaraca i 20 žena, raspoređenih prema vrsti emisije. Iako su to bili javni govornici, prema tome navikli na govorne uvjete u medijima, nije bilo moguće uvijek kontrolirati neke druge varijable koje su mogle utjecati na rezultat. Stoga bi ulogu i učestalost poštapalica dalje valjalo provjeriti u nekim drugim eksperimentalno kontroliranim uvjetima, a svakako bi bilo zanimljivo vidjeti razlikuju li se

govornici u uporabi poštapalica s obzirom na određene društvene karakteristike, primjerice dob, socioekonomski status, obrazovanje, regiju i sl. U svakom slučaju, poštapalice su zanimljiv, u spontanome govoru neizbježan fenomen, iako, posebice u govornu na hrvatskome jeziku, još nedovoljno istražen.

6. Zaključak

Analiza govora u korpusu govornika i govornica u zabavnim i ozbiljnim emisijama pokazala je da poštapalice jednakom učestalošću koriste oba spola te su prisutne u obama tipovima emisijama. To pokazuje da je poštapalice, unatoč njihovu negativnom vrednovanju u većini jezičnih priručnika, u spontanom govoru vrlo teško izbjeći, te ih se treba promatrati kao jednu od primjetnih manifestacija procesa govorne proizvodnje, a njihova bi uloga u tom smislu bila uređivačka. Takvoj funkciji poštapalica pridonose i rezultati ovog istraživanja koji pokazuju da su poštapalice najčešće na početku izričaja u odnosu na sredinu i kraj. Ipak, učestalost upotrebe poštapalica ovisi o stilu odnosno komunikacijskoj strategiji emisije. U ozbiljnim emisijama poštapalice se rjeđe koriste nego u zabavnim, moguće zbog toga što se u ozbiljnim emisijama govornik prvenstveno usmjerava na poruku koju želi prenijeti, a u zabavnim na ekspresiju vlastite osobnosti. U tome smislu u ozbiljnim emisijama govornik nastoji približiti se govornoj normi koja ne dopušta poštapalice. U zabavnim emisijama, naprotiv, govornik ne želi uvjeriti, nego zabaviti i predstaviti se opuštenim, lišenim stege standardnog, formalnog govornog stila, a poštapalice, pogotovo individualne, jedan su od načina kako to čini. Osim uloge u psiholingvističkom procesiranju, prepoznate su i neke druge funkcije poštapalica, a to su sociolingvistička funkcija, ali i pragmatička, primjerice njihova fatička uloga na kraju izričaja. Iako se ukupna učestalost poštapalica ne razlikuje prema spolu, muškarci ipak češće nego žene koriste poštapalice na kraju izričaja. Prema vrstama riječi poštapalice mogu pripadati većini kategorija, no najčešće su to glagoli, prilozi pa zamjenice. Iako gotovo svaki izraz može postati poštapalica, ipak se prepoznaju neke kolektivne poštapalice, zajedničke govornicima nekog govornog područja, a u hrvatskome jeziku to su najčešće izrazi *ono*, *pa*, *ovaj*, *zapravo*, *dakle* i *znači*. Ipak, treba istaknuti da su individualne razlike u uporabi između govornika značajne, te da to treba uzeti u obzir kod svake interpretacije raspodjele poštapalica u izričaju i njihove učestalosti u korpusu, kao i drugih disfluentnosti u govoru.

Literatura

- Anić, Vladimir (2003) *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*, Novi Liber, Zagreb.
- Badurina, Lada; Matešić, Mihaela (2013) „Poštalice pod povećalom: o jednoj posebnoj vrsti diskursnih oznaka”, *Zbornik radova. Tuzla. Grad na zrnu soli*, ur. Amira Turbić– Hadžagić, Tuzla, JU Zavod za zaštitu i korištenje kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa Tuzlanskog kantona, str. 9–24.
- Barić, Eugenija; Lončarić, Mijo; Malić, Dragica; Pavešić, Slavko; Peti, Mirko; Zečević, Vesna; Znika, Marija (1995) *Hrvatska gramatika*, Školska knjiga, Zagreb.
- Boomer, Donald S. (1965) „Hesitation and grammatical encoding”, *Language and Speech*, 8, 3, str. 148–58.
- Bortfeld, Heather; Leon, Silvia D; Bloom, Jonathan E; Schober, Michael F; Brennan, Susan E. (2001) „Disfluency Rates in Conversation: Effects of Age, Relationship, Topic, Role, and Gender”, *Language and Speech*, 44, 2, str. 123–147.
- Butterworth, Brian (1979) „Hesitation and the production of verbal paraphasias and neologisms in jargon aphasia”, *Brain and Language*, 8, 2, str. 133–161.
- Clark, Herbert H; Fox Tree, Jean (2002) „Using *uh* and *um* in spontaneous speaking”, *Cognition*, 84, 1, str. 73–111.
- Clark, Herbert H; Wasow, Thomas (1998) „Repeating Words in Spontaneous Speech”, *Cognitive Psychology*, 37, 3, str. 201–242.
- Corley, Martin; Stewart Oliver W. (2007) „Hesitation disfluencies in spontaneous speech: The meaning of *um*”, *Language & Linguistics compass*, 2, 4, str. 589–602.
- Fox Tree, Jean E. (1995) „The effects of false starts and repetitions on the processing of subsequent words in spontaneous speech”, *Journal of Memory and Language*, 34, 6, 709–738.
- Fox Tree, Jean E. (2001) „Listeners’ uses of *um* and *uh* in speech comprehension”, *Memory & Cognition*, 29, 2, str. 320–326.
- Fox Tree, Jean E. (2002) „Interpreting pauses and ums at turn exchanges”, *Discourse processes*, 34, 1, str. 37–55.
- Fox Tree, Jean E. (2007) „Folk notions of *um* and *uh*, *you know*, and *like*”, *Text & Talk*, 27, 3, str. 297–314.

- Fox Tree, Jean E; Schrock, Josef C. (1999) „Discourse Markers in Spontaneous Speech: Oh What a Difference an *Oh* Makes”, *Journal of Memory and Language*, 40, 2, str. 280–295.
- Fox Tree, Jean E; Schrock, Josef C. (2002) „Basic meanings of *you know* and *I mean*” *Journal of Pragmatics*, 34, 6, str. 727–747.
- Fromkin, Victoria A. (1971) „The non-anomalous nature of anomalous utterances”, *Language*, 47, 1, str. 27–52.
- Garrett, Merrill F. (1989) „Processes in language production”, *Linguistics: The Cambridge survey*, 3, str. 69–96.
- Goldman-Eisler, Frida (1968) *Psycholinguistics; experiments in spontaneous speech*, Academic Press, London i New York.
- Horga, Damir (1994) „Tečnost govora u elektroničkim medijima”, *Govor*, 11, 1, str. 15–22.
- Horga Damir (1997) „Samoispravljanje u govornoj proizvodnji”, *Suvremena lingvistika*, 23, 1–2, str. 91–104.
- Horga, Damir; Požgaj Hadži, Vesna (2012) „(Dis)fluentnost i proizvodnja govora”, *Slavistična revija*, 60, 4, str. 621–637.
- izričaj. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 29. 11. 2022. <<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=28371>>.
- Kovač, Mirjana Matea; Horga, Damir (2010) „Poštalice u hrvatskom jeziku”, *Lingua Montenegrina*, 3, 6, str. 139–164.
- Laserna, Charlyn M; Seih, Yi-Tai; Pennebaker, James W. (2014) „*Um . . . Who like says you know*: Filler word use as a function of age, gender, and personality”, *Journal of Language and Social Psychology*, 33, 3, str. 328–338.
- Levelt, Willem J. M. (1989) *Speaking: From intention to articulation*, MIT press, Cambridge/London.
- Nigoević, Magdalena (2011) „Neka načela određivanja diskursnih oznaka”, *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, 37, 1, str. 121–145.
- Oviatt, Sharon L. (1995) „Predicting spoken disfluencies during human-computer interaction”, *Computer Speech & Language*, 9, 1, str. 19–35.
- Pavešić, Slavko; Težak, Stjepko; Babić, Stjepan (1991) „Oblici hrvatskoga književnog jezika (morfologija)”, *Povijesni pregled, glasovi i oblici hrvatskoga književnog jezika*, ur. Stjepan Babić, Dalibor Brozović,

- Milan Moguš, Slavko Pavešić, Ivo Škarić, Stjepko Težak, HAZU, Globus nakladni zavod, Zagreb, str. 453–741.
- Raguž, Dragutin (1997) *Praktična hrvatska gramatika*, Medicinska naklada, Zagreb.
- Shriberg, Elizabeth (1996) „Disfluencies in switchboard”, *Proceedings of International Conference on Spoken Language Processing (ICSLP '96)*, str. 11–14.
- Shriberg, Elizabeth (2001) „To ‘errrr’ is human: Ecology and acoustics of speech disfluencies”, *Journal of the International Phonetic Association*, 31, 1, str. 153–169.
- Silić, Josip; Pranjković, Ivo (2007) *Gramatika hrvatskog jezika*, Školska knjiga, Zagreb.
- Simeon, Rikard (1969) *Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva*, Matica hrvatska, Zagreb.
- Stemberger, Joseph P. (1985) „An interactive activation model of language production”, *Progress in the psychology of language*, 1, ur. Andrew W. Ellis, Lawrence Erlbaum, London, str. 143–186.
- Škarić, Ivo (2000) *Temeljci suvremenog govorništva*, Školska knjiga, Zagreb.
- Varošanec-Škarić, Gordana (1995) „Govorni stilovi u informativnim emisijama”, *Govor*, 12, 1, str. 71–79.
- Wilshire, Carolyn E. (1999) „The ‘Tongue Twister’ Paradigm as a Technique for Studying Phonological Encoding”, *Language and Speech*, 42, 1, str. 57–82.

SUMMARY

Gracija Golub, Ana Vidović Zorić

FILLER WORDS IN MEDIA SPEECH

In most of the grammar books filler words have a marginal position. Nevertheless, they are an important source of information for many aspects of linguistic performance. The purpose of this paper was to investigate some of these aspects in more detail, i.e., the use of filler words depending on the speech style in the media, on gender, as well as to get a better insight into speech planning during speech production. The investigation includes the analysis of the frequency of filler words in spontaneous speech in Croatian in formal and entertaining TV shows. In addition, the analysis includes the position of filler words in the utterance, their lexical category, and their distribution according to sex. The analysed speech corpus consists of one-minute recordings of 40 speakers in live broadcasts of public television, which are equalized according to gender and type of show. The results show that some filler words are used by all speakers, although their frequency varies significantly between speakers. Furthermore, filler words are much more often used in entertaining shows than in formal shows, which can be explained by the different communication strategies of the speakers in these two types of shows. In addition, filler words are significantly more frequent at the beginning of the utterance as compared to the middle and the end of the utterance, which supports the thesis that the beginning of the utterance is the place with the highest cognitive load in speech production. There is no difference in the total number of filler words between the sexes, but men use filler words at the end of the utterance more often than women. As far as parts of speech are concerned, filler words are most frequently verbs, followed by adverbs and pronouns. The most frequent filler words in the analysed corpus are Croatian expressions: *ono* (*that*), *pa* (*well*), *ovaj* (*this*), *zapravo* (*actually*) and *dakle* (*so*), and besides these collective filler words, speakers also use individual fillers, typical for individuals or smaller social groups.

Key words: *filler words; spontaneous speech; media speech; speech production; disfluencies*