

# Antifigure u retorici spikera na Gold FM radiju

---

Levak, Nika

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:877629>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-12**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



**Sveučilište u Zagrebu**  
**Fakultet političkih znanosti**  
**Diplomski studij Novinarstva**

# **ANTIFIGURE U RETORICI SPIKERA NA GOLD FM RADIJU**

**Diplomski rad**

**Nika Levak**

**Zagreb, rujan, 2020.**

**Sveučilište u Zagrebu**  
**Fakultet političkih znanosti**  
**Diplomski studij Novinarstva**

# **ANTIFIGURE U RETORICI SPIKERA NA GOLD FM RADIJU**

**Diplomski rad**

**Nika Levak**

**Mentor: doc. dr. sc. Boris Beck**

**Zagreb, rujan, 2020.**

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem da sam diplomski rad Antifigure u radijskom govoru, koji sam predala na ocjenu mentoru doc. dr. sc. Borisu Becku, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

\_\_\_\_\_ (potpis)

## SAŽETAK

U ovom radu proučava se govoreni jezik na radiju. Cilj je istražiti prisutnost stilskih figura i njihovih suprotnosti tj. antifigura koje se u literaturi definiraju kao stilske pogreške.

Nisu sve stilske figure u jednakoj mjeri podložne svojoj suprotnosti pa je rad koncentriran na one koje se učestalo ponavljaju.

U razdoblju od deset dana provedeno je istraživanje na četiri radijske postaje koje su dio najvećeg medijskog sustava u Hrvatskoj. Većina stilskih figura na radiju upotrijebljena je na pogrešan način, a deset njih prisutno je u svakodnevnim govorima radijskih voditelja. Rad objašnjava kako do njihovog korištenja dolazi, zašto ih voditelji koriste u svakodnevnom govoru i na koji način one utječu na slušatelje.

**Ključne riječi:** stil, jezik, stilske figure, antifigure, govor, radio

## SUMMARY

In this thesis, the spoken language on the radio is studied. The aim is to investigate the presence of stylistic figures and their opposites anti-figures, which are defined in the literature as stylistic errors. Not all stylistic figures are equally subject to their opposite, so the work is concentrated on those that are repeated frequently.

In a period of ten days, a survey was conducted on four radio stations that are part of the largest media system in Croatia. Most of the stylistic figures on the radio have been used in the wrong way, and ten of them are present in the everyday speeches of radio presenters. The thesis explains how they are used, why facilitators use them in everyday speech and how they affect listeners.

**Key words:** style, language, figurativeness, anti-figurative, speeche, radio

## Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. Sadržaj i cilj rada .....	1
2. RETORIKA I POETIKA KAO TEMELJ STILISTIKE .....	3
2.1. Povijesni pregled retorike i poetike .....	3
2.2. Kratak teorijski pregled retorike.....	4
3.1. Kratak teorijski pregled stila i jezika .....	6
3.2. Stilske figure.....	8
3.2. Antifigure .....	10
4.1. Razvitak stila i jezika na radiju.....	13
4.2. Istraživanje antifigura u radijskom govoru .....	15
4.2.1. Perisologija.....	16
4.2.2. Tautologija.....	17
4.2.3. Lapalisada.....	19
4.2.4. Perifraza.....	20
4.2.5. Pleonazam.....	22
4.2.6. Batologija .....	24
4.2.7. Palilogija.....	25
4.2.8. Geminacija.....	26
4.2.9. Anakolut .....	27
4.2.10. Sinonimija.....	28
6. ZAKLJUČAK.....	31

# 1. UVOD

Govor kao glavno sredstvo komunikacije zauzima važnu ulogu u svakodnevnom životu pojedinca. On je naše osobno ostvarenje jezika. S jedne strane bez njega ne bismo mogli normalno živjeti niti se sporazumijevati, a s druge strane pridajemo mu premalo pažnje u načinu na koji se on koristi.

Zbog toga je tema ovog diplomskog rada govoreni jezik na radiju i korištenje stilskih figura unutar njega. Slušanjem se proučava nepravilno korištenje stilskih figura kod radijskih voditelja. Cilj je prepoznati antifigure ili stilske pogreške i upozoriti na njihovo svakodnevno korištenje. Metoda analize je kvalitativna - analiza stila. Ovaj rad poslužit će radijskim voditeljima kao pomoć za stručno i kvalitetno obavljanje posla, a želi ih osvijestiti u njihovoj jezičnoj neosviještenosti.

U svrhu pisanja diplomskog rada koristi će se sekundarni i primarni izvori podataka.

Od sekundarnih podataka koriste se stručne, znanstvene knjige i članci. Polazište ove radnje je *Rječnik stilskih figura* u kojemu Krešimir Bagić proučava i nalazi stilske pogreške u današnjim javnim govorima.

Od primarnih izvora, koristi se kvalitativna metoda istraživanja. Slušanjem radijskih postaja u Hrvatskoj rad je koncentriran na govorni dio radijskih emisija. Opažanjem pogrešno korištenih stilskih figura želi se potvrditi njihova zastupljenost u radijskom govoru. Izabrane su četiri radijske postaje koje su dio najvećeg medijskog sustava u Hrvatskoj.

Da bi se stilske pogreške mogle opažati, na samome početku objašnjeni su korijeni nastanka stila i stilskih figura koji su utemeljeni u retorici i poetici. Nakon toga se opisuje tijek razvoja stila i jezika na radiju, razlozi zbog kojih radijski voditelji posežu za stilskim figurama i zašto u većini slučajeva one nisu pravilno korištene i izgovorene.

## 1.1. Sadržaj i cilj rada

Živimo u vremenima neograničene komunikacije. Nove tehnologije, spektakularizacija, komercijalizacija društva i mediji stalno i iznova upućuju na važnost retorike i njezinih strategija. Kada se spominju strategije u retorici, upućuje se na uvjerljivost, zavodljivost i eleganciju. Ideje i misli koje je teško shvatiti retorika uz pomoć stila objašnjava slikom, povezuje se emocija između pošiljatelja i primatelja (Bagić 2012: 7).

Radio kao jedan od njih uklapa se u priču o retorici od samih početaka njegovog nastajanja u 20.stoljeću. Radijski voditelji bili su glumci koji izazivaju strahopoštovanje svojih slušatelja. Prenose im informacije, brinu o načinu izvođenja svojih govora, sudjeluju u radio dramama i teže da radio bude govorni medij, a ljepota govora njegova osnovna odlika.

Svaki radijski voditelj želio je razvijati svoj osobni stil govorenja po kojem će biti prepoznatljiv. I danas se pamte prva javljanja voditelja u eteru kao što je to bilo u radio drami *Rat svjetova*. Na našim prostorima to je *Radio Zagreb* i legendarna Božena Begović. Sve što je bilo izgovoreno djelovalo je fluidno, pripremljeno i elegantno. Ne čudi da se takvi govore i danas pamte.

Uz tehnološki napredak, radio s jedne strane pokušava zadržati svoje temelje i ljepotu govorenja koja je proizašla iz retorike, a s druge strane, brzina kojom se razvija zaustavlja ga na tom putu. Sve se više odstupa od pripreme govora i njegove kvalitete, ne razmišlja se o govornom dijelu radijske emisije. Naglasak je na brzini, slobodi, ležernosti. Manje se priča, a više je glazbe. U pokušajima da se iskoristi i malo prostora za govore, radijski voditelji jednostavni jezik pretvaraju u slikoviti, koriste stilske figure kako bi i sebi i drugima nametnuli svoj osobni stil u govoru.

I sam Ciceron tvrdi da govorništvo koje ne izaziva divljenje ne smatramo govorništvom (Škarić 2003: 110).

U pokušajima oponašanja retorike u jednostavnom i modernom mediju, stilske figure upotrebljavaju se na pogrešan način, a današnje društvo na to ne obraća pažnju. To mu se ne može zamjerati ni predbacivati jer se i u samoj struci premalo govori o značenju stilskih figura.



## **2. RETORIKA I POETIKA KAO TEMELJ STILISTIKE**

Povijest je učiteljica života. Ovo je izreka koja se često koristi u svim segmentima života, a ukazuje na to da neke stvari, bez obzira na njihove nove oblike i nova shvaćanja, ostaju ukorijenjene u društvu još od davnina. Tako je i sa shvaćanjem jezika. Ono se u mnogim elementima i tumačenjima izmijenilo, ali osnovna zapažanja zadržana su i danas. Retorika i poetika su stvorila mnoge pojmove i nazive koji se koriste kao osnova shvaćanja današnje stilistike (Solar 1976: 57).

### **2.1. Povijesni pregled retorike i poetike**

Prve sjajne primjere govorničkog umijeća nalazimo kod Homerovih junaka Ahileja, Hektora i Odi-seja. S uzdizanjem demokratskih polisa govorništvo se javlja kao medij kroz koji su donošene političke i sudske odluke i kroz koji su razvijane i širene filozofske ideje. Tako se od V. st. pr. Kr. javljaju učitelji koji su putovali od grada do grada držeći poduke iz različitih područja, od filozofije i prirodnih znanosti do lingvistike, no glavni sadržaj njihova učenja bila je retorika. Ovi javni prosvjetitelji, zvani sofisti, čije je znanje išlo više u širinu nego u dubinu, bili su ti koji su popularizirali tadašnja znanja i podešavali ih potrebi osposobljavanja mladih ljude za javno-politički život i stjecanje ugleda (Zorić, Nova Akropola, Retorika- umijeće vođenja duše, br.61).

Retorika je tako nastala u staroj Grčkoj i značila je učenje o govorništvu, a sve do 18. stoljeća obuhvaćala je, ne samo govorništvo, nego i učenje o jeziku, prozi te kritičkom promišljanju o književnosti. Retorika smatra da je svrha književnog stvaralaštva dobro govorenje i pisanje. Učenja o ljepoti govorenja i pisanja zasnivalo se na postojanju nedostižnih uzora. Onaj tko je želio biti dobar i cijenjen govornik, morao je imati svojeg ideala ili uzora u nekom govorniku ili piscu toga vremena. To bi značilo da je vrijednost određenog djela u književnosti bila uspoređivana s autoritetom po kojem je to djelo pisano, a ne vlastitom slobodom i individualnošću. U staroj retorici učilo se o književnim vrstama, stilovima, kompoziciji i učenju o figurama (Solar 1977: 58).

Mnogi su se teoretičari i filozofi toga doba nadmetali u svojim mišljenjima, stavovima i definicijama. Željeli su pronaći pravu vrijednost i izraz koji bi opisivao novu disciplinu, retoriku i poetiku iz kojih se kasnije rodila stilistika.

Aristotel je tako bio jedan od najvažnijih filozofa u staroj Grčkoj. Istraživao je sve ono što su započele raditi starije škole filozofije. Zalagao se za istinu, vladao umovima Istoka i Zapada te je imao veliki utjecaj na arapsku, židovsku, ali i našu europsku srednjovjekovnu filozofiju. Bio je duhovni vođa europske misli sve do kraja 16. stoljeća (Bošnjak 1982: 139).

Njegova Poetika ili O pjesničkom umijeću imala je veliki utjecaj na učenje o književnosti; od analize književnih djela do književnih vrsta i svega onoga što se unutar njih nalazi.

Ona spada u treći dio njegovog filozofskog sistema, a to je umjetničko stvaranje uz kojeg vezujemo i figure. Umjetnost je za Aristotela važnija od povijesti i svako umjetničko djelo ima trovrstu svrhu. Služi za odmor i osvježenje duha, kao odgojno sredstvo i za očišćenje afekata sažaljenja i straha što se postiže tragedijom. Kroz posebnost umjetničkih djela u koju spadaju i govori, postiže se i katarza (Bošnjak 1982: 138).

On je bio taj koji je razgraničio retoriku od poetike. Retorika je za njega umijeće uvjeravanja, a poetika umijeće oponašanja ili prikazivanja. Tek ih je srednjovjekovna i renesansna tradicija ujedinila. Retorika je postala umijeće stvaranja riječi, a pjesništvo viši stupanj toga umijeća.

Neki od filozofa i teoretičara s vremenom su retorici pripisali epitet zločeste. Retori više nego retorika. Imali su moć izivljavanja nad ljudima. Jedan od takvih primjera je i Hitler u svojim nacističkim govorima mržnje koje je slao društvu. Od takvih retora, učitelji retorike su se odavno ograđivali. Govorili su da samo čestit čovjek smije biti govornik (Škarić 2000: 8).

Već u staroj Grčkoj ograđivali su se od loših govornika i njihovih utjecaja. Uvidjeli su da bi njihova sposobnost manipuliranja ljudima mogla imati veliki utjecaj na cjelokupno društvo i svijet, a to se kasnije i potvrdilo. Kada se govori o lošim govornicima, upućuje se na one koji ne poštuju pravila, ne koriste stilske figure ili pak ih pišu i izgovaraju na nepravilan način. Njihov govoreni jezik je prazan i siromašan.

Suvremeno društvo udaljilo se od retorike, ali još uvijek postoje govorničke škole čiji je glavni zadatak vraćati stil govorenja na staru retoriku i poetiku jer su polazište svih stilskih figura o kojima se uči još u osnovnoj školi, ali ih se ne primjenjuje ispravno. Sve više se koristi umjetnička sloboda u govoru koja nam je s vremenom dopuštana.

## **2.2. Kratak teorijski pregled retorike**

S godinama su se razvijale različite definicije o retorici kao umijeću govorništva.

Ciceron kao jedan od najvećih rimskih govornika tvrdi da je: “retorika umijeće govorenja prilagođenog za uvjeravanje” (Škarić 2000: 9).

Aristotel ju je definirao kao: „sposobnost uočavanja bitnog i primarnog svojstva kojim se može uvjeriti, a koje svojstvo krije u sebi svaki predmet ili pojava“ (Škarić 2000: 9). I jedna i druga definicija imaju isti cilj, a to je mogućnost uvjeravanja nekoga u nešto. Dakle, oratori ili govornici nastoje određenu ideju prenijeti na druge i to tako da se ostatak publike složi s tom idejom. Na našim

prostorima jedan od najposvećenijih autora koji opisuje retoriku je Ivo Škarić koji je godinama održavao škole govorništva i oslanjao se na antičke govornike kao najveće i važne uzore. On na retoriku gledao kao na govorništvo u današnjem svijetu pa je tako možemo shvatiti kao znanost o govoru. Gdje god da se govori javno, govori se retorski. To je govor koji mjerimo i gledamo drugačije nego onaj u svakodnevnom životu. Njega prosuđujemo, pažljivije slušamo i jače primamo. U svakom govoru velika je odgovornost za svaku izgovorenu riječ, istinitost i djelotvornost. Onaj koji govori, dakle govornik, često ne govori samo u svoje ime, nego u ime društva koje predstavlja ili u ime nekolicine koji su dio nekog društva, skupine, korporacije, stranke, itd. Retorsko govorenje, dakle, zahtjeva stručnost i posebne pripreme pred svaki javni nastup (Škarić 2000: 9).

Kada se govori o retorici, ne misli se samo na puke govore koji se prenose od pošiljatelja do primaatelja putem komunikacijskog kanala. Ona je puno više od toga. Ona nas ne vodi samo u akciju, nego i u neostvarivo stvaralaštvo. Uči kako ljude ispunjavati osjećajima, dobrotom i ljepotom. Doba riječ može uzbuditi bešćutnost, probuditi savjesti, raspoložiti tužne, ohrabriti kukavice, poetizirati štute. Prizivajući argumente poštenja, pravičnosti, ljepote i dobrote, upozorava čovjeka da ta svojstva u sebi ima. K tome oratorički ornament može biti najljepši ukras mnogim prilikama od onih sićušnih, kao što su obični kratki susreti do onih velikih, povijesnih svečanih okupljanja ljudi (Škarić 2000: 109). Ona je kao znanstvena disciplina i pedagoški predmet zastala u svom razvoju: ne doživjevi današnjice, izgleda daleka i smiješna kao tavanska starudija. Poneki govore o tome kako bi je valjalo uskrsnuti, poneki to i čine, ali tako kao da mrtvaca pokušavaju oživjeti, navuku joj stare govorničke obrasce po kojima se ne može razgovarati nigdje (Škarić 2000: 7).

Retorika ne stavlja u fokus samo prenošenje govora, ona na slušatelja gleda kao na važnog sudionika komunikacije. Logičnom argumentacijom retorika stavlja slušatelja u fokus, a od govornika traži odgovornost, iskrenost i vjerodostojnost. Ona uzima različita govorna sredstva, osvješčuje ih, oplemenjuje i upotrebljava čineći od pravog prirodnog govora umjetan govor, ali još realniji autentičan govor. Kada se to postigne, čovjeka možemo nazivati kvalitetnim oratorom (Škarić 2000: 28).

Uz retoriku je usko vezana i figurativnost. Da pažnja nije bila usmjerena na razvijanje stila, danas bi svaki govor bio još siromašniji. Ipak su one dopunjavale govore svakog velikog govornika. Uvrštavane su u njih kod priprema jer je naglasak bio na čistoći i ljepoti. One su shvaćene kao neki instrument koji je potrebna podloga za najbolju svirku. U vrijeme njihovog nastanka nazivale su se retoričke figure, a tek kasnije počinje se koristiti naziv stilske figure koji se nastavio koristiti i danas.

### 3. STIL I JEZIK

Jezik - ljudski govor - neiscrpiva je riznica raznolikih vrijednosti. Nerazlučivo je vezana uz čovjeka te ga prati u svakom njegovom činu. Jezik je instrument kojim čovjek oblikuje misao i osjećaje, raspoloženje, težnju, volju i čin, instrument s pomoću kojega on utječe na druge i drugi utječu na nj, krajnja i najdublja pretpostavka ljudskom društvu; ali i zadnji, nezaobilazni oslonac čovjeku pojedincu, njegovo utočište u satima osame, kada se duh bori sa zbiljom, a sukob se razrješuje u monologu pjesnika, mislioca, sanjara. Jer i prije no što se probudila naša svijest oko nas je odzvanjao jezik, spreman zaodjenuti prvu nježnu klicu naše misli te nas vjerno prati kroz život, od jednostavnih svakodnevnih nam poslova pa do najuzvišenijih i najprisnijih časova, onih koji, jezikom zadržani u sjećanju, svagdanjem našem življenju daju topline i snage. Jezik nije nikakva izvanjska popratna pojava, nego nit duboko utkana u ljudsku dušu, bogatstvo uspomena namrijeto u baštinu pojedincu i naraštajima, budna savjest koja podsjeća i opominje. Govor je - i u dobrom i u lošem smislu - biljeg osobnosti, domovine, nacije, znak plemenštine čovjekove. U osobnosti, domovini, naciji, čovječanstvu i samom životu, jezik se razrastao toliko sjedinjen s njima, da je moguće zapasti u kušnju pa se pitati, nije li on svemu tome tek zrcalna slika, ili pak izravno sve to jest; sama klica njegova rasta. Stoga je jezik, kao predmet čuđenja i opisa, neobično privlačio čovjeka u pjesništvu i znanosti (Hjemslev 1980: 13).

#### 3.1. Kratak teorijski pregled stila i jezika

Čovjek je društveno biće koje ima potrebu za stalnom komunikacijom s drugima. Jezik nam omogućuje pohranu misli i ideja. Njime iskazujemo svoje osjećaje, razmjenjujemo misli i informacije. Čovjek kao misaono biće misli tako da upotrebljava jezik. Jezik je medij koji utječe na čovjekov cjelokupan razvoj. Svoja znanja možemo potpuno pokazati tek onda kada oriječimo svoje znanje. Glasovni sustav usvajamo već pri rođenju, početnim krikom i njegov razvoj prati nas ostatak života (Češi 2018: 24).

Zato je jezična pojava jedna je od najbitnijih karakteristika našega društva i ljudskog roda. Od svih djelatnosti, jezična je djelatnost najraširenija. Bez nje kao takve, mi i naše društvo ne bi mogli normalno i kvalitetno funkcionirati. To je zato što jezična djelatnost omogućuje sporazumijevanje i razumijevanje između pripadnika iste jezične zajednice (Barić-Lončarić-Malić-Pavešić-Peti-Zečević-Znika 1990: 1).

Za početak, treba razumjeti razliku između pisanog i govorenog jezika. Pisani jezik drukčiji je jezični kod od govorenog. Pisanje započinje voljnom komponentom pojedinca, bilo samoinicijativno ili

potaknuto. U procesu pisanja misao se mora oblikovati u riječ koja se raščlanjuje na glasove, glasovi se kodiraju u slova koja postaju riječ, a čitanjem se riječ ponovno predočuje u misao (Galić-Jušić 2004: 78-79).

Taj unutrašnji govor ili misao, nerazumljiva je nekome tko nije njezin tvorac. Stoga da bi unutrašnji govor postao razumljiv drugome, odnosno da bi pisani tekst postao razumljiv drugome, dakle onome tko ga čita, pisani jezik zahtijeva preciznost i točnost izraza da bi poruka bila jasno oblikovana i razumljiva onome tko je čita ili sluša. Pisani jezik razlikuje se od govorenog zato što se usvaja njegov normirani oblik koji je podložan pravilima. Iz toga se razloga na pisani jezik gleda kao na različitu vrstu idioma od govorenog jezika (Jelaska 2012:21).

S druge pak strane, govoreni jezik, za razliku od pisanog daje mogućnosti da se pojedinac bori za svoje mjesto u društvu od malena; verbalizira svoje ideje, promišljanja i stavove. Govoreni jezik nam omogućuje da se u potpunosti izgradimo kao ličnost, po njemu se razlikujemo od drugih i kompletira nas kao pojedinca u nekom društvu. Govoreni jezik je bio i ostao temelj ljudskog roda. On je čovjekov personalni znak i kod komunikacije između unutarnjeg i vanjskoga svijeta. Pomoću njega svaki pojedinac razvija osobni stil govorenja. Takav stil odaje čovjekov karakter, način razmišljanja i življenja. Svaki čovjek je autor svoga stila i preko njega šalje poruku svijetu. U gramatici hrvatskog jezika, Težak i Babić kao osnovne odlike dobrog stila navode: jasnoću, istinitost i ljepotu. Iz toga se onda izvode i druge osobine, poput jednostavnosti, jezgrovitosti, logičnosti, ritmičnosti, muzikalnosti, slikovitosti (Težak-Babić 1992: 48).

Kada se govori o stilovima u hrvatskom jeziku, obično se nabraja pet funkcionalnih stilova koji se razlikuju. To su: književnoumjetnički, razgovorni, publicistički, administrativni i znanstveni funkcionalni stil. Svi oni imaju jednu zajedničku točku, a to je neutralni standardni jezik (Mihaljević 2002: 326).

Razlikuju se po svojim osobinama i načinima na koji se koriste, ali za profesionalna zanimanja koja se bave govorom, komunikacijom i javnim nastupom, karakterističan je književnoumjetnički stil. Književnoumjetnički stil je način izražavanja stvaralaca književne umjetnosti. Njega koriste pjesnici, pripovjedači, glumci, dramatičari. Pun je slika, ritma, bogat je riječima, izričajima, rečeničnim konstrukcijama. U njemu imamo pravo na našu autorsku tj. osobnu slobodu. Okrenut je mašti više nego umu (Težak- Babić 1992: 52).

Njime se pokušavaju koristiti i radijski voditelji. Žele ostati pri nečemu što je pravilima određeno, ali sve više pribjegavaju razgovornom stilu koji je ipak ležerniji. I jedan i drugi obiluju slikama, riječima, ritmom u rečenici. Iz takvih slobodnijih stilova proizlazi i često korištenje stilskih figura. One su saveznice svakoga tko se bavi javnim govorom samo kada su pravilno korištene. Tada je govor fluidan, jasan, bogat i zanimljiv. Stilske figure samo su dopuna prazninama u jeziku i stilu, one dočaravaju njihovu ljepotu u potpunosti.

### 3.2. Stilske figure

Retorika je upozoravala na rečenične konstrukcije koje treba izbjegavati da bi stil bio dobar, poseban i umjetnički poželjan. Različiti autori bavili su se figurama i objašnjavali ih svako na svoj način. U našoj tradiciji prevladava naziv stilske figure i teško je preuzeti sve što je započeto u antici.

Riječ figure prvi je put upotrebljena još u 5. st. pr. Kr. Smatra se da ju je prvi koristio sofist i putujući govornik Gorgija. To su zapravo bili različiti postupci dinamizacije proznog izraza kojim je, gdje god da se pojavio, taj Sicilijanac plijenio pozornost slušatelja. Nazivale su se Gorgijanske figure, a kao glavne, koristile su se antiteza, homeoteleutor, paronomazija i rima. Grci su tako utemeljili i razvili nauku o figurama, a Rimljani su preuzeli i proširili. Broj figura u najpreciznijim retoričkim priručnicima do 4. stoljeća po.Kr. narastao je na više od dvije stotine (Novaković 1995: 26).

Figure su u vrijeme razvitka stare retorike imale posebno mjesto u učenjima. One su predstavljale ukrašeni govor kao važnu i vrijednu osobinu u književnosti. Gramatika je bila ta koja se bavila pravilnim pisanjem, a retorika se bavila upotrebom rečenica i riječi koje su trebale biti izražajno napisane. Svrha je bila u njihovoj ljepoti tj. ukrašenosti. Figure koje su bile upotrebljavane imale su posebnu umjetničku vrijednost. Što je u govoru ili pismu bilo više odstupanja od pravila tj. norma, to je govornik ili njegovo djelo bilo moćnije i utjecajnije u društvu (Solar 1976: 60).

Možemo razlikovati dva tipa određenja figura po starijoj definiciji. I jedan i drugi formulirao je Marko Fabije Kvintilijan u 1. st. pr. Kr. Prema prvome, figura je oblik kojim izražavamo misao. On želi naglasiti da svaki iskaz ima karakterističan oblik; kratak je ili dugačak, sintakse su jednostavne ili kompleksne. Ova definicija figuru želi prikazati kao oblik diskurza, upućuje na njezinu prirodu, ali premalo govori o tipičnim oblicima figurativnosti (Bagić 2012: 7).

Druga definicija govori da se “pod figurom podrazumijeva razumno odstupanje u značenju ili govoru od uobičajenog i jedinstvenog načina govora tj. odstupanje slično onome koje se dešava i prilikom sjedenja, naslanjanja ili gledanja unazad.” (Bagić 2012: 7)

U suvremenim definicijama figura važnu ulogu ima Gerard Genette. Za njega je figura prostor koji ima svoj oblik i razmak “između znaka i smisla”, one su “unutrašnji prostor jezika”, a postoji onoliko figura koliko je utvrdivih oblika toga prostora (Bagić 2012: 8).

Laurent Jenny pak stilsku figuru određuje kao “tipičan oblik nejezične veze diskurzivnih elemenata”. Nejezične veze su prirodne, a ne konvencionalne. One su ponovljive i univerzalno opažljive kao što su sličnosti, kontrasti, premještanja, bliskosti ili zamjene (Bagić 2012: 8).

U razvijenim zemljama i kulturama, stilske figure su se konstantno proučavale dok kod nas to nije tako.

Ipak, na našim prostorima važnu ulogu u objašnjavanju i promijeni stilskih figura ima Ivo Škarić koji se stilom u govorenju bavi u svojoj knjizi *Temeljci suvremenog govorništva*. On tvrdi da su to dodaci u gramatici tj. izrazi pomoću kojih nešto izričemo na neobičan ili nedoslovan način. One nam služe da se sporazumijevamo brže, potpunije, neposrednije. Pomoću njih lakše dopiremo do ljudskog duha i na slikovit, jasniji način ga dodirujemo. Služe nam da lakše prenosimo značenje onoga što želimo objasniti. Nisu uvijek slikovit, simboličan i neobičan izraz. Figure mogu biti i afektivne i poetične. Kada govorimo o poetičnima, onda govorimo o nečem lijepo rečenom što je planirano da bude tako izrečeno, a kada govorimo o afektivnim figurama, one su više spontane i jače djeluju na slušatelja (Škarić 2000: 109).

U analizama stilskih figura imamo nekoliko podjela, ne može se točno govoriti o njihovoj konačnoj kategorizaciji. Zato je polazište ove radnje *Bagićev Rječnik stilskih figura* koji je klasik za razumijevanje stila i figura. Prema Bagiću, stilske figure dijele se na: figure konstrukcije, figure dikcije, figure misli i figure riječi ili trope. Svaka podjela ima svoje podvrste figura koje se nalaze unutar nje, a koristimo ih u svakodnevnom životu kako bi određene rečenice, pojave, procese i karakteristike opisali slikovitije (Bagić 2012: 12).

*Rječnik stilskih figura* temelj je razumijevanja načina na koji funkcioniraju stilske figure, uči o njihovom ponašanju u rečenicama, ali i stavlja naglasak na pogreške koje činimo u svakodnevnom korištenju figura.

### 3.2. Antifigure

Riječ ANTI kao prvi dio riječi znači, pod *a) koji je aktivno protivan, koji djeluje u suprotnom smislu b) koji djeluje protivno ili drugačije od službenog ili etabliranog i c) koji je recipročan, nasuprotan* (Prvi hrvatski enciklopedijski rječnik 2002: 125).

Nema puno definicija antifigura ni stručnjaka koji se njima bave. One su prisutne u svakodnevnim govorima, ali nesvjesno pa ih je često teško prepoznati. Krešimir Bagić jedan je od rijetkih autora s naših prostora koji se bavi antifigurama. On tvrdi da svaka stilska figura, pogotovo u diskurzivnim oblicima, može postati antifigura, ili drugim riječima, greška u izričaju. To se najčešće javlja kod govornika koji žele istaći, naglasiti svoje govorničke vještine, svoje veliko poznavanje teme o kojoj je riječ. Korištenje slikovitosti dodatno objašnjava temu o kojoj govore.

Po uzoru na Bagića, neki autori kažu da je gustu šumu stilskih figura kao nasljednicu antičkih tropa i figura, što je samo mali do golemog retoričkog zdanja obuhvaćenog jednom retoričkom disciplinom, teško razumjeti suvremenom čitatelju u pravilno stratificiran i lako prohodan vrt. Svaka figura ima svojega bližega i daljega srodnika, takmaca i protivnika, često i svojega dvojnika u drugom imenu ili u liku antifigure, stilske pogreške (Pšihistal 2014: 160).

Antifigure koristimo u svakodnevnom govoru iako toga nismo svjesni, a u stručnoj literaturi, povezuje ih se s profesionalnim govornicima; političari, glumci, novinari, voditelji, reporteri, profesori, spikeri na radiju, itd. To je zato što su konstantno izlagani javnom nastupu i od njih se očekuje stručnost u sadržajnom, ali i govornom području.

Antifigure se mogu koristiti i svjesno, ali vrlo često riječ je o rečenicama koje se izgovaraju na nesvjesnoj razini jer se o njima vrlo malo zna. Za njima se poseže u pokušajima da se rečenice obogate i da im se doda efekt, raskoš, a ponekad i kić. U prethodnim poglavljima spomenuta je poveznica kića i antike, njime su se koristili poznati govornici u svojim govorima visokih stilova. Takvi su govori morali biti savršeno pripremljeni i moćni, a njihovo izvođenje dramatično da jače djeluje na slušatelje. Takav način izvođenja oponašaju i današnji govornici; sve više pokušavaju izgledati kao govornici u antičko vrijeme. Vode brigu o načinu govorenja, ljepoti, stilu, ritmu, raskoši i jasnoći. S druge strane, antiku uvrštavaju u moderne načine govorenja i izvođenja govora. Na tom području gdje se sudara povijest s modernizacijom dolazi do sve češćih stilskih pogrešaka, a prava ljepota i značenje stilskih figura pretvara se u antifigure.

Nisu sve stilske figure u jednakoj mjeri podložne svojoj suprotnosti, antifiguri koju treba izbjegavati, osim u opravdanim situacijama što znači da je svjesno koristimo. Figure dikcije i figure kon-



strukcije koje se najčešće koriste u govorima, podložnije su zloupotrebljavanju od figura misli ili tropa. Suvremeno društvo ne brine o postojanju stilskih pogrešaka u svakodnevnom govoru, iako su prisutne.

## 4. RADIO KAO MEDIJ

Kao i svi ostali mediji, radio je uvijek onakav kakvo je društvo u kojem djeluje. Osim toga, on je i onakav kakve su njegove hardverske i tehnološkijske mogućnosti. U društvima nižih tehnologija radio je sredstvo za masovno priopćavanje vijesti narodu. Pri tome su glavni kreatori i cenzori tih vijesti političke strukture, radijski novinari su samo kozmetički oblikovatelji tih već odobrenih vijesti, a publika objekt, uglavnom pasivna masa koja prima te vijesti radi oblikovanja poželjnog ponašanja. Međutim, unatoč tim ovisnostima, radio ima i svoje temeljne karakteristike kao što su: informirati građane, rekreirati ih i omogućiti im socijalnu identifikaciju (Sapunar 2000: 206).

I danas su aktualne rasprave o tome tko je prvi i jedini izumitelj radija, ali odgovor na to pitanje je nemoguće pronaći. U povijesti stvaranja radija, mnogi su pokušavali doći do rješenja pa valja reći da je radio produkt više ljudi koji su u cijelom svijetu istraživali što on točno je i kako ga prilagoditi društvu. On nema izumitelja nego je međunarodni izum koji je u vlasništvu svih onih koji su mu dali doprinos kao suvremenom mediju. Prve godine svoga postojanja posvećene su malim naprecima koji su na kraju doveli do radija koji danas postoji kao najvažniji i neizostavan medij (Mučalo 2010: 101).

U povijesti su se radijskim eterom i značenjem njega u društvu najviše bavili Amerikanci i Britanci koji su konstantno propitkivali na koji način doprijeti do društva. Njima je to bilo važno zbog politike. Željeli su nametati svoja pravila i mišljenja putem radijskog etera koji će imati mogućnost odjekivati milijama daleko. Govor im je u tome poslužio kao glavno sredstvo za postizanje cilja.

U tome su i uspjeli. S vremenom, radio postaje toliko utjecajan da može određivati ritam svakodnevne slušateljstva tako da nudi sadržaje koje publika nikako nije htjela propustiti. Okupljali bi se u određeni sat i slušali što čovjek s druge strane ima za reći (Mučalo 2010: 176).

Najpoznatija radio drama na svijetu, obilježila je kraj tridesetih godina 20.st. i ukazala na važnost izgovorenog na radiju. *Rat svjetova* je adaptacija romana književnika Wellsa. Imala je dobro isplaniran scenarij, kvalitetnu produkciju i glumce koji su bili uvjerljivi u svojoj prezentaciji. Među slušateljima je izazvala paniku do te mjere da se u stanovništvo uvukao strah od dolaska neočekivanih bića, izvanzemaljaca. Radilo se samo o prikazu romana putem radio - drame (Mučalo 2010: 177).

Voditelji su bili ključne figure koje su svakodnevno bile prisutne u domovima ljudi. Utjecali su na njih poput hipodermičke igle koju je društvo prihvaćalo bez kritičkog promišljanja, oni su bili ti koji su imali autoritet. Uloga moći pomogla im je u nametanju stavova pomoću kojih su djelovali na pojedince, a onda i na cjelokupno društvo.

Radijski voditelji u ono vrijeme bili su glumci prepoznatljivi kao izvježbani govornici, jakih i lijepih glasova, uvjerljivi u svojim nastupima i kreativni u izgovaranju teksta. Bili su toliko dobri da su svojom osobnošću osvajali i ulazili u privatni prostor pojedinaca. Animirali su publiku i bili presudne figure za nastanak današnjeg radija i načina govorenja na njemu (Mučalo 2010: 173). Svoje izvođenje govora ili drama na radiju uljepšavali su korištenjem stilskih figura, težili su da im svaka rečenica ima i čistoću i smisao, svojim vještinama govorenja uspjeli su oplemeniti cjelokupni dojam radija. I njihovo uporište bila je antika iz koje su se razvijali najbolji govornici, znali su da je ljudima potreban autoritet koji ih vodi.

Iako se udaljio od svojih kvalitetno postavljenih temelja, prema istraživanjima Eurobarometra i dalje je vodeći medij kojemu društvo najviše vjeruje zbog lake dostupnosti i brzine prenošenja informacija. Radio ima tu moć da dopre do svijesti svakog pojedinca koji ga pristaje konzumirati. Radijski voditelji danas nisu toliko uvažavani i praćeni kao nekada, ali ipak imaju veliki utjecaj u društvu. Njihovo mišljenje može utjecati na svakoga pojedinca, a zaduženi su i za odgoj onih najmlađih koji sve više prate i slušaju radio. Voditelji su ti koji formiraju cjelokupnu sliku društva, šalju nove informacije, grade odnos sa slušateljima i promiču svoj vlastiti stil govorenja. Svaki od njih ima zadatak nametnuti svoje stavove i ostati prepoznatljivi po načinu izvođenja nastupa u radijskoj emisiji.

Uz tehnološki napredak, radio s jedne strane pokušava zadržati svoje temelje i ljepotu govorenja koja je proizašla iz retorike, a s druge strane, brzina kojom se razvija zaustavlja ga na tom putu. Sve se više odstupa od pripreme govora i njegove kvalitete, ne razmišlja se o govornom dijelu radijske emisije. Naglasak je na brzini, slobodi, ležernosti. Na modernim radijskim postajama kojih je sve više, teži se dobroj glazbi, a govorni sadržaj samo je popratni faktor.

#### **4.1. Razvitak stila i jezika na radiju**

Govor je, uz glazbu, najvažniji dio radijskog sadržaja. Radio institucionalizira govor i posreduje ga. Posredovani govor (mediated speech) ključni je pojam govora na radiju. Pravila organiziranja govora proistječu prije svega iz prirode govora kao medija, a potom iz prirode radija kao medija (Aberg, 1999: 138, u Zgrabljic 2002).

On bi kao medij bio prazan i nedovršen da iza mikrofona ne stoje ljudi koji ga oplemenjuju svojim postojanjem i govorom. Za kvalitetan govor važna je dobra priprema; struktura sadržaja, poštivanje gramatičkih pravila i način na koji je taj sadržaj izgovoren. Kada se formalni dio pripreme ispoštuje, radijski voditelj daje pečat svojom osobnošću koju donosi u eter. On je majka emisije koju vodi,

priče koju priča, on je vođa svih izgovorenih misli i riječi. Njegov duh čini radijsku frekvenciju, a po stilu postaje i ostaje prepoznatljiv.

Radijski govor organizira se prema vrsti programa; informativni, znanstveni, sportski, zabavni. Priroda radijskog govora određena je prirodom radijskih žanrova. Ova tvrdnja i ovakav način klasifikacije govora na radiju znači da je govor na radiju ne samo moguće, nego i potrebno istraživati s obzirom na njegovu specifičnu funkciju i složenu uporabu u sustavu institucije - od stroge žanrovske zadanosti (u informativnim emisijama), do govora vrlo bliskog svakodnevnoj konverzaciji. Govor na radiju je materijalizacija jezika (Zgrabljić 2002: 47).

Međutim, od pojave radija do danas, izmijenile su se mnoge generacije novinara, a novinarstvo se razvija kao specifična ljudska djelatnost bez dovoljne svijesti o govoru kao o mediju izražavanja. Jezik ostvaren u pismu bio je i ostao shvaćen kao najvažnije sredstvo prijenosa informacije, na njega se pazilo, njega se brusilo i stilski usavršavalo tako da odgovara zahtjevima zanata. Govor kao drugi osnovni način realizacije teksta i prijenosa poruke, shvaćen je kao nešto što je došlo samo po sebi, spontano, s pretpostavkom da je dovoljno (i da nije teško) u novinarskom govornom medijskom nastupu samo pretočiti jedan medij u drugi, pismo u govor (Škarić 1988, prema Zgrabljić 2002). Ovakav način razmišljanja daje mogućnost da svaki voditelj odabire svoje govorne vrijednosti; pauza, ritam, jačina, intonacija, tempo, itd. Oni sve češće imaju slobodu da sami utječu na svoj stil govorenja. Stilovi u medijskim govorima podijeljeni su u četiri različite kategorije.

Osnovni stilovi su: suzdržani, distancirani ili neutralni. Drugi je siloviti ekspresivni, emfatični stil. Treći ležerni razgovorni stil i zadnji prozodijski stil. Ovi stilovi izvanjski se razlikuju u različitim ritmičkim i prozodijskim obrascima (Varošaneć-Škarić 1995: 72).

Ti se stilovi izvanjski razlikuju i različitim ritmičkim i prozodijskim obrascima. Tako je osobina suzdržanog stila lagani oksitonski ritam, tj. ritam govornih skupina u kojima je lagano istaknuta posljednja riječ. Silovit stil karakterizira baritonski ritam, tj. razmjerno često jako isticanje nezavršene riječi u govornoj skupini (Varošaneć-Škarić 1995: 73).

Ritam ležernog stila varira prema logičko-informativnim izmjenama teme i teme, a prozodijski stil slobodno izmjenjuje prozodijska sredstva i razloma konvencionalne standardne prozodijske rečenice. Distancirani stil potvrđuje konvencionalnu informativnu strategiju žanra vijesti, emfatični ekspresivni stil persuazivnom strategijom nameće informativnu sliku svijeta, ležerni stil strategijom dijaloga problemski obavještava, ali i otvara teme, začudni izmjenično rabi sva tri stila unutar jednoga govornog diskursa, problematskom strategijom aktivno se obraća primateljima i dovodi u pi-

tanje konvencionalna obilježja žanra (Varošaneć-Škarić 1995: 73). Sve zastupljeniji stil u medijima, a posebno na radiju je ležerni stil. Njegova strategija je dijalog, a slušatelji to prepoznaju kao nešto njima blisko pa ga uvažavaju bez da propitkuju njegovu pravilnost. Govornost, informativna odmjerenost i fatičnost osobine su toga stila. Govor je slušan i društven pa iz toga proizlazi i mekoća stila (Varošaneć-Škarić 1995: 73).

Uz ležerni stil kojemu radijski voditelji daju sve više prostora zbog lakše komunikacije sa slušateljima, dolazi i do čestih pogrešaka u govorenju. Takve se greške u literaturi prepoznaju kao antifigure ili stilske pogreške.

#### **4.2. Istraživanje antifigura u radijskom govoru**

Malo je istraživanja koja se bave stilom i stilskim figurama u radijskom govoru. Brzina prijenosa informacija, jednostavnost, ležernost i sve jača potreba da svaki pojedinac bude slobodan individualac čine društvo opuštenijim kada su u pitanju profesionalni govornici. O jeziku se malo zna pa se prihvaćaju greške u govorenju jer pojedinci ni sami nisu svjesni da se radi o greškama.

Ovo istraživanje nudi nam uvid u količinu grešaka koje su prisutne u javnom govorenju na radiju. Daje mogućnost svakome od nas da spozna ljepotu jezika i vrati se na početne temelje koji su stvoreni još u vrijeme retorike i poetike. Karakteristike ljepote jezika koje se pokušavaju osvijestiti su: profinjenost, elegancija, slikovitost, ritmičnost i interpretacija uz korištenje stilskih figura na pravilan način.

U pisanju diplomskog rada nastoje se pronaći stilske pogreške ili antifigure koje su prisutne u svakodnevnom radijskom govoru koristeći kvalitativnu metodu istraživanja. Istraživanje se provelo slušanjem četiri vodeće radijske postaje koje su dio najvećeg medijskog sustava u Hrvatskoj, Media Towera. Izabrane su zbog velikog broja ljudi koji ih sluša i utjecaja kojeg imaju na pojedince i društvo. Svaka od radijskih postaja formirana je po nekim pravilima, ali su različite; imaju drugačije posložene koncepte, glazbu, a uz to i voditelje svojih emisija. Različitost će pomoći u konačnom zaključku o prisutnosti stilskih pogrešaka u radijskom govoru. Istraživane postaje su: Gold fm, Antena Zagreb, Narodni radio i Enter Zagreb.

U razdoblju od 15.7. do 25.7.2020. nabrojane radijske postaje slušane su u njihovim udarnim terminima, od devet ujutro do podne. Prati se učestalost i ponavljanje stilskih pogrešaka u svakodnevnom govoru radijskih voditelja i novinara te u njihovom razgovoru sa slušateljima.

U prethodnim poglavljima objašnjeno je da svaka stilska figura može postati i svoja suprotnost, antifigura u onome trenutku kada nije pravilno korištena ili izgovorena. Zbog toga se ovo istraživa-

nje orijentira na deset najčešćih koje se učestalo ponavljaju u medijskom prostoru, a o njima govore različiti autori pa i Krešimir Bagić u svom Rječniku stilskih figura koji je polazište ove radnje i istraživanja.

Najčešće stilske figure podložne pogreškama u govoru su: perisologija, tautologija, lapalisada, perifraza, pleonazam, batologija, palilogija, geminacija, anakolut i sinonimija.

Pitanja na koja želimo dobiti odgovor su:

1. Koliko se često ponavljaju stilske pogreške u radijskom govoru?
2. Koje su najčešće od njih deset objašnjenih?
3. Kada se one izgovaraju svjesno s ciljem obogaćivanja stila?
4. Jesu li voditelj i njihovi slušatelji svjesni pogrešaka do kojih dolazi?

#### **4.2.1. Perisologija**

Perisologija ili prekomjernost je inzistiranje na pojačavanju izraza i širenju diskurza upotrebom nepotrebnih utočnjena. Bagić tvrdi da je vrlo često riječ o jezičnoj pogrešci kojom se objašnjava nešto što je već dovoljno objašnjeno. To je općepoznata istina, banalnost (Bagić 2012 : 244).

Sve što se dodaje jednostavnim rečenice, previše je jer nema dodatnog značenja od onoga što je netko htio izgovoriti. Često koriste za naglašavanje događaja koji se prepričavaju. Dodavanjem nepotrebnih riječi, govornik ima osjećaj da one efektnije djeluju na značenje, a onda i na čitatelja ili slušatelja kada se perisologija koristi u medijskom govoru. Može se pronaći u filmovima, bajkama i serijama. Ona se gotovo uvijek koristi u razgovornom, ali i publicističkom diskursu. Kada je riječ o umjetničkom kontekstu, podsjeća na Krležina pripovijedanja (Bagić 2012: 245).

Kada je perisologija osviještena, spada pod figure konstrukcije jer se tekst nedoslovno udvaja, retorički razvija i ritmom usklađuje s dijelom. Kada pak nije osviještena, postaje stilska pogreška (Bagić 2012: 246).

Za antifigure je važno ustanoviti iz kojeg konteksta dolaze i postaviti pitanje jesu li korištene namjerno ili se stilska pogreška dogodila slučajno. Krleža u svojim djelima ovu antifiguru koristi kako bi rečenice bile duže, drugačije, posebnije, efektnije i da stil njegovog pisanja i pripovijedanja bude moćan i raskošan. U takvim slučajevima ne može se govoriti o stilskoj pogrešci jer je ona namjerno inscenirana.

Ovo su najčešći primjeri koji su pronađeni u radijskom govoru:

- ...pa rekla sam mu, počni *razmišljati svojom glavom*...(Antena Zagreb, 20.7.2020.)
- Nije to ugodno, osjetila sam ja to na *vlastitoj koži!* (Antena Zagreb, 22.7.2020.)
- Raspolažem *svojim vremenom* kako ja to hoću i znam. (Gold fm, 22.7.2020.)
- Ja sam vam sad *iznijela svoje mišljenje*, a onda vi prosudite...(Gold fm, 23.7.2020.)
- ...*vidio sam ga svojim očima* i još laže. E moj Gorane...(Enter Zagreb, 23.7.2020.)
- ...morate biti *svjesni svoje svjesnosti*...(Gold fm, 25.7.2020.)
- On će sad lijepo *izaći van* i sve će biti ok. (Antena Zagreb, 25.7.2020.)
- E sad lijepo upotrijebite *pamet svojega mozga* i razumjet ćete. (Gold fm, 25.7.2020.)

*Vidio sam ga svojim očima* udžbenički je primjer koji se svakodnevno koristi u obliku stilske figure, a oni koji ga izgovaraju nisu svjesni da je riječ o jezičnoj pogrešci. Toliko se ukorijenio u jezik da je postao prirodan svakome od nas i teško je prepoznati radi li se o stilskoj pogrešci. Neke riječi objašnjavaju same sebe i dodaci im nisu potrebni. To se može potvrditi i iz primjera koji su pronađeni u radijskom govoru.

Kod antifigura se često događa da se uvuku u svakodnevni, razgovorni jezik pa pojedinac više nije sposoban prepoznati što je dobro, a što krivo. Antifigure često slične jedna drugoj, kod prepoznavanja važno je uočiti razliku. Zato treba naglasiti da perisologija može imati elemente neosvijestjenog pleonazma koji se teško mogu razlikovati.

#### **4.2.2.Tautologija**

Tautologija je vrlo slična pleonazmu. I jedna i druga figura različitim riječima ponavljaju isti pojam (Simeon 1969: 63). Kao i za ostale antifigure, ne postoji jedinstvena definicija.

Prema Simeonu tautologija je „ista misao izrečena u dvije rečenice ili isti pojam u dvije riječi; redundantna konstrukcija koja se sastoji od dvije ili više riječi od kojih svaka izražava isti pojam; prikazivanje neke činjenice ili stanja pomoću dvije sinonimne riječi“ (Simeon 1969: 595).

Prema Krešimiru Bagiću, tautologija spada pod figure misli. Ona je sinonim za istoriječje u rečenici, iskazu ili ulomku. Udvađa se ono što je već rečeno. Misljima dodajemo riječi i izraze koji su pomoćni, oni su podređene ideje pa se tako ponavlja ono što je moglo biti rečeno i bez popratnih sadr-

žaja. Uvećava se iskazivačka energija. Tautološko udvajanje može biti doslovno ili nedoslovno (Bagić 2012: 307). Kada se govori o doslovnom udvajanju, mnogi ga retoričari, poput Fontainiera nazivaju visokom antanaklazom kojoj je svojstven visoki stil.

S druge strane, i oglašivači koji vrte svoje reklamne poruke na radijskim ili televizijskim postajama, prepoznali su potencijal tautologije kako bi naglašavali važnost proizvoda koji se predstavlja. Sluša- teljima su reklame toga tipa pamtljive pa agencije danas imaju posebne odijele koji se bave sloga- nima i uvrštavaju tautologiju u njih, najčešće nesvjesno. Nedoslovno udvajanje najčešće se koristi u poeziji zbog ritma. Nerijetko je uporište ludičnosti aforizma i grafita (Bagić 2012: 308).

Ona se u radijskom govoru koristi za dodatno pojašnjavanje. Može se primijetiti da radijski voditelji udvajaju ono što je već rečeno:

- Kod nas kad *grmi*, onda stvarno *grmi*. (Gold fm, 15.7.2020.)
- Svi se žalite na vrućine, ali sad kad zimi dođe zima... (Enter Zagreb, 15.7.2020.)
- Ja uvijek kažem da svoje dijete treba voljeti bez obzira na sve. Tko će ga, ako ne ja? *Mama je ipak mama*. (Gold fm, 16.7.2020.)
- *Legendarni hitovi ostaju legendarni!* (Gold fm, 16.7.2020.)
- Ma gle, kaj je *previše*, *previše je*. Ni s kruhom nije dobro. (Antena Zagreb, 17.7.2020.)
- Pa to vas ja pitam! *Narodni je ipak narodni*. Volimo vas. (Narodni radio, 17.7.2020.)
- Ne želim mijenjati svoje mišljenje o tome. *Ja sam ja. Ti si ti*. (Enter Zagreb, 18.7.2020.)
- Zato je najbolje otići na našu obalu. *Naše je ipak naše*. (Narodni radio, 19.7.2020.)
- *Nemoj misliti na torticu! Nemoj misliti na torticu*. A tak mi se jede slatko... (Gold fm, 20.7.2020.)
- To je *Jackson*, ljudi moji. *Michael Jackson*. (Gold fm 20.7.2020.)
- ...ma *mala je lijepa*, *baš lijepa mala*. (Enter Zagreb, 22.7.2020.)
- Vani nam lagano *kiši kiša*. (Enter Zagreb, 22.7.2020.)
- ...vratili se jesmo, ali *doma je doma*. (Enter Zagreb, 25.7.2020.)
- Ovo su nam rekli iz *Gradskog poglavarstva Grada Zagreba* (Antena Zagreb, 25.7.2020.)



- *Jesi tu, Duje? Dobro je, tu je.* (Narodni radio, 25.7.2020.)

Tautologija kao stilska figura može pružati snagu, čistoću, profinjenost i posebnu energiju izrečenoga, ali vrlo često nema učinka na slušatelja jer je voditelji koriste svakodnevno, ali ne promišljeno. Iz njihovih govora zvuči kao simpatična greška. To se vidi u primjerima poput: *Kod nas kad grmi, onda stvarno grmi* ili *Jesi tu, Duje? Dobro, tu je.*

Svi voditelji tautologiju koriste kako bi promovirali svoju radijsku postaju i njezin slogan ili izvođača koji im predstavlja važnu ulogu u glazbi koju puštaju: *Legendarni hitovi ostaju legendarni* ili *narodni je ipak narodni*. Ovakve rečenice služe im i kao umeci između dvije pjesme kako bi slušatelji znali o kojem se radiju radi. Kada naglašavaju ima radijske postaje, udvajanje daje pamtljivi ritam pa u tom slučaju možemo govoriti o pravilnom korištenju tautologije kao stilske figure.

### 4.2.3. Lapalisada

Lapalisada je podvrsta tautologije kojom se izriče očita istina. Ona je tvrdnja koja se podrazumijeva, a toliko je jasna da čak izaziva i smijeh. Ponavljanje se realizira na razini rečenice. U prvome dijelu rečenice izriče se cilj, a drugi dio rečenice informacijski udvaja ono što je upravo rečeno (Bagić 2012: 179).

Kada bi takvim rečenicama maknuli dodatna objašnjenja, one bi bile stilski čiste i pravilne. Lapalisada je i najčešća stilska pogreška koju koristimo, a Bagić tvrdi da je treba izbjegavati zbog čistoće i ljepote govorenja. Kao i sve ostale antifigure, ona može biti namjerna ili nenamjerna.

Onoga trenutka kada je odlučimo svjesno koristiti, može biti izrazito humoristična i daje dodatnu vrijednost rečenici koju izgovaramo. Namjerna lapalisada najčešće se koristi u kazališnim komedijama zbog efekta humorističnosti koji izaziva kod gledatelja ili slušatelja. Ona postaje stilska figura s komičnim učinkom (Bagić 2012: 180).

Primjeri koji su pronađeni u govoru radijskih voditelja su:

- *Lijepo mi reci istinu, ne lagati.* (Enter Zagreb, 20.7.2020.)
- *Ja sam budan od 5 i trebalo mi je sat vremena da se spremim i dođem do posla. Ti se u tih šezdeset minuta ni ne dignoš iz kreveta, a kamoli do posla.* (Gold fm, 22.7.2020.)
- *S godinama stariš i postaješ dosadan, Filipe. Odi doma.* (Gold fm, 22.7.2020.)

Nema puno primjera korištenja lapalisade u radijskom govoru, ali one koje su pronađene, mogle su biti jednostavnije izgovorene. Korištenjem lapalisade voditelji najčešće insceniraju sukob u eteru sa

svojim suvoditeljima. Ovakvim rečenicama oni naglašavaju mane onoga drugoga i postižu komičan učinak na svoje slušatelje. Zato je ova figura poznata u kazališnim komedijama, pojačava efekt igrane scene. Iako je u njihovim govorima opravdala svoju ulogu, stilski je pogrešno postavljena i izgovorena pa se radi o antifiguri.

#### 4.2.4. Perifraza

Perifraza spada pod figure misli i podvrsta je amplifikacije. Ona je višestani izraz koji stoji umjesto određene riječi ili nekakvog naziva, neizravno imenovanje ili opis karakterističnih obilježja bića, pojave, predmeta, emocije i slično. Može se objasniti i kao okolišni izraz (Bagić 2012: 241).

Perifraza i izraz koji se njome zamjenjuje u odnosu su relativne sinonimije, ali je perifraza dulja, kompleksnija, bogatija značenjem i evokativnija. Obilje njezinih konstrukcija javlja se u frazeologiji. Česte su u folkloru ili poeziji, razgovornom stilu, ali i političkoj retorici (Bagić 2012 : 242).

Njezina zadaća je naglašavati detalje, osnažiti ideje, a onaj koji je koristi često je poetičan u svom govornom stilu, naznačena je ironija i živopisni govor. Dakle, iste stvari, pojave ili osobe, mogu biti objašnjene različitim izrazima. Onaj koji poseže za perifrazom, želi biti drugačiji, pokazati profinjenu inteligenciju i jedan visoki stil govorenja (Bagić 2012: 242). Bila je omiljena u baroknoj i klasicističkoj književnosti, a danas je oslonac mnogim govornicima kojima je javni nastup profesija. Iza prekomjerne sklonosti korištenju perifraze, postoji opasnost da se jezičnoj kreaciji nadrede banalni izrazi, kliše i opća mjesta pa dolazi do osiromašenja komunikacije (Bagić, 2012: 243).

Ona je podložna greškama u pisanju ili izgovaranju. U radijskom govoru koriste je svakodnevno; na početku rečenice kao uvod, naglasak na određeni pojam ili pak na kraju gdje služi kao poanta ispričanog sadržaja.

Ovo su primjeri:

- ...kako je on bio *Otac hrvatske književnosti*, tako je naš Miran postao *otac gold akustik večeri* (Gold fm, 17.7.2020.)
- Takva slika i priliči *Lijepoj našoj*. ( Antena Zagreb, 19.7.2020.)
- Ja sam nedjeljno popodne provela u *gradu kremšnita*, ali nisam ih jela. To upamtite! (Antena Zagreb, 20.7.2020.)
- Budući da mladi i demografija nisu nigdje posebno istaknuti, mogli bi i taj resor zvati *ministarstvo Zrće* (Antena Zagreb, vijesti, 22.7.2020.)

- ...krasan je, baš kao što kažu, *najsunčaniji otok*...(Narodni radio, 22.7.2020.)
- Naša Nives je pametna. Ona se fino udala za *najtrofejnijeg hrvatskog sportaša*. Ajte vi ak možete. (Narodni radio, 23.7.2020.)
- Ti baš lažeš *kak si dug i širok!* (Enter Zagreb, 24.7.2020.)
- A lijepo sam im rekla, *držite jezik za zubima*, bolje vam je. (Antena Zagreb, 24.7.2020.)
- Bilo bi dobro da u nastavku čujemo tu slavnu himnu. Idemo prema *gradu Beatlesa*. Jasno vam je koja stvar je na redu. (Gold Office, 24.7.2020.)
- Ma gle, nekad i ja *mlatim praznu slamu*...(Enter Zagreb, 25.7.2020.)
- Bila sam i u Dumovcu, želim da mi dijete razvija empatiju prema životinjama od malena. I ja sam tamo uzela svoju Blanku. Ipak su oni *čovjekovi najbolji prijatelji*. (Gold fm, 25.7.2020.)
- Ova naša redakcija je postala prava džungla. Predvodnica je Tea, ona je *kralj džungle*. (Enter Zagreb, 25.7.2020.)

*Lijepa naša* je Hrvatska. *Otac hrvatske književnosti* jednostavnijim rječnikom, Marko Marulić. *Grad kremšnita* koji se spominje na Anteni Zagreb je Samobor. Isto kao što je i Hvar *najsunčaniji otok*, a *grad Beatlesa* zapravo Liverpool.

Iz ovih primjera vidimo da su neki od voditelja željeli naglasiti detalje, osnažiti ideje, poetizirati i oživiti pojam o kojem govore. Perifraza im je dala mogućnost da ispadnu profinjeni, pametni i da se istaknu. Isticanje znanja najbolje je vidljivo iz primjera na Gold fm-u. Voditeljica koristi sintagmu *otac hrvatske književnosti* kako bi ga usporedila sa svojim kolegom i njegovim vrhunskim sviranjem gitare. U trenutku kada je posegnula za perifrazom, ova stilska figura izgubila je značenje i pretvorila se u antifiguru. Rečenica je zazvučala nepromišljeno, neprofesionalno i u slušatelju budi pitanje: *a što je pjesnik zapravo htio reći?* U jednom trenutku učinilo se da voditeljicu nismo dobro čuli i da je nastala greška u komunikacijskom kanalu.

Sličan primjer je i *mlaćenje prazne slame*. Koliko god zvuči poetski, voditelj je za ovom rečenicom posegnuo u trenutku kada više nije znao što želi dalje govoriti pa mu je perifraza poslužila kao obrana od nepripremljenosti. Ova stilska figura je opasna kod krivog korištenja kao što je vidljivo iz primjera.

S druge pak strane, govoru u nekim situacijama daje posebnu ljepotu. Kada se spominje *grad Beatlesa* i njegova veličanstvena himna, rečenica u obliku perifraze izgleda kao da je voditelj o njoj dobro promislio i pripremio je. Korištena je u pravo vrijeme, na pravome mjestu i iz toga je proizašla profinjenost i pravilnost izgovorene stilske figure. U takvom slučaju, ne može se govoriti o stilskoj pogrešci.

#### 4.2.5. Pleonazam

Za razliku od ostalih antifigura, pleonazmu se u literaturi omogućava najviše prostora. To je zato što se kao antifigura najčešće i koristi, ali joj je teško dati jedinstvenu definiciju. Svaki autor defini- ra ga drugačije.

Za neke je objašnjen kao “izražavanje istoga sadržaja dvjema ili s više riječi” (Silić; Pranjković, 2005: 380), kao “gomilanje riječi ili izraza s istim značenjem” (Silić, 2006: 37). Isto može biti i “retorički postupak koji se temelji na dodavanju i nagomilavanju odvijajući se podjednako na planovima jezičnog izraza i sadržaja” (Simeon 1969: 62).

Prema Krešimiru Bagiću, on spada u figure konstrukcije, a predstavlja postupak razvijanja i proširivanja iskaza tako da se riječima dodaju istoznačnice ili bliskoznačnice. Sintaktička veza među sastavnicama pleonastičkog izričaja posve je korektna; izlišno se ponavljanje događa na semantičkoj razini. Tipični primjer za pleonazam javlja se u rečenici: *Ja, osobno, mislim.* (Bagić, 2012: 249)

Njoj je osim predikata, dodana zamjenica *ja* i prilog *osobno*. Ona se jednostavno može svesti samo na predikat pa bi glasila *mislim* što je stilski ispravno. Kada se govori o korištenju pleonazma, treba razlikovati neosviješteni i stilistički pleonazam.

Neosviješteni pleonazam nije figura već pojava. Ona se javlja u zanimanjima komunikacije čije je obilježje formulaičnost i repetitivnost. Nepotrebno bujanje jezika najčešće je u jeziku birokracije, politike i administracije. Najčešće su to imeničke konstrukcije na mjestu glagolskih, nepotrebna objašnjavanja jedne imenice drugom ili udvajanje gramatičkih oznaka (Bagić, 2012:249).

Stilistički pleonazam je ekspresivan, funkcionalno obilježava određeni iskaz. On je, za razliku od neosviještenog, figura. Javlja se u usmenoj poeziji, naprimjer i obogaćuje njezin ritam i tijek (Bagić, 2012: 249).

Najčešći učinci pleonazma su isticanje ključnih misli i ideja, nijansiranje izraza, uvećavanje njegove snage i jasnoće te proizvodnja komičnih efekata (Bagić, 2012: 250).

Najčešći primjer krivog korištenja stilske figure na koju se nailazi kod slušanja radijskih voditelja je korištenje pleonazma.

- ...*ja, osobno, mislim...* (Gold fm i Antena Zagreb, 15.7.2020.)
- Najvažnije je *unaprijed planirati* kupnju karata i onda ste bez brige. (Enter Zagreb, 15.7.2020.)
- Eto me ponovno s vama. Moram vam ovo ispričati prije nego krenemo. Išli smo na more *no, međutim...* (Narodni radio, 16.7.2020.)
- I to nije normalno *zato jer...* (Narodni radio, 16.7.2020.)
- Rekla sam Filipu da bi bilo dobro promijeniti plan *zato jer* je to jedino ispravno, ali čovjek ne želi. (Gold fm, 16.7.2020.)
- Ne znam točno kada će vratiti koncerte u naš najdraži rock kafić, ali bit će to u *vremenskom razdoblju...* (Gold fm, 16.7.2020.)
- I tako smo mi odlučili *pokrenuti inicijativu*, tko zna, možda upali! (Enter Zagreb, 17.7.2020.)
- ...bili smo na kavi i evo, odlučili smo se *vratiti natrag*. (Enter Zagreb, 17.7.2020.)
- To i sami čujemo *često puta* na televiziji. (Antena Zagreb, 18.7.2020.)
- Nemoj se sramiti, *uđi unutra* i lijepo objasni zašto kasniš na posao! (Gold fm, 19.7.2020.)
- Rakijom protiv svih bolesti. To je meni davno objasnila moja stara baka. (Enter Zagreb, 20.7.2020.)
- Ajmo, *popni se gore*, Mirane! (Gold fm, 22.7.2020.)
- Jedva smo čekali predstaviti vam novu priču. Ne samo mi, *također* i naš direktor koji se danas vraća. (Antena Zagreb, 22.7.2020.)
- Zamisli ti nju, ona bi to kupila. Pa to nije niš posebno, to je *mala kućica*, samo kaj je na Hvaru. (Enter Zagreb, 24.7.2020.)
- Nije to za nas normalne ljude. *Ja, osobno, mislim* da je to glupost. (Enter Zagreb, 24.7.2020.)
- Jedva čekam da nešto smisle, ja ću prva tražiti da me cijepe i onda smo mirni. Ti ćeš biti *drugi po redu*. (Gold fm, 25.7.2020.)

- Pa ovo je genijalno! Opet imamo ljetno sniženje od 100 posto na legendarne hitove. (Gold fm, 25.7.2020.)

Kao što je navedeno u uvodu, najčešći primjer pleonazma je rečenica *ja, osobno, mislim*. Ona se često ponavlja u radijskom govoru. Postala je svakodnevna, a kod nekih voditelja javlja se kao poštapalica koju koriste u svakome trenutku kada žele izraziti i naglasiti svoje mišljenje.

*No, međutim, zato jer, također i* su često korišteni pleonazmi u radijskom eteru.

Svi oni spadaju pod neosviještene pleonazme što znači da nisu stilske figure već pogreške. Svaki od voditelja koji poseže za njima radi to na nesvjesnoj razini. To se može iščitati iz konteksta izrečene rečenice. Pleonazam im služi da jednostavno pretvore u drugačije, a ni sami ne razumiju da su upravo napravili veliku stilsku pogrešku.

Sličan problem pojavljuje se i u sintagmi *stara baka*. U literaturi se navodi da je stara baka tipičan pleonazam. Bilo bi dovoljno izgovoriti samo baka jer nam ova imenica odaje i njezine godine, a pridjev stara je suvišan. Pleonazam u ovakvom obliku može zvučati i pogrдно što nije ugodno uhu slušatelja. Kada radijski voditelj poseže za pleonazmom, nepotrebno gomila riječi koje mu služe kao *slamka spasa* kod naglašavanja svojstava neke imenice, zamjenice, pridjeva ili glagola.

#### **4.2.6. Batologija**

Batologija je figura dikcije. Na grčkom znači brbljarija. Tako i definicija batologije kaže da je to višestruko i uzastopno ponavljanje iste ili više riječi. Mnogi autori, poput Molinlea i Ricalens- Pouchrota takvu vrstu ponavljanja karakteriziraju kao dosadno i isprazno. Kada se istražuje korištenje batologije u radijskom ili televizijskom mediju, ona je česta kod prijenosa sportskih događaja. U takvom obliku uspoređuje se i s fenomenom “prazne ploče”. Komentatori ili voditelji često nemotivirano sugeriraju emotivnu ekstazu konstantnim gradacijskim ponavljanjem (Bagić 2012: 76).

Batologija se opisuje i kao postupak kojim se ponavlja ono što je već rečeno pa je tako prazan diskurz koji poseže za obiljem općenitih pojmova i formulacija. Zbog toga se pleonazam, a posebno perisologija smatra njenom podvrstom tj. sinonimom. Ostvaruje se upotrebom bliskoznačnica koje nisu funkcionalne (Bagić 2012: 77).

Batologiju Bagić povezuje s govorom loših političara ili televizijskih komentatora. On tvrdi da se ponašaju kao nebitne figure koje moraju pokriti televizijski ili radijski program govorom, a ne kao intelektualci od kojih čovjek može učiti.

Za razliku od radijskog govora, u poeziji, publicistici ili prozi, važna je za estetiku. U ovim žanrovima prerasta u figuru koja podupire njegovu ludičnost (Bagić 2012: 76).

Ovo su neki od radijskih primjera:

- Prisjetite se toga ljeta. Kako je to bilo lijepo! I zato je danas s nama, doduše, telefonskim putem, naš Luka. Ne bilo koji Lukaa nego *Lukaaaa, Lukaaaaaaa, Lukaaaaaaa Mooodrić!* (Narodni radio, 17.7.2020.)
- I opet su ti dečki napravili čudo unatoč situaciji oko nas. Jer to nije bilo koji klub, to je *Diiii, Diiiiiiii, Diiiiiiiiinaaaaamooooooooo!* (Gold fm, 21.7.2020.)
- Danas je s vama naša A, Aaaa, Aaaaa...previše me to aaa vuče na nešto. No, Aaaaaana Herceg! (Gold fm, 21.7.2020.)

Možemo primijetiti da batologija nije česta pojava u svakodnevnom govoru radijskih voditelja. Javlja se u trenucima kada voditelji žele istaknuti neki sportski trenutak, najaviti ga ili se samo prisjetiti lijepoga kao što je to u slučaju Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji. Uzastopno ponavljaju više riječi ili rečenica. Batologija ima tu moć da emociju prenosi jače i doživljaj učini posebnijim.

S druge strane, voditelj na Gold fm-u posegnuo je za batologijom u trenutku najave svoje kolegice koja dolazi na radno mjestu nakon njega. Iako nesvjesno poseže za njom, ipak naglašava ono što govori kako bi dobio pažnju slušatelja. To je primjer koji pokazuje da su antifigure u komičnom obliku zanimljive, ritmične i duhovite. Bez njihove primjene u izgovaranju ovakvih rečenica, ostao bi samo prazan tekst bez dovršenog smisla.

#### 4.2.7. Palilogija

Palilogija spada pod figure dikcije, ona je podvrsta batologije ili geminacije. To je opći naziv za ponavljanje iste riječi ili skupine riječi bez koordinacijskog veznika. Ubraja se među jednostavne stilske postupke, ali je izrazito podesno sredstvo isticanja teme i emocionalnog bojenja iskaza. Pomoću nje se postiže učinak ekspresivnog prenošenja kakve ideje, nakane ili osjećaja. Pojavljuje se u svim diskurzivnim oblicima; od pjesništva pa sve do novinarskih idioma, reklama i razgovornog jezika (Bagić 2012: 218).

Primjeri palilogije u radijskom govoru:

- Ajmo maco! *Brže, brže, brže...*ma bravo. (Enter Zagreb, 21.7.2020.)
- To je bilo sve od mene, *a sad...a sad...a sad...*mjuza do kraja dan! (Gold fm, 22.7.2020.)

- Daj me malo oraspoloži! *E tak,tak,tak...* genijalna si kolegica. Samo kolegica, hahaha...(Enter Zagreb 25.7.2020.)

Palilogija se ne koristi često u radijskom govoru, ali služi voditeljima kao neka vrsta gradacije osjećaja i prenošenje istih na publiku.

#### 4.2.8. Geminacija

Geminacija je figura dikcije, podvrsta palilogije. Ona je ponavljanje iste riječi ili više njih na različitim mjestima u nekom dijelu. Element koji se ponavlja, mora se dovoljno puta ponoviti da bi se prepoznao kao učinak tematskog i ritmičkog isticanja. Dominantna je u poeziji pa se tako uz ovaj pojam vezuje pjesma Tamo, D.Dragojevića. Česta je i u usmenoj komunikaciji (Bagić 2012: 123).

Ova jezična pojava postaje stilska figura tek kada za njom svjesno posegnemo i kada ona u određenim iskazima ili djelima stvara poseban dojam (Bagić 2012: 124).

Dino Dvornik u svojoj pjesmi koristi geminaciju: "*ja sam hipno-tizi-tizi-ran.*" U ovom obliku, ona nije bezvezno gomilanje riječi već stilska figura koja doprinosi dojmu i ritmici pisanog, a onda i izgovorenog teksta. Dok je god svjesno korištena u svrhu kvalitete stila i umjetnosti, ona ima posebnu moć.

Figure dikcije su podložnije stilskim pogreškama pa tako postoji veća opasnost da u kontekstu rečenice zvuči nepravilno što vidimo iz primjera radijskih govora:

- ...*tamo* smo došli i onda je *tamo* na tom istom mjestu, rekao da *tamo* nemremo...koja je tu logika? (Enter Zagreb, 15.7.2020.)
- Opet sam pritisnuo pogrešan gumb. Čekaj, sad će. *Ide, ide, ide...ipak ne ide.*(Enter Zagreb, 16.7.2020.)
- ...bilo je baš ono, *lijepo*. Jako *lijepo*. Znaš ono, *lijepo* je i sve je lakše i *ljepše*. (Narodni radio, 24.7.2020.)
- ...*tak* je to danas, ljudi moji. *To je tak* i nemreš pobjeć od toga što je *tak*. (Enter Zagreb, 24.7.2020.)
- *Nisam ja taj lik*. *Nisam taj lik* i nisam jednostavno. Ne podržavam to. (Enter Zagreb, 24.7.2020.)
- I vrijeme nam *leti, leti, leti*, a od *letenja* ništa napravili nismo. (Narodni radio, 24.7.2020.)



- *Kakav je to luđak! Bože, kakav luđak. Pa skoro sam umrla od straha! Kakav luđak..*

Iz samo četiri primjera geminacije koja su pronađena kod slušanja radijskih potaja, može se primijetiti nečistoća u jeziku govorenja kada je korištena. Česta je u novinarstvu, a posebno kod intervjua koji idu uživo. Ona je znak treme, nepripremljenosti ili zabune u sadržaju koji se izgovara. Koristeći je, voditelji mogu zvučati kao da imaju probleme s izgovorom i mucanjem što potiče slušatelja da prebaci program na drugu frekvenciju. Trebalo bi je izbjegavati u svakodnevnom govoru, osim u poetičnim stihovima kada ona dobiva svoj puni smisao.

#### 4.2.9. Anakolut

Anakolut spada pod figure konstrukcije i često se pojavljuje u govornom jeziku kao greška, to je sintaktička nedosljednost. Njezin rečenični završetak ne poklapa se s početkom rečenice. Možemo je promatrati i kao prijelaz iz jedne gramatičke konstrukcije u drugu.

Ona je propust koji nastaje uslijed rastresenosti i zaboravljivosti govornika, a sastoji se u tome da se započeta rečenica ne nastavi i ne dovrši (Bagić 2012: 42). Ova antifigura javlja se kod radijskih govora kada voditelji nisu dovoljno pripremljeni, kada su rastreseni ili samo pokušavaju objasniti određeni pojam ne znaju točno što pjesnik želi reći. Ova antifigura odaje ih u njihovoj nesigurnosti i nespremnosti, čini se kao da ne znaju o čemu pričaju.

Anakolut se nekada koristio u Shakespearovim dramama, Platonovim dijalozima ili u proustovskom načinu pripovijedanja. Mislima se pribavljala spontanost i uvjerljivost, naglašavalo se emocionalno stanje govornika i imao je učinak iznenađenja. Klasični su ga pjesnici rabili radi metričkog ujednačavanja stihova. Kao sredstvo stilizacije koristi se u hrvatskim prijevodima Biblije i starim tekstovima (Bagić 2012 : 43).

U istraživanju radijskih govora pronađena su samo tri primjer korištenja anakoluta.

- *Miran* stoji pred vratima, nije mi simpatičan *njegov pogled*. (Gold fm, 15.7.2020.)
- Ajde nam ti pročitaj vijesti, *Ivona*. Ajme, *donio je čokoladu!* (Narodni radio, 15.7.2020.)
- Danijela u nastavku...Ajme, to vani pada kiša ili? (Narodni radio, 17.7.2020.)

Netipična je figura, ali iz primjera vidimo da ju radijski voditelji koriste u trenutku kada izgube fokus na sadržaj koji izgovaraju. Gube koncentraciju, iz jedne teme prelaze u drugu i njihova rečenica ne završava nego gubi smisao. I slušatelj u tom trenu gubi fokus na ono što voditelj govori pa se stvara buka u komunikacijskom kanalu.

#### 4.2.10. Sinonimija

Sinonimija je figura konstrukcije koja ima bogatu povijest. Razvili su je i opisali još grčki retoričari i filozofi, a kao najpoznatije treba istaknuti Aristotela i Platona. U hrvatskom se jeziku počinje javljati u srednjovjekovnim tekstovima i usmenoj književnosti u izrazima poput *čas i hip*, *gnjev i srditost* ili *sram i stid*. To je pojavljivanje dvije ili više bliskoznačnih riječi ili pak spojeva riječi u nekoj rečenici. (Bagić, 2012: 301)

Sinonimične riječi u načelu u istom kontekstu mogu zamjenjivati jedna drugu, a da se uopće se promijeni značenje (Melvinger, 1984: 45).

Za osnovnu misao neke rečenice bila bi dovoljna i jedna riječ pa su sinonimi oni koji podvlače obavijesti, neki pojam dodatno objašnjavaju, pridonose ekspresivnosti i stilskoj eleganciji.

Primjere sinonimije možemo pronaći u svakodnevnom govoru, ali i diskurzivnim književnim oblicima.

Kada spojimo dvije iste riječi koje se pojavljuju zajedno, radi se o kontaktnim sinonimima. Mogu se također pojavljivati na različitim mjestima u rečenici. Tada su oni uporište u jezičnim igrama, stilizaciji, estetizaciji iskaza (Bagić, 2012: 302). Sve dok sinonimiju koristimo namjerno zbog stila i ritma rečenice, ona je opravdana i spada u stilske figure konstrukcije. Onoga trenutka kada je koristimo nesvjesno, kao i ostale figure, postaje antifigura tj. stilska pogreška. Sinonima je danas aktualna u svim medijima kada voditelji žele pojasniti i podcrtati određeni pojam pa ga spomenu dva puta na identičan način. Klasičan primjer je: *sram ga i stid bilo*.

Sinonimija je slična tautologiji, ali se ipak radi o zasebnim pojavama. Semantičko se ponavljanje kod sinonimije odnosi na riječi ili spojeve riječi, a kod tautologije na cjelinu izričaja. U Grčkoj se ona još nazivala epihiza ili epimona.

Sinonimiju kao jednu od najčešćih antifigura možemo pronaći u svakodnevnom životu. Koristimo je u razgovornom jeziku ne znajući da griješimo. Ovo su neki od primjera:

- Ma više mi je dosta i njih, tako su kao neki znanstvenici. Nek ih bude i *sram i stid*, sve. (Antena Zagreb, 18.7.2020.)
- Pa to će biti prava *prirodna i ekološka katastrofa*, nemojmo se zavaravati. (Narodni radio, 18.7.2020.)

- Javite nam se na 08009490, danas *pričamo i govorimo* o iskustvima vaših bolesti. (Gold fm, 19.7.2020.)
- Važno je da stvorimo tu prirodnu *zaštitu od bolesti, imunitet*. (Enter Zagreb, 19.7.2020.)
- Pa to se zove *varati ženu*, to je čisti *preljub*. (Enter Zagreb, 19.7.2020.)
- Opet sam se morao ustati u 5, na moju *tugu i žalost* i sve. (Gold fm, 20.7.2020.)
- Ma čekaj, kak se to zove? Znaš *ona bilježnica gdje pišeš note*? No, *kajdanka*. E, to mi treba! (Enter Zagreb, 20.7.2020.)
- ...taj naš Duje je baš *divan i krasan* dečko. (Narodni radio, 20.7.2020.)
- ...ma to je *gotovo, kraj*. (Enter Zagreb, 20.7.2020.)
- Sad ćemo *ponovno i opet* govoriti o koroni. (Narodni radio, 21.7.2020.)
- Ova moja Alex stalno nešto *lupa, treska, udara*...šta hoćeš, ženo? (Enter Zagreb, 22.7.2020.)
- *Muš* mi je rekao da je bolje ovako. Uglavnom, kad *suprug* to kaže, znaš da laže. (Narodni radio, 23.7.2020.)
- U stožeru je bilo žestoko danas. *Raspravljali su se i nadmetali* oko novih mjera. (Antena Zagreb, 23.7.2020.)
- Kako si se *stanjio i omršavio*, Mirane! (Gold fm, 23.7.2020.)
- Da je meni na nastavu preko računala! Sto posto manje keceva bi bilo. Kec smo mi zvali jedinicu. (Enter Zagreb, 23.7.2020.)
- Moji u uredu danas nisu znali kaj znači *frentanje*. Vi me kužite ili se i kod vas to govori *markiranje*? (Enter Zagreb, 23.7.2020.)
- ...kakve su to *guzice i stražnjice*, ljudi moji. Morate otići tamo. (Enter Zagreb, 24.7.2020.)
- Ali razumiješ? Cijela plaža puna *peškirića i ručnika* i luftića. Poludiš. (Enter Zagreb, 24.7.2020.)
- Moramo gledati pozitivno na stvari. Ja to *i hoću i želim*! (Enter Zagreb, 25.7.2020.)

Radijski voditelji koristeći sinonimiju podcrtavaju obavijesti ili pojašnjavaju nepoznati pojam kao što je vidljivo iz primjera *peškirića* i *ručnika*. U objašnjavanju riječi *frentanje* voditelj svjesno ko-

risti istoznačnicu tj. *markiranje*. Ona je česta u žargonu ili dijalektima pa se voditelji snalaze koristeći ju. Zato i je važno da se standardni jezik koristi kao glavni u profesijama koje se bave javnim nastupom i govorom.

Sinonimija bi trebala pridonositi ekspresivnosti i eleganciji u stilu, ali u primjerima njezina prava funkcija nije korištena pravilno. Objašnjavalo se već objašnjeno, a neke riječi poput *stražnjica* i *guzica* su se podcrtavale. Iz toga je vidljiva opasnost koju posezanje za sinonimijom na krivim mjestima donosi.

## 6. ZAKLJUČAK

Jezik nije moguće opisivati kao puke znakovne sustave. Glede svrhe koja im se pripisuje oni jesu prvenstveno sustavi znakova; ali glede unutrašnje strukture prvenstveno su nešto drugo, sustavi figura...(Hjemslev, 1980: 13)

Analizom govornog sadržaja na četiri radijske postaje; Anteni Zagreb, Narodnom radiju, Enteru Zagreb i Gold fm-u, primijećen je veliki broj stilskih figura unutar rečenica koje su korištene na pogrešan način pa su tako postale stilske pogreške ili antifigure. Svaka stilska figura podložna je greškama. Od deset istraživanih figura sve su se pojavljivale u obliku antifigure najmanje dva puta, a neke i više.

Perisologiju radijski voditelji koriste jer imaju osjećaj da su rečenice efektivnije ako im dodamo objašnjenje, čini se da ih slušatelj može bolje razumjeti.

Korištenjem lapalisade voditelji najčešće insceniraju sukob u eteru sa svojim suvoditeljima. Takvim rečenicama oni naglašavaju mane onoga drugoga i postižu komičan učinak izgovarajući ih svojim slušateljima.

Iz ovih primjera vidimo da su neki od voditelja željeli naglasiti detalje, osnažiti ideje, poetizirati i oživiti pojam o kojem govore. Perifraza im je dala mogućnost da ispadnu profinjeni, pametni i da se istaknu.

Batologija nije česta pojava u svakodnevnom govoru radijskih voditelja. Javlja se u trenucima kada voditelji žele istaknuti neki sportski trenutak, najaviti ga ili se samo prisjetiti lijepih događaja kao što je to u slučaju Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji. Uzastopno ponavljaju više riječi ili rečenica. Batologija emociju prenosi jače i doživljaj čini posebnijim.

Geminacija je specifična figura, pojavljuje se u intervjuima koji idu uživo. Ona je znak treme, nepripremljenosti ili zabune u sadržaju koji se izgovara. Koristeći je, voditelji mogu zvučati kao da imaju probleme s izgovorom i mucanjem što potiče slušatelja da prebaci program na drugu frekvenciju.

Anakolut je netipična figura, a radijski voditelji posežu za njom u trenutku kada izgube fokus na sadržaj koji izgovaraju. Gube koncentraciju, iz jedne teme prelaze u drugu i njihova rečenica ne završava nego gubi smisao. I slušatelj u tom trenu gubi fokus na ono što voditelj govori pa se stvara buka u komunikacijskom kanalu.

Najčešće upotrebljavane su sinonimija, tautologija i pleonazam. To je zato što su ove stilske figure efektne u karakterizacijama lika. Voditelji pomoću njih pokušavaju na slikoviti način izraziti svoje misli, ideje, osnažiti poruku koju šalju slušateljima. One im pomažu da upozoravaju na detalje i ističu bitne rečenice i događaje. Figurativnost im služi kao pomoć u prenošenju emocije na svoju publiku. Oživljavaju riječi i rečenice i ostvaruju bliskost sa slušateljima.

Tako su se pleonazmi *ja, osobno, mislim, no, međutim ili zato jer*, usadili u govoreni jezik i kao antifigura postali potpuno prirodni u izgovoru.

Korištenje tautologije najčešće koriste za promociju radijske postaje, samih sebe, slogana i izvođača koje puštaju: *Legendarni hitovi ostaju legendarni ili narodni je ipak narodni*. Ovakve rečenice služe im i kao spojnice između dvije pjesme kako bi slušatelji znali o kojem se radiju radi. Tautološko udvajanje može stvarati ugodan osjećaj slušateljima, ako je namjerno korišteno. U istraživanju su ga voditelji koristili nesvjesno i napadno pa se radi o antifiguri.

Sinonimija bi trebala pridonositi ekspresivnosti i eleganciji u stilu, ali u primjerima njezina prava funkcija nije korištena pravilno. Objašnjavalo se već objašnjeno, a neke riječi poput *stražnjica* i *guzica* su se podcrtavale. Iz toga je vidljiva opasnost koju posezanje za sinonimijom na krivim mjestima donosi.

Antifigure se često ne mogu prepoznati jer su se uvukle u jezik, narječja ili žargon. Postale su dio svakoga od nas, a mi smo ih kao društvo prihvatili, pripitomili i počeli koristiti u svakodnevnom govoru. Radijski voditelji nisu svjesni trenutka u kojem je došlo do stilske pogreške, a slušatelji to ili ne prepoznaju ili prepoznaju kao buku u komunikacijskom kanalu. To je zato što se pogrešnom upotrebom stila u govorenom jeziku umanjuje njegova kvaliteta i on prestaje imati svoju najvažniju ulogu, a to je ljepota govorenja.

Najviše stilskih pogrešaka pronađeno je u govornom sadržaju radijskih voditelja na Enteru Zagreb, a najmanje ih ima Gold fm. Enter je orijentiran prema mlađoj populaciji pa se očekuje od voditelja da im bude blizak. Radijski voditelji zabavljaju publiku više nego informiraju, imaju dominantnu ulogu, koriste ležerni stil u govoru, imaju potpunu slobodu govora. Jezik i njegova pravila u njihovom su slučaju manje bitna. Fokus je na brzini i prilagodbi mladima.

S druge strane, Gold fm ima tradiciju. Njegova frekvencija poznata je od samih početaka radija kao medija na našim prostorima. Tamo su karijere započinjali najveći voditelji kojih se danas samo prisjećamo. Oni su bili pažljivi u govoru, jednostavni, inteligentni i imali su profinjeni način izgovaranja svake riječi ili rečenice. Zaštitno lice Gold fm-a su legendarni hitovi koji su orijentirani prema

starijoj populaciji. Voditelji imaju zadatak obratiti pažnju na način govorenja, stil i sadržaj koji prenose. I kod njih je sve više prisutan ležerniji stil govorenja, ali povremeno se vraćaju pravilima. To im je tradicijska obaveza.

Možemo zaključiti da se jezik i stil već neko vrijeme udaljavaju od svojih korijena što je vidljivo u sve češćim pogreškama. Brzina, modernizacija i sloboda govorenja probile su sva pravila i granice. Danas su zabavniji voditelji amateri nego li profesionalci. Čak je i nacionalna televizija počela modernizirati program. Mladi odlaze u udarne termine, a stariji voditelji koji su jedini prolazili kvalitetne škole govorničtva ostaju u kasnim večernjim terminima ili su postavljeni kao urednici koji se kriju iza mikrofona i kamere. I kao urednici nemaju slobodu da vraćaju jezik na početne postavke jer to nikome nije interesantno. Izgleda kao da se briga o jeziku i stilu govorenja namjerno odbacuje, a trebala bi biti zadaća svakoga od nas.

Baš zato što se o jeziku toliko malo govori i ne posvećuje mu se pažnje koju zaslužuje, ovaj diplomski rad nastoji potaknuti pojedince i voditelje na razmišljanje o stilskim pogreškama u jeziku. Radijski voditelji su dio javnih govornica, njihov posao je svakodnevno promoviranje jezika putem medija. Oni su majka emisije koju vode, priče koju pričaju, vođe su svih izgovorenih riječi. Njihov duh čini radijsku frekvenciju, a iza njega i dalje stoji izuzetna moć da svoje misli, ideje, kreacije i stil govorenja uvede u društvo koje ga sluša.

Zadatak voditelja je potaknuti društvo da resetira ovaj ubrzani način života i vrati postavke na sami početak. Tamo se nalaze naši korijeni, sva pravila i odgovori na pitanja o jeziku. Nastavimo li odbacivati ljepotu jezika i stila koji tako čvrsto stoji uz njega, neće nam ostati ništa. U jednom trenutku imat ćemo novi, multikulturalni jezik koji će biti daleko od našeg standardnog. Zle riječi ne postoje, ali postoji zlouporaba tih riječi. Tome ne treba težiti i zato radijski voditelji imaju odgovornost da društvo usmjeravaju na pravi put. Što više negujemo naše, to duže ono ostaje u nama i s nama.

Zato ću se na kraju poslužiti stihovima Petra Preradovića, Rodu o jeziku. Tamo su utkane sve potrebne misli koje govore o važnosti jezika. Možda nekoga ipak potakne na razmišljanje.

„O jeziku, rode, da ti pojem,  
O jeziku milom tvom i mojem!  
O preslatkom glasu onom  
U komu te mile majke  
Usnivahu slatke bajke,  
Koga šaptom i romonom  
Duši ti se svijest probudi  
Te ti spozna i uvidje  
Da ti bolje nije nigdje  
Do na tvoje majke grudi!  
Po njemu te svijet poznaje živa,  
Na njem ti se budućnost osniva.  
Zato uvijek k njemu teži,  
U njegovo jato hrli,  
Okolo njega mi se grli  
I u čvrsto kolo veži  
Pa ti neće vremeniti  
Burni trijesi da nahude;  
Po jeziku dok te bude,  
I glavom će tebe biti!  
Ljub si, rode, jezik iznad svega,  
U njem živi, umiri za njega!  
Po njemu si sve što jesi:  
Svoje tijelo, udo svijeta,  
Bus posebnog svoga cvijeta  
U naroda silnoj smjesi.  
Bez njega si bez imena,  
Bez djedova, bez unuka.  
U prošasti sjena puka,  
Ubuduće niti sjena!“



## POPIS LITERATURE

1. Anić, Vladimir i dr. (2002) Hrvatski enciklopedijski rječnik. Zagreb: Novi liber
2. Bagić, Krešimir (2012) Rječnik stilskih figura. Zagreb: Školska knjiga
3. Barić, Eugenija i dr. (1990) Gramatika hrvatskog književnog jezika. Zagreb: Školska knjiga
4. Bošnjak, Branko (1982) Grčka filozofija. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske
5. Češi, Marijana (2018) Stvaranje pisanjem. Zagreb: Naklada Ljevak
6. Hjelmslev, Louis (1980) Prolegomena teoriji jezika. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske
7. Jelaska, Zrinka (2012) Ovladavanje materinskim i inim jezikom. U: Češi, M., Cvikić, L., Milović, S. (ur.) Inojezični učenik u okruženju hrvatskoga jezika-okviri za uključivanje inojezičnih učenika u odgoj i obrazovanje na hrvatskome jeziku. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje,
8. Melvinger, Jasna (1983) Frazeološki parovi riječi. Jezik: časopis za kulturu hrvatskog književnog jezika. 31(4): 107-114.
9. Mihaljević, Milan (2002) Slavenska poredbena gramatika: Uvod i fonologija. Zagreb: Školska knjiga
10. Mučalo, Marina (2010) Radio medij 20.stoljeća. Zagreb: AGM
11. Novaković, Darko (1995) Stilska dimenzija figura u antičkoj retoričkoj tradiciji. U: Tropi i figure. Živa Benčić i Dunja Fališevac, ur.Zagreb: Zavod za znanost o književnosti, 11-51.
12. Sapunar, Marko (2000) Radio u 21. stoljeću. Politička misao 37(1): 205-210.
13. Silić, Josip (2006) Funkcionalni stilovi hrvatskog jezika. Zagreb: Disput
14. Silić, Josip; Pranjković, Ivo (2005) Gramatika hrvatskog jezika za gimnazije i visoka učilišta. Zagreb: Školska knjiga
15. Simeon, Rikard (1969) Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva. Zagreb: Matica hrvatska
16. Solar, Milivoj (1976) Teorija književnosti. Zagreb: Školska knjiga
17. Škarić, Ivo (2000) Temeljni suvremenog govorništva. Zagreb: Školska knjiga
18. Težak, Stjepko; Babić, Stjepan (1992) Gramatika hrvatskog jezika: priručnik za osnovno jezično obrazovanje. Zagreb: Školska knjiga
19. Zgrabljić, Nada (2002) Govor na radiju: Analiza duhovitosti, poetičnosti i afektivnosti novinara hrvatskog radija. Govor 19(1): 45-64.

### Internetski izvori:

1. Zorić, Branko. Časopis Nova Akropola broj 61, Retorika – umijeće vođenja duše. <https://nova-akropola.com/filozofija-i-psihologija/filozofija/retorika-umijece-vodenjaduse/> (15. siječnja 2019. godine)