

MONIKA DRAŽINIĆ

JELENA VLAŠIĆ DUIĆ

PROZODIJSKA ANALIZA VIDEOBLOGOVA

PRETHODNO PRIOPĆENJE

<https://doi.org/10.17234/9789533791821.23>

U radu se analiziraju prozodijska obilježja videoblogova petero hrvatskih videoblogera s YouTubea: ostvarivanje stanki, ritma, tempa i intonacije. Jezik i stil videoblogera sličan je govoru mladih i iako je riječ o monološkoj formi, videoblogeri teže dijalogičnosti i dinamičnosti, stvaranju privida neposredne i neformalne govorne situacije i interakcije. Govor videoblogera podsjeća na televizijske emisije u kojima je sugovornik također odsutan, pa se voditelj obraća neprisutnom gledatelju. U takvoj je, vrlo neprirodnoj (raz)govornoj situaciji najveća vještina stvoriti dojam spontanosti i videoblogeri, oponašajući ležeran razgovor, pretjeruju u svojoj ekspresivnosti. Pozornost gledatelja nastoje privući izrezivanjem stanki, ubrzanim tempom govora i ravnim ili uzlaznim završecima intonacijskih jedinica. Česta uporaba patetičnih lukova, tj. visokih ključeva na počecima intonacijskih jedinica i jak oksitonski ritam, koji uglavnom nije u skladu sa smislom, doprinose dojamu ne samo afektivnosti nego i afektacije.

Ključne riječi: videoblog, stanke, intonacija, ritam, tempo

UVOD

Videoblog je blog kojem je medij videozapis, a mrežni blog ili weblog odnosi se na uglavnom dnevničke zapise objavljene na internetu (McQuail i Deuze, 2020). Madzlan i suradnici (2014) videoblog definiraju kao *osobni dnevnik dostupan široj javnosti u formi samostalno snimljenoga videa, u kojem kori-*

snici izražavaju sebe, svoje osobnosti i dijele životne događaje. Istraživanja pokazuju da su videoblogeri intrinzično motivirani, da je njihova motivacija uspostavljanje kontakta s drugima, zabavljanje i ispunjavanje slobodnoga vremena (Stoeckl i sur., 2007). Ipak, videobloganje donosi i financijsku dobit te sve više postaje profesijom jer mnogi brendovi i korporacije u videoblogerima pronalaze svoje marketinške partnere. Riječ je o žanru karakterističnom za YouTube, a kao njegove osnovne karakteristike izdvajaju se izravno, monološko obraćanje, jednostavno i dosjetljivo uređivanje i montiranje te produkcija koja uključuje uglavnom neprofesionalnu opremu (Burgess i Green, 2018). Adami (2010) kao značajke žanra izdvaja statičnu kameru i realističnost koja se postiže niskom razlučivošću, neprofesionalnim kutovima snimanja i osvjetljenjem te dramatičnim rezovima.

Videoblogovi se uglavnom snimaju u autorovu domu, i to često u spavaćoj sobi, a mogući su i eksterijeri (npr. mjesto u kojem videobloger živi). Videobloger odabire što će biti vidljivo te prilagođava i manipulira scenografijom, a može i neutralizirati pozadinu (Hillrichs, 2016). Raspon tema videoblogova vrlo je širok: od tračeva o slavnim osobama do argumentiranih političkih rasprava ili pak detalja iz svakodnevnoga života. Za razliku od publicističkog diskursa, sadržaj videobloga (barem onaj nesponzorirani) ne prolazi uredničku ni bilo kakvu drugu kontrolu ili odobrenje. Iako svojim objavljivanjem ulazi u kategoriju javnoga govora, u videoblogu gotovo da se briše granica između privatnoga i javnoga. Videoblogeri utječu na svoju publiku ne samo svojim sadržajem i ponašanjem, nego i svojim govorom. U analizi videoblogova Žganec (2018: 39) zaključuje da videoblogeri preuzimaju uvode i zaključke iz tradicionalnoga javnoga govora te se koriste elementima retoričkih žanrova iz elektroničkih medija. Budući da je riječ o audiovizualnom sadržaju koji je nerijetko prožet i raznim intertekstualnim referencama, umetnutim tekstom, fotografijama i sličnim elementima, videoblog je multimedijalan.

Videoblogeri sebe žele predstaviti kao stvarnu osobu koja je gledateljima bliska i s kojom se mogu poistovjetiti. U tome im pomaže već spomenuto prikazivanje vlastitoga doma i životnih navika. Mnoga istraživanja videobloganja govore o samorazotkrivanju koje videoblogerima pomaže u izgradnji povjerenja i sličnosti s gledateljima te o izgradnji parasocijalnih odnosa (Ferchaud i sur., 2018; Lockie, 2019; Misir, 2023). Videoblogeri žele stvoriti sliku spontanoga, realističkoga, autentičnoga govora, čak pokušavaju i dijalogizirati s gledateljima, pa iako nema dijalošku strukturu, njihov govor sadrži elemente dijaloga i pripada razgovornom funkcionalnom stilu. Obilježja razgovornosti očituju se u jezičnom nemaru, u redukciji samoglasnika i suglasnika te u vrlo jednostavnoj sintaksi. Često se upotrebljavaju vokativi,

imperativi, pitanja, izravno obraćanje slušatelju, specifična govorna frazeologija i semantički prazne riječi. Figure su rijetke, a kad se i upotrijebe, uglavnom nemaju ni stilogenu ni estetsku vrijednost (najzastupljenije su hiperbola, emfaza i retoričko pitanje) (Dražinić, 2022).

METODOLOGIJA I KORPUS

Za analizu je odabrano pet videoblogova sa stranice Socialblade koja prati statističke podatke o YouTube kanalima prema državama, kategorijama, gledanosti i pratiteljima. S liste sto izdvojenih kanala s najvećim brojem pratitelja odabrano je četvero videoblogera, a analizirani su njihovi videozapisi u kojima većinu vremena gledaju u kameru i sadrže neki oblik oglašavanja te su namijenjeni mlađoj publici (do 25 godina). Preostali kanal odabran je pretraživanjem na YouTubeu na temelju prethodno navedenih kriterija i velikoga broja pregleda u kratkom vremenu nakon objave. Od petero analiziranih hrvatskih videoblogera tri su žene i dva muškaraca u dobi između 22 i 31 godine te imaju od 79,6 tisuća do 416 tisuća pretplatnika, a odabrani videoblogovi objavljeni su između 14. ožujka i 30. rujna 2021. godine i imali su od 15 tisuća do 168 tisuća pregleda. Najdulji analizirani videoblog traje nešto više od 27 minuta, a preostala su četiri slične duljine i svaki traje oko 12 minuta (ukupno oko 80 minuta analiziranoga korpusa). Dennis Domian, Andrea Fabrić (Bibi Andy), Ela Jerković i Marko Vuletić prikazuju i opisuju svakodnevicu i svoja putovanja, komentiraju aktualne događaje, predstavljaju i recenziraju proizvode ili pokazuju kako nešto rade. Mirta Miler vlogerica je na kanalu *Mimier Makeup* i za njezine je videozapise karakteristično da ih snima dok se šminka, komentirajući sam taj proces, ali i aktualne događaje te iznosi svoja razmišljanja, iskustva i asocijacije ili prepričava neke svoje anegdote. Dva su videozapisa sponzorirana, a dva tematiziraju sportske proizvode iako videoblogeri naglašavaju da nisu sponzorirani, dok je jedan videoblog rezultat suradnje s mrežnom trgovinom. Dikcija videoblogera je nedostatna, česte su izgovorne pogreške, pa čak i mane (troje od petero analiziranih ima najmanje jednu – sigmatizam i/ili rotacizam), glasovi im visoki i nekultivirani te im je govor izrazito regionalno obilježen (splitski, trogirski, riječki i zagrebački) s mnoštvom anglizama. Kako bi se prepoznala i odredila zajednička i specifična obilježja govora videoblogera, analizirat će se stanke, ritam, tempo i intonacija.

PROZODIJSKA ANALIZA

Stanke

U spontanom govoru stanke zauzimaju gotovo polovicu govornoga vremena te imaju važnu ulogu u jezičnoj rečeničnoj prozodiji, ali i u sloju izražajnosti i krika. Razlikuju se bezglasne i glasne stanke koje mogu biti artikulirane (produžavanje izgovora, najčešće završnih vokala i konsonanata, ponavljanje slogova, riječi, poštapalice) i neartikulirane (neutralni samoglasnik, produženi [m], uzdasi, klikovi i sl.). Bezglasne stanke razlikuju se prema zvučnim osobinama njihovih rubova koji su u kontaktu s glasom i koji mogu biti oštri (rezovi) ili blagi. Škarić (1991) stanke razlikuje s obzirom na njihovu ulogu iako često jedna stanka može imati više funkcija: 1) stanke razgraničenja (sintaktičko-logičke i ritmičke), 2) stanke isticanja, 3) leksičke stanke, 4) stanke procesiranja i 5) stanke prekida govora koje mogu biti uzrokovane negovornim razlozima, fiziološkim aktivnostima (primjerice kašljanjem ili kihanjem) ili kakvim hotimičnim radnjama (primjerice ispijanje vode).

Stanke razgraničenja podupiru sintaktičku i logičku govornu organizaciju da bi bila jasnija i preciznija, razgraničuju intonacijske jedinice unutar rečenice i rečenice unutar odlomka te odlomke unutar diskursa. Duljina stanke ovisi o tempu govora i veličini govornoga članka. Stanke isticanja ostvaruju se najčešće prije riječi koju se želi istaknuti, čime se postiže učinak iščekivanja, dok se stankom iza istaknute riječi omogućava bolje primanje informacije. Leksičke stanke dolaze umjesto neke riječi u značenju te neizgovorene riječi. Stanke procesiranja raznolike su i nastaju zbog usporenja komunikacijskoga govornog toka. Imaju ulogu ustrojavanja komunikacijskoga lanca na početku, pripremaju i potiču slušatelja na pozornost i iščekivanje, a na kraju dijela iskaza takva stanka slušateljima omogućuje primanje i obradu dobivenih informacija. Stankama procesiranja pripadaju i stanke oklijevanja koje se najčešće ostvaruju u spontanom govoru zbog zastoja govora (reći nešto ili ne, vrijeme prisjećanja, vrijeme pretraživanja što i kako reći) te ih čine neartikulirani i artikulirani glasovi (Škarić, 1991).

Videoblogeri svoje videozapise uređuju tako što stanke sustavno krata (postoje i mrežni alati za uređivanje videozapisa kojima se stanke mogu automatski uklanjati), čime se stvaraju oštri prijelazi, potencira se *staccato* izgovor i ubrzava se tempo govora. Takve stanke djeluju neprirodno i privlače pozornost gledatelja, a nerijetko videoblogeri pri takvim intervencijama izrežu i dio iskaza. Dramatičnost dodatno pojačavaju time što stankama dodaju popratne zvukove, animacije i neverbalne znakove, zumiraju svoja lica i slično. Najčešće se krata stanke razgraničenja između rečenica i surečenica te

stanke procesiranja i oklijevanja koje se uglavnom ostvaruju i duljenjem prethodnog vokala. Rezovi koji pritom nastaju prekidaju misao i cjelovitost rečenice, narušavaju govorni kontinuitet, ritmičnost i prirodnost govora. Ponekad takvi rezovi omeđuju sintagme, poštapalice, usklike, uzvike, neartikulirane krikove, pa čak i govorne pogreške. Zbog načina njihova nastanka i namjere videoblogera da upravo na tim mjestima naruše govornu glatkoću, takve se stanke promatraju kao stanke prekida govora i označavaju se znakom [X]. Kratke stanke označavaju se jednom okomicom (|), a dulje (najčešće udisajne) dvjema (||). Cjelovitost govorne riječi nerijetko se narušava kraćom ili čak duljom stankom, npr. *Ovo | su; aplikacija || će odlučit*, a stanke nastale izrezivanjem najčešće su u videoblogovima Marka Vuletića i Mirte Miler te se također umeću unutar govorne riječi, npr. *ali [X] moram*.

Danas ću se šminkat u bojama koje mi odredi | color generator | odnosno [X] aplikacija [dodana animacija i zvuk klikova]... || će odlučit za mene u kojim bojama će mi bit šminka. | Znači [X] puder mi može bit roz, ljubičast | nikad ne znaš. | Obrve mogu bit zelene | „Tako daa [X]vidjet ćemo šta nam danas priprema | color generat [izrezan je kraj riječi] | nećemo dugo okolišat zato što moramo se počēt šminkat, ali [X] moram vam napomenut da lajkajte video odma sad [X] zato što ću se šminkat [X] sa bojama po licu [zvučni efekt i zumirana grimasa] | (Mirta Miler)

To mi je u podne [X] sad je devet [X] ja do [X] podne moram obaviti [X] uređivanje par | videa koje [X] imam za neke druge klijente [X] tak da će mi to bit sada [X] fokus [X] i reka san | pošto je sad završila ta | veza [X] da je ono [X] meni fokus trenutno [X] razvalit u poslu i proputovat [X] pola Europe | (Marko Vuletić)

Kod ostalih videoblogera rezovi su uglavnom između rečenica i/ili surečenica i pojedinih odlomaka, no i oni su često istodobno stanke razgraničenja, oklijevanja i prekida govora. Naime, iako ima sintaktičko-logički smisao stanke razgraničenja, ponegdje je takva dramatična stanaka popraćena duljenjem prethodnog vokala i ravnom ili uzlaznom intonacijom koja sugerira oklijevanje, ali nakon toga izostaje prirodni završetak i umjesto njega se umeće vrlo čujno naknadno uređivanje, što je čini stankom prekida. Potom se, intonacijski posve neusklađeno i neočekivano, iskaz nastavlja ili prelazi na novi.

Iako svoja videa uređuju, videoblogeri u njima često ostavljaju neke govorne pogreške (npr. *blu drugu boju; zbog guo koje*), iz čega se može zaključiti da im cilj nije ispravljanje pogrešaka, nego postizanje dinamičnosti i brzine, a da im pogreške i nesavršenosti služe da bi naglasili svoju spontanost i prirodnost. Umjesto da pri prelasku na drugu temu ili drugi dio iskaza stanaka

bude duža, videoblogeri je krata, prekidaju iskaz naglim i čujnim rezom, a nerijetko (nehotice i nemarno?) izrezuju i prvi slog riječi koja dolazi nakon stanke. Moglo bi se pomisliti da se takvim uređivanjem može razmijeniti više informacija i da bi količina informacija publici mogla otežati praćenje i primanje informacije, ali to nije tako jer su poruke videoblogera sadržajno siromašne te ne zahtijevaju veću pozornost ni koncentraciju. Glavni cilj im je zabava i razonoda.

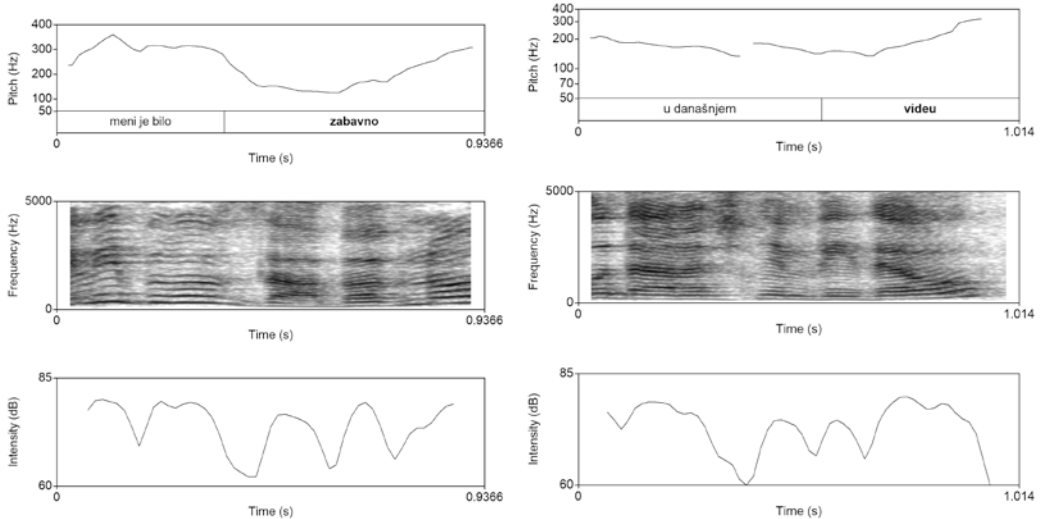
Videoblogeri se služe i stankama isticanja, uglavnom prije ključne riječi, čime pojačavaju iščekivanje. Najčešće je riječ o duljim stankama (označene su ||), npr. *Zamislite da ste | onak | moj dečko ili član moje obitelji čak i moj pas | da jednostavno dođete u moju sobu i vidite mene || žutu* (Mirta Miler). Takvom stankom isticanja često se naglašava atribut predmeta koji videoblogeri opisuju, primjerice, dok pokazuje odjeću koju je kupila, vlogerica govori sporim tempom i koristi se stankama isticanja: *Ovo | su | kelvin klajn traperice iznimno visokog struka || najudobnije traperice koje sam ja u životu | obukla.* (Andrea Fabrić). Nerijetko su popraćene dodatnim elementom naglašavanja, primjerice zumiranjem lica videoblogera ili nekog elementa u kadru, dodavanjem tekstualnog komentara i sl. *Nadam se da vam je dan do sad dobar || [stanka popraćena zumiranim kadrom lica] i nadam se da će ostat dobar i nakon ovog videa!* (Mirta Miler); *E sad | ja sam otvorila kutiju i | dočekalo me | [pokazuje što je u kutiji] ovo.* (Andrea Fabrić). Takvo uređivanje dodatno pojačava i naglašava kontrast između stanki nastalih izrezivanjem i stanki isticanja.

S obzirom na to da videoblogeri spontano govore u kameru, česte su stanke oklijevanja i procesiranja dok planiraju nastavak iskaza. Stanke oklijevanja neki videoblogeri povremeno dodatno naglašavaju zumirajući svoje lice ili dodajući ironični komentar ili kakav zvuk kojim postižu komični efekt (najčešće Marko Vuletić i Mirta Miler). Rijetko su takve stanke bezglasne, najčešće se ostvaruju kao duljenja završnoga vokala, izgovaranje neutralnoga centralnog vokala šva [ə] ili uporabom praznih riječi i poštapalica. U analiziranim videoblogovima ima uobičajenih poštapalica, neleksikaliziranih: *e, a, hm* i leksikaliziranih: *pa, ono, znači, dakle, onak, apsolutno, doslovno, kaj ja znam, okej, svašta nešto, sve ikad, iskreno da vam kažem, Isuse, Bože, Oh my God* i sl. Takve se disfluentnosti vrlo često nalaze na početku izričaja i u ulozi su dobivanja dodatnoga vremena za osmišljavanje izričaja jer je to mjesto jačega kognitivnog opterećenja. Disfluentnosti u sredini izričaja tumače se kao samoprovjera ili reorganizacija dotad izrečenoga, a poštapalice na kraju izričaja često imaju fatičku ulogu jer se njima provjerava komunikacijska vezu sa slušateljem (Golub i Vidović Zorić, 2022: 390). Videoblogeri se koriste poštapalicama kako bi prikriili nesigurnost u ono što sljedeće žele reći, ali

i za pojačavanje emocionalnosti i ekspresivnosti, u čemu često pretjeruju, pa djeluju neprirodno i afektirano.

Ritam

Ritam pretpostavlja ravnomjerni niz jednakih elemenata, odnosno njihovu pravilnu izmjenu. Bar dva do tri ritmotvorna ponavljanja istih oblika u istim razmacima potrebna su da se počne očekivati ritam (Škarić, 2008). Jezične jedinice različitoga su trajanja i zvuka te se opiru ritmu, iako ga dopuštaju kao mogućnost. Škarić (2008) ističe kako se govor ritmično trza ostvarajima raznolikih intonacijskih lukova rečenica, naglašenih riječi i pulsacija slogova. Razlikuje pet odnosa govora prema ritmu koji se očituje u očekivanju i njegovu (ne)ispunjenju: aritmičan, disritmično-disritmičan (uobičajeno stanje govora, slušač teško predviđa ritmičke obrate), ritmično-ritmičan (ritam je forma, neinformativno, monotono, npr. u molitvama, kolodvorskim najavama, govoru kao stroju), ritmično-disritmičan (lapsus, pogreška ili afekt, namjerno iznenađenje, izostavljena očekivana rima) i dinamično-ritmičan koji se gradi paralelizmima, nabranjem, rimama i refrenima te ispunjava zahtjeve teme, reme i ritma. Govor videoblogera najčešće je disritmično-disritmičan, a nemogućnost predviđanja ikakva ritmičnoga obrata dodatno je pojačana već spomenutim postupkom izrezivanja te skraćivanjem stanki, čak i kraćenjem riječi. Disritmičnost označava nemir, nesklad, dramatičnost, ali i dinamičnost i nepredvidljivost (usp. Škarić, 1991: 300). Kad se takvom govornom ritmu pridoda i brz tempo, stvara se dojam užurbanosti, ali i radosti, povećava se slušateljeva budnost i stvara se govorna živahnost. Međutim, videoblogeri često ostvaruju i neprimjerenu ritmičnost neprekidno naglašavajući posljednje riječi u intonacijskim jedinicama. Iako je oksitonski ritam (naglašavanje posljednje riječi u intonacijskoj jedinici) karakterističan za hrvatski jezik, u sljedećim je primjerima vidljivo da je riječ o jednoličnom naglašavanju posljednjih riječi u intonacijskim jedinicama koje često nije u skladu sa smislom. Primjerice, niz intonacijskih jedinica s oksitonskim ritmom u govoru Mirte Miler: *meni je bilo zabavno / nadam se da vam se svidio ovaj video / hvala našem sponzoru Samsungu / u današnjem videu / i hvala vama što ste pogledali ovaj video do kraja*. Na intonogramu koji prikazuje tijek osnovnoga tona ili fundamentalne frekvencije (f_0) na slici 1 vidljive su dvije intonacijske jedinice u nizu (*meni je bilo zabavno / u današnjem videu*) u kojima je intenzitet posljednje riječi jak. Baš kao i u ostalim primjerima oksitonskoga ritma, posljednja je riječ izgovorena sporijim tempom, gotovo slogovanjem, te su podjednakim intenzitetom izgovoreni svi slogovi riječi, a ostvarena je i uzlazna intonacija o kojoj će još biti riječi u sljedećim poglavljima. Akustička analiza ovdje i dalje u radu napravljena je u programu Praat (Boersma i Weenink, 2022).



Slika 1. Akustički prikaz oksitonskoga ritma

Takav niz intonacijskih rečenica u kojima je istaknuta posljednja riječ čest je i u govoru Dennisa Domiana: *ovo je kad si naručujem klopu / kad sam užasno gladan / kad mi se ne da kuhat / zato što ne znam kuhat / znam si skuhat jaja i kavu / eventualno hrenovke / znam ispeć jaja / za sve ostalo / tu su ove tri aplikacije i Ele Jerković: *a i kad ih vidin / svi su na mobitelima / i nekako to mi je tužno / neman niti jednu rič / nego baš je tužno / mislin vjerovatno se i danas / dica zabavljaju / al mislin da nije ni blizu / koliko i prije*. Videoblogeri nesumnjivo žele ostaviti dojam dinamičnosti, živahnosti i dramatičnosti, sva njihova kraćenja stanki, popratni zvukovi, animacije i kadriranja upućuju na to, ali vjerojatno nisu svjesni da takvo oksitonsko naglašavanje izaziva upravo suprotno – monotoniju.*

Tempo

Govorna brzina izražava se brojem izgovorenih slogova u sekundi, a razlikuje se tempo govora (TG) koji uključuje i stanke te tempo artikulacije (izgovora) koji izuzima stanke. Normalnom se brzinom razgovora smatra TG 4 do 7 slogova u sekundi. Govorna je brzina veća što je stanki manje, što su kraće i što je kraća faza držanja glasnika (osobito nenaglašenih i nezavršnih samoglasnika) i može iznositi do 13 ili 14 slogova u sekundi. Odlika je normalne brzine govora ta da je ona neopažajna, da nije u svim uvjetima ista niti je svim ljudima jednaka, a za standardnu brzinu kultiviranoga govora uzima se prosjek osobnih brzina govora ili nešto sporije od toga. Tempo govora i odstupanja od normalne brzine obavještava o govornikovu raspoloženju i

oslikava nešto, npr. veliko, sporo, tromo sporim govorom, a brzim govorom ono sitno, dinamično, uzbuđljivo. Sporim tempom govornik izražava, primjerice tugu, prijezir, dosadu, a brzim tempom ushićenost, strah, radost, sukob i sl. (Škarić, 1991). Usporenim tempom obično se ističu važni dijelovi iskaza, pa tako i rečenični naglasak.

Videoblogeri govore ubrzanim tempom i time ostvaruju dojam ushita, poletnosti, radosti, uzbuđenja, dinamike i angažiranosti. Posebno brzim tempom govore uvodne i odjavne rečenice, koje sadrže pozdrave, zahvale i najave. Valja spomenuti da takvom tempu doprinose i učestali rezovi, odnosno kraćenje stanki, tako da je u videoblogovima s manje uređivačkih intervencija, odnosno izrezivanja stanki, tempo nešto sporiji (i prirodniji). S druge strane, može se primijetiti da je tempo sporiji kod naglašavanja pojedinih dijelova, primjerice kad videoblogeri opisuju predmete koje pokazuju i kojima su oduševljeni (Andrea Fabrić i Ela Jerković) ili kad izražavaju tugu ili loše raspoloženje (Marko Vuletić).

Mjeren je tempo govora (TG) dvaju isječaka od po tridesetak sekunda iz središnjega i iz završnoga dijela govora, tj. odjavnih rečenica svakoga videobloga.

Tablica 1. Tempo govora (TG)

| | TG u središnjem dijelu | TG u odjavi |
|------------------|------------------------|-------------|
| Dennis Domian | 6 slog/s | 6,57 slog/s |
| Andrea Fabrić | 5,1 slog/s | 5,74 slog/s |
| Ela Jerković | 5,9 slog/s | 6,03 slog/s |
| Mirta Miler | 6,03 slog/s | 7,6 slog/s |
| Marko Vuletić | 6,2 slog/s | 7,6 slog/s |
| Svi videoblogeri | 5,85 slog/s | 6,71 slog/s |

Prosječni tempo govora analiziranih videoblogera za središnji dio govora iznosi 5,85 slog/s, a za odjavni 6,71 slog/s. Takvo ubrzanje tempa u odjavnom dijelu videobloga sasvim je očekivano jer je riječ o uglavnom redundantnim porukama koje se ponavljaju iz videa u video (uz manje varijacije) i kojima videoblogeri žele prenijeti entuzijizam, angažman i veselje te ostaviti svoje gledatelje u dobrom raspoloženju. Tempo govora videoblogera može se usporediti s tempom govora hrvatskih televizijskih profesionalaca u TV dnevniku koje su istraživali Horga i Mukić (2000). Njemu je prethodilo Horgino istraživanje (1988, prema Horga i Mukić, 2000) u kojem je izmje-

rio TG 5,2 sloga u sekundi za čitani tekst i 6,9 za brzo čitani tekst. Horga i Mukić (2000) dobili su rezultat TG 6,36 koji se slaže sa Škarićevim (1991) podacima, a pritom iznose i znatno sporiji TG spontanijih govornika od 4,81 slog/s. Tempo govora videoblogera blizu je gornje granice normalnoga tempa govora, a ponegdje ju i prelazi, te je svakako iznad prosjeka tempa govora spontanijih govornika iz spomenutoga istraživanja. Na tempo govora uvelike utječe i uređivanje videozapisa koje uključuje spomenuto kraćenje stanki. Nažalost, povećanjem govorne brzine dodatno se narušava dikcija govornika koja postaje još nedostatnijom (kod troje njih narušena je i govornim manama – sigmatizmom i/ili rotacizmom).

Intonacija

Intonacija je kretanje fundamentalne frekvencije u govoru te s odnosi na promjene visine govornoga tona koje se mogu percipirati, tj. na snižavanje i povišavanje tona glasa (Vlašić Duić i Pletikos Olof, 2021). Najčešće se opisuje prema smjeru tonske promjene (silazna, uzlazna, ravna) ili prema uzastopnim tonskim razinama (visoka ili niska razina). Škarić (1991) navodi sljedeće vrste intonacija prema smjeru tonske promjene: ravna, uzlazna, silazna, silazno-uzlazna, uzlazno-silazna, silazno-uzlazno-silazna. Ivas (1993) razlikuje temeljne oblike (silaznu i uzlaznu jezgru), složene oblike (uzlazno-silaznu, silazno-uzlaznu, silazno-uzlazno-silaznu, nisko-visokosilaznu) te stilizirane, koje smatra izvedenima od uzlaznih (ravnu i patetični luk). U govoru videoblogera analizirat će se samo silazna, uzlaza i ravna jezgra te patetični luk koji se ostvaruje isticanjem neposljednje riječi intonacijske jedinice, kao i zadržavanjem visokoga tona pri izgovoru ostalih riječi te intonacijske jedinice *sve do njezina kraja, ali s laganim opadanjem, do sredine raspona* (Ivas 1996: 234). Ivas tu stiliziranu jezgru naziva *patetičnim* lukom upravo zato da bi naglasio efekt koji se njime postiže i napominje da je čest u elektroničkim glasilima. Brazil (1980; prema Taylor, 1993) takvo zadržavanje visokoga tona naziva visokim ključem (engl. *high key*) i smatra ga karakterističnim za uvođenje nove teme.

Rečenična intonacija dijeli se na jednu ili više intonacijskih jedinica (intonacijska fraza, govorni blokovi ili kolone), koje se međusobno odvajaju stankom razgraničenja. Svaka intonacijska jedinica sadrži tri temeljna dijela: intonacijsku jezgru, intonacijski početak i intonacijski završetak (Škarić, 1991). Najistaknutiji i najrazlikovniji dio intonacijske jedinice jest jezgra (rečenični, logički naglasak), koju čini naglašeni slog istaknute riječi. Istraživanja su pokazala da se u čitanju i u slobodnome govoru najčešće ostvaruje ravna jezgra, a u slobodnome govoru po učestalosti slijedi uzlazna, zatim silazna (Vlašić Duić i Pletikos Olof, 2021). Uzlazna jezgra najčešće se javlja u upit-

nim rečenicama koje nemaju upitnu riječ i u izrazima ljubaznosti, a u nedovršnim iskazima, nabranjanju i pozdravima javljaju se uzlazna i ravna jezgra.

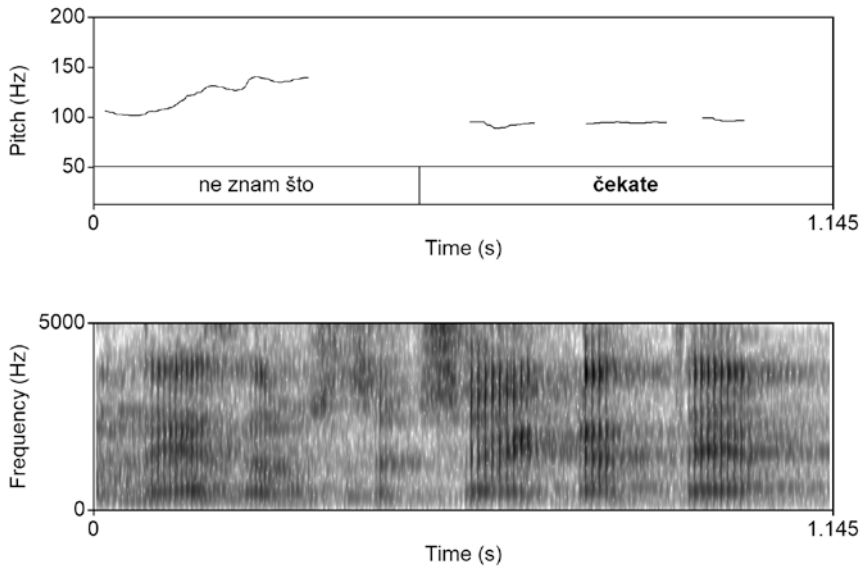
Tablica 2. Udio vrsta jezgara

| | ravne jezgre | uzlazne jezgre | silazne jezgre | patetični lukovi |
|------------------|--------------|----------------|----------------|------------------|
| Dennis Domian | 74 % | 13 % | 6 % | 7 % |
| Andrea Fabrić | 63 % | 30 % | 3,5 % | 3,5 % |
| Marta Miler | 59 % | 26 % | 12 % | 3 % |
| Ela Jerković | 64 % | 18 % | 8 % | 10 % |
| Marko Vuletić | 67 % | 28 % | 2,5 % | 2,5 % |
| Svi videoblogeri | 66 % | 23 % | 6 % | 5 % |

U analiziranim trima minutama govora svakoga videoblogera izračunat je udio pojedinih vrsta jezgara (ukupan broj intonacijskih jedinica u tom govornom isječku iznosio je od 115 kod Ele Jerković do 159 kod Marka Vuletića). Najveći je udio ravnih jezgara (prosječno kod svih videoblogera iznosi 66 %) i najviše su ih ostvarili Dennis Domian (74 %) te Marko Vuletić (67 %). Po učestalosti ih slijede uzlazne jezgre kojih najviše ima u govoru Andree Fabrić (30 %) i Marka Vuletića (28 %), dok je najviše patetičnih lukova u govoru Ele Jerković (10 %) i Dennisa Domiana (7 %). Svi su videoblogeri ostvarili vrlo malo silaznih jezgara (ukupno prosječno 6 %). Izdvojeno je po petnaestak karakterističnih intonacijskih jedinica za svakoga videoblogera i akustički je prikazana jedna ravna (slika 2) i jedna uzlazna jezgra (slika 3). U analiziranom korpusu obilježene su reme (podcrtane su) i granice intonacijskih jedinica prema smjeru tonske promjene za četiri intonacijska oblika. Dva temeljna: uzlazni (1) i silazni (J) te dva stilizirana oblika: ravni (↔) i patetični luk (↑).

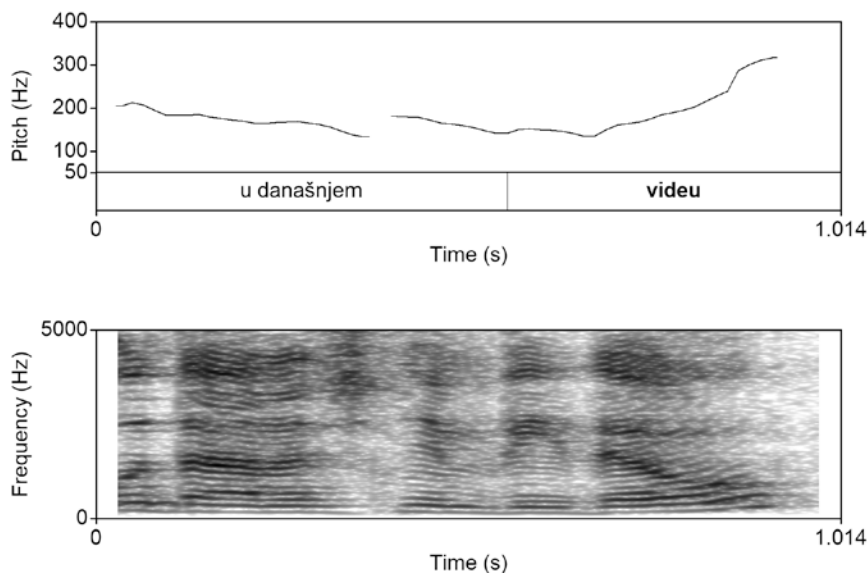
↑ ovdje ispod sata vidite još nekakav tekstić 1
 jer meni takvih poruka nikad dosta ↔
 ↑ ali zato svajp ap na idući skrin ↔
 otkriva moje aplikacije ↔
 ↑ uz pomoć ove aplikacije dobit ćete ↔
perfektnu hight quality fotku ↔
 ↑ ovdje imam sedam godina 1
 i držim svoju sestričnu ↔
 koju ste već mogli vidjet u ↔
 mom videu 1

ne znam što čekate ─
 odmah otvorite tik tok ─
 i zapratite me tamo ─
okej 1
 (Dennis Domian)



Slika 2. Akustički prikaz ravne intonacije

jer mislim da bi to ─
naprosto ─
 bilo previše boja na mom licu 1
 i onda nikako ne bi mogla napraviti da to izgleda dobro 1
međutim ─
kontura nas može dosta zeznuti ─
iskreno da vam kažem ─
malo 1
 me toga strah ─
 kaj ako onak bude ljubičasta ─
'nači ─
 nadam se da vam se svidio ovaj video 1
 hvala našem sponzoru Samsungu 1
 u današnjem videu 1
 (Mirta Miler)



Slika 3. Akustički prikaz uzlazne intonacije

↑ evo imamo jednog hejtera ↓
 ↑ sad se idemo bacit na još nekoliko torbica ↓
 tebi automatski dan bolje počinje 1
 zato šta od ranog jutra imaš pozitivnu energiju 1
 ↑ to je ovako užasno kad sad pričaš o tome 1
 ali mislin da bi svi to tri'ali doživit u životu ↓
 ovo sve što san kupila u zadnjih par miseci 1
 su samo ↓
nova verzija 1
starih patika ↓
 koje san iznosila 1
 ↑ sad san naumila ↓
 one balenciage 1
 ostavit ću van ovde sliku ↓
 na koje točno mislin 1
 (Ela Jerković)

Intonacijske jedinice vrlo su kratke ne samo zbog spontanoga oklijevanja pri planiranju govora, nego i zbog naknadne intervencije uređivanja. Prije umetnutih rezova česte su ravne i uzlazne intonacije koje upućuju na nedo-

vršenost iskaza i čujna je intonacijska neusklađenost s nastavkom govora. Stanke oklijevanja također doprinose brojnosti ravnih završetaka intonacijskih jedinica.

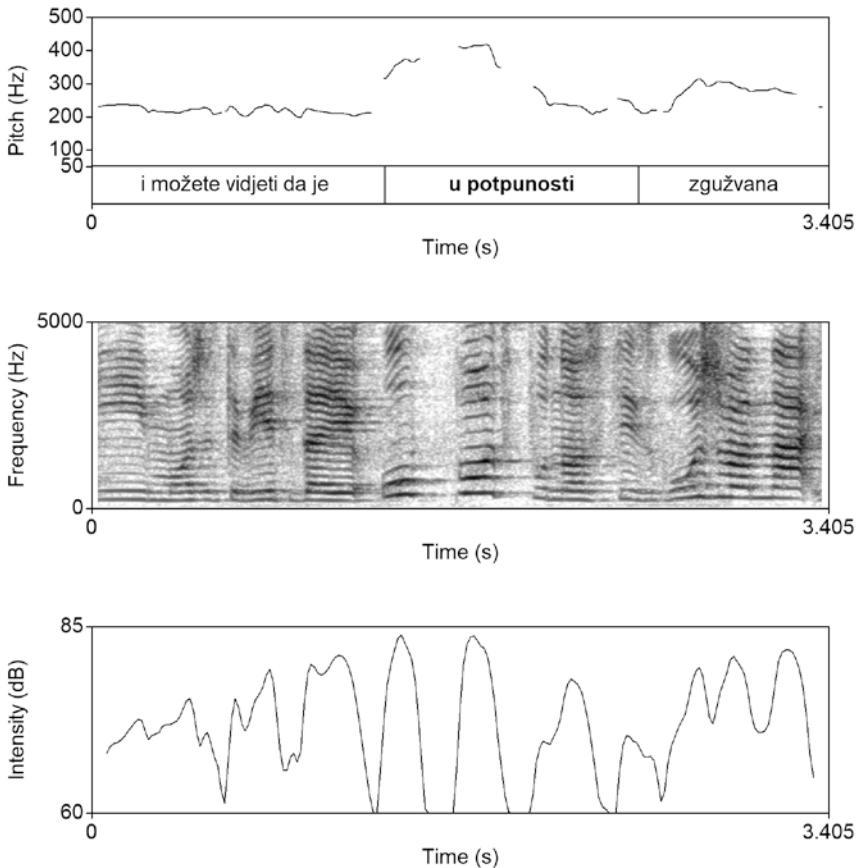
mravi su mi sada najbolji prijatelji ─
 koje iman ─
 i stalno su tu uz mene ─
 u stanu ─
 i iman milijon njih 1
 tako da ─
 odlično društvo 1
 iman jednu bubamaru na zidu 1
 iman šest biljaka u stanu 1
 tako da ─
 otprilike se osjećan ko zološki ─
 i botanički vrt 1
 ↑ no dobro ─
 (Marko Vuletić)

Patetični luk videoblogeri ne upotrebljavaju samo pri uvođenju nove teme, nego i kad žele privući pozornost, izraziti iznenađenje i dramatičnost, pa takva stilizirana intonacija često zvuči kao afektacija. Andrea Fabrić hvali satensku haljinu koju je kupila, ali napominje da je *u potpunosti zgužvana*. Pojačanim intenzitetom i patetičnim lukom izgovorila je priložnu oznaku *u potpunosti*, izražavajući čuđenje i neočekivanost zbog takva gužvanja, iako je iz intonacijskih jedinica koje slijede jasno da je ono rezultat njezina nema-ra (*samo sam je zgužvala i bacila u ruksak*), pa i nema posebnoga razloga takvom čuđenju i afektaciji.

ovako izgleda 1 [pokazuje satensku haljinu]
 i možete vidjeti da je ─
 ↑ u potpunosti zgužvana ─
 jer sam je nosila na put 1
 i kad sam se pakirala za doma ─
 samo sam je zgužvala ─
 i bacila ─
 u ruksak 1
 ↑ zatim sam naručila ─
 svoje ─

najdraže čarape ─
 znači ─
 najbolje čarape na svijetu 1
 (Andrea Fabrić)

Intonogram na slici 4 pokazuje da je najviši ton ostvaren na slogu *pot-* i za oktavu je viši od slogova koji prethode tom visokom ključu. Prijedlog *u* i slog *pot-* imaju najjači intenzitet u toj intonacijskoj jedinici i cijela je posljednja govorna riječ izgovorena sporijim tempom, gotovo slogovanjem.



Slika 4. Akustički prikaz patetičnoga luka (visokoga ključa)

U govoru videoblogera prevladavaju ravni i uzlazni intonacijski završeci, što se slaže s dosadašnjim istraživanjima rečeničnih intonacija u slobodnome govoru, dok su silazni završeci vrlo rijetki. Škarić (1991: 312) za ravne jezgre navodi da *zvuče pjevno*, a Ivas (1996: 233) za njih tvrdi da su vrlo česte u javnome govoru, osobito političara i novinara i da su stilski obilježene. Patetični

lukovi najčešće se ostvaruju u uvodima i zaključcima, pri prelasku u novi dio govora, tj. na novu temu te prilikom ekspresivnih komentara, a njima se želi privući pozornost i stvoriti efekt iznenađenja. Takva je intonacijska jedinica prepoznatljiva po velikom početnom intonacijskom zamahu te visokom završnom tonu koji je najčešće ravan, a ponekad i uzlazan. Govor u kojem se ostvaruju patetični lukovi zvuči neprirodno, kao karikiranje, pretjerivanje i prenemaganje te, nažalost, nije ograničen samo na govor videoblogera, nego se može čuti i u reklamama, čak i u govoru voditelja u radijskim i televizijskim emisijama.

ZAKLJUČAK

Teško je odrediti granicu između privatnoga i javnoga u videoblogovima jer u svojim samorazotkrivanjima autori govore o sebi i o svojoj svakodnevnici u privatnom prostoru, hineći ugođaj razgovora s nekim prijateljem, a objavljuju ih na mediju najvećega stupnja javnosti kojem svatko može pristupiti. U videoblogovima su prisutni mnogi elementi razgovornoga stila: dijalogičnost, česte stanke, poštapalice, kratke rečenice, spontan govor, nagle promjene tema, nedovršeni iskazi, digresije i eliptičnost. Česti su žargonizmi i kolokvijalizmi, ponegdje i regionalizmi i vulgarizmi, a figurativnost je slaba.

U prozodijskoj analizi uočena je tendencija izrezivanja dijelova govora koja obično uključuje kraćenje stanki, najčešće onih razgraničenja i procesiranja. Takve naknadne intervencije prekidaju govor, njima se nastoji održati živost i uštedjeti vrijeme, ali one i privlače pozornost jer su u kontrastu prema zadržanim stankama isticanja ili oklijevanja te su nerijetko dodatno naglašene posebnim kadriranjem, dodatnim zvukovima ili tekstualnim komentarima. Prekidi govora izazvani takvim izrezivanjem potenciraju dojam *staccato* izvedbe, ubrzavaju tempo govora te narušavaju ritam, prirodnost i govornu glatkoću. Govorni je tempo brži od prosječnoga spontanoga govora, a posebno je ubrzan pri izgovaranju formulaičnih, redundantnih dijelova poput uvodnih i zaključnih. U analiziranim videoblogovima intonacijske jedinice uglavnom su kratke, što zbog spontanoga oklijevanja pri planiranju govora, što zbog spomenute naknadne intervencije uređivanja, te u njima prevladava oksitonski ritam koji izvedbu čini jednoličnom. Prevladavaju ravni ili uzlazni završeci intonacijskih jedinica, a počeci su često visoki te se ostvaruju kao patetični lukovi.

Prema velikom broju pratitelja može se zaključiti da u izgradnji parasocijalnih odnosa, povjerenja i sličnosti s gledateljima videoblogerima ne smetaju opisana prozodijska obilježja stanki, ritma, tempa i intonacija, kao ni njihovi visoki i nekultivirani glasovi, govorne mane i izražen regionalni govor s

mnoštvom anglizama. Afektivni su i afektiraju, dramatični su i dramatiziraju, njihov govor ne zvuči ni prirodno ni spontano, ali je funkcionalan. Buduće istraživanje koje bi ispitivalo percepciju gledatelja moglo bi dati odgovor na pitanje bi li govor videoblogera bio još funkcionalniji da je prirodniji.

LITERATURA

- Adami, E. (2010). *Contemporary patterns of communication: The case of video-interaction on YouTube*. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.
- Boersma, P. i Weenink, D. (2022). *Praat: doing phonetics by computer*. <http://www.praat.org/> (pristupljeno 16. listopada 2023.).
- Burgess, J. i Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. (2. izd.). Cambridge: Polity Press.
- Dražinić, M. (2022). *Analiza stilističkih i prozodijskih obilježja govora hrvatskih videoblogera s YouTubea*. Diplomski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb.
- Ferchaud, A., Grzeslo, J., Orme, S. i LaGroue, J. (2018). Parasocial attributes and YouTube personalities: Exploring content trends across the most subscribed YouTube channels. *Computers in Human Behavior*, 80, 88–96. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.041>.
- Golub, G. i Vidović Zorić, A. (2022). Poštalice u medijskome govoru. *Fluminensia*, 34, 2, 367–396.
- Hillrichs, R. (2016). *Poetics of Early YouTube: Production, Performance, Succes*. Bonn: Sveučilište u Bonnu.
- Horga, D. i Mukić, I. (2000). Neki vremenski parametri govora u dnevnicima HTV-a. *Govor*, XVII (2), 105–127.
- Ivas, I. (1993). *Izričajna jezgra u hrvatskom jeziku*. Doktorski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb.
- Ivas, I. (1996). Silazno-uzlazna jezgra u sustavu jezgri hrvatskoga jezika. *Suvremena lingvistika*, 41–42 (1–2), 227–244.
- Lockie, A. (2019). *In Vlogs We Trust: Consumer Trust in Blog and Vlog Content*. Doktorski rad. Auckland University of Technology. <https://openrepository.aut.ac.nz/items/ea3f159a-4e23-432e-ade7-d1e06a7e9971> (pristupljeno 16. rujna 2023.)
- Madzlan, N. A., Han, J., Bonin, F. i Campbell, N. (2014). Towards Automatic Recognition of Attitudes: Prosodic Analysis of Video Blogs. *Speech Prosody*, 7, 91–94.
- McQuail, D. i Deuze, M. (2020). *McQuail's Mass Communication Theory* (7. izd.). London: SAGE Publications.

- Misir, H. (2023). *Vlog as a Multimodal Translanguaging Space: Insights From a Turkish Social Media Influencer Corpus*. Doktorski rad. Middle East Technical University. <https://open.metu.edu.tr/handle/11511/102537> (pristupljeno 16. rujna 2023.).
- Social Blade. <https://socialblade.com/youtube/> (pristupljeno 20. rujna 2023.).
- Stoeckl, R., Rohrmeier, P. i Hess, T. (2007). Motivations To Produce User Generated Content: Differences Between Webloggers And Videobloggers. *BLED 2007 Proceedings*, 398–413. <https://aisel.aisnet.org/bled2007/30>
- Škarić, I. (1991). Fonetika hrvatskoga književnog jezika. U S. Babić i sur., *Povijesni pregled, glasovi i oblici hrvatskoga književnog jezika*, 61–378. Zagreb: HAZU – Globus.
- Škarić, I. (2008). *Temeljci suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
- Taylor, D. S. (1993). Intonation and accent in English: What teachers need to know. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 31 (1), 1–22. <https://doi.org/10.1515/iral.1993.31.1.1>.
- Vlašić Duić, J. i Pletikos Olof, E. (2021). Rečenična intonacija. U B. Martinović, E. Pletikos Olof i J. Vlašić Duić, *Naglasak na naglasku*, 89–105. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- Žganec, T. (2018). *Transkripcija i analiza hrvatskih videoblogova*. Doktorski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb.

ANALIZIRANI VIDEOBLOGOVI

- Dennis Domian: *Whats's on my phone*. https://www.youtube.com/watch?v=D6VXO_Auka8 (pristupljeno 1. listopada 2023.)
- Andrea Fabrić: *Kupila sam stvari na skrivenoj stranici*. <https://youtu.be/sKZp6xFQC40> (pristupljeno 10. listopada 2023.)
- Ela Jerković: *Nova kolekcija ruksaka!* <https://youtu.be/xHcb-jj6rQ4> (pristupljeno 16. rujna 2023.)
- Mirta Miler: *Mobitel mi bira šminku*. <https://www.youtube.com/watch?v=iok3SBhAG8U> (pristupljeno 18. listopada 2023.)
- Marko Vuletić: *Kako se nosim s prekidom?* <https://www.youtube.com/watch?v=4Xpdw0ftSoE> (pristupljeno 4. rujna 2023.)

PROSODIC ANALYSIS OF VIDEO BLOGS

Abstract

The paper analyzes the prosodic features of the video blogs of five Croatian video bloggers from YouTube: the realization of pauses, rhythm, tempo and intonation. The vlogger's language and style of expression are similar to the speech of their target group, the speech of young people, which despite being a monologue, tend to be dialogic and dynamic and also to create the appearance of an immediate, informal speech situation and interaction. In such a very unnatural conversation situation, the greatest skill is to create an impression of spontaneity, so vloggers, imitating a casual conversation, often exaggerate their expressiveness. They try to attract the attention of the viewer by cutting off pauses, accelerating pace of speech and using flat or rising endings of intonation units. Vloggers achieve sentence stress on the last word of the intonation unit (oxytone rhythm) mostly not in accordance with the meaning and they often begin the intonation unit in high key creating an impression not only of affectivity but also of affectation.

Keywords: video blog, pauses, intonation, rhythm, tempo