

Нада Торлак
Универзитет Мегатренд
Факултет за културу и медије
Петар Торлак
East Carolina University, USA

811.163.41'282
316.774
doi 10.18485/analiff.2015.27.1.10

ЈЕЗИК У ПРОЦЕСИМА ДРУШТВЕНИХ ТРАНСФОРМАЦИЈА

Убрзане друштвене трансформације, а самим тим и културолошке, медијске и сваколике друге, уз употребу нових медијских технологија, које неминовно прате или узрокују ове промене, доносе незаустављиве промене на сваком, па и на образовном плану, али и на целокупној друштвеној сцени. Телевизија, интернет, мобилни телефони, геџети... део су свакодневнице који мењају начин „производње“ информација, њихову дистрибуцију, али и њихово декодирање. Како се комуникација међу људима мењала кроз векове, јасно је и да је нужно да се језик мења(о). Данас у доба глобализације, може се рећи да се језик упростио употребом нових дигиталних технологија. Некада комплексан систем знакова, слова, речи, реченица, и правила, појавом штампе, радија, касније телевизије, и на крају интернета, данас је језик у неким аспектима редукован на оно одакле је и почела писменост: на цртање слика да би се представило значење. И онако, како су се мењали медији, култура, мењао се и језик, као и друштво у целини. Тако се сада с правом може поставити питање: да ли су те промене и нове технологије вратиле друштво у усмено доба? Породица, школа вршњаци, утичу на идентитет и положај младих у друштву, али се тај утицај све више приписује и телевизији, али и другим облицима медијске културе. Они утичу на начин понашања, размишљања и формирања представа које имамо о себи и другима. Тако медији, а посебно телевизија, обликују вредности о животу и људским односима. Неминовно, људи проводе већи део слободног времена уз различите врсте медија, јер у њима проналазе садржаје и значења времена у којем живе.

Кључне речи: медији, култура, језик, писменост, дигитализација

Увод

Друштвене, економске, социолошке, културолошке, а поготово технолошке промене, итекако утичу на промене и еволуцију у новинарству. Тако је трансформација савременог журнализма под утицаје ових фактора, а пре свега, интернета, дигитализације, платформи, друштвених мрежа... очигледна већ и лаицима.

Ако посматрамо утицај нових медијских технологија на друштво може се поставити питање: да ли су те технологије вратиле друштво у усмено доба?

Према мишљењу многих теоретичара медија, одговор је потврђан, односно да је комуникација средином прошлог века из сфере писмености, поново прешла у сферу усмености. Радио, телевизија, припадају усменој комуникацији, па чак и савремена штампа и интернет – веб странице, јер се њихови кратки и јасни садржаји често више гледају него што се читају.

Са појавом рачунара у употребу је ушла комуникација са иконима, која је поједноставила поруке и убрзала њихову размену. Што се тиче данашње штампе, одмах је видљиво да она негује богат графички приступ, те се информације усвајају више визуелно него читањем.

1. XXI век – век комуникације у дигиталном формату

„Некада давно, предузећа која су издавала новине, часописе и књиге су радила мало шта друго; њихово учешће у другим медијима је било мало.“ (Пул 1983: 23). Од тада се много тога променило у медијској продукцији: дигиталне технологије се сада користе у различитим фазама производње вести – од прикупљања, продукције и преноса информација, као и за различите платформе – од дигиталног емитовања, веб страница, до апликација за различите преносне уређаје.

Крајем деведесетих година прошлог и почетком овог века у дискурсу о дигитализацији и медијској продукцији се сугерише да дигитално медијско окружење прихвата све облике људске комуникације у дигиталном формату, као и да ове технологије убрзано мењају традиционалну организацију и структуру медијске продукције. (Далгрен 2009). Такође у том истом периоду, поједине ауторе је захватио

технолошки детерминизам (Мекнер 1998; Негропонтe 1995; Павлик 2000). Тако рецимо, Џон Павлик (2000) сугерише да је технологија одувек обликовала новинарство. По њему, нове технологије нуде нове и ефикасније начине на које новинари и сви остали медијски радници могу обављати свој посао.

Овакви технолошки детерминисани приступи (Бошковски 2004; Патерсон и Доминго 2008; Дјуз и Маџорибенкс 2009), последњих година су се повукли пред објашњењима по којима технологија не представља силу „сама по себи“, већ се прилагођава и примењује у складу са већ постојећим вредносним системима (Ернебринг 2010: 68). У том смислу и Марк Дјуз (2008) истиче да су медији и новинарство важни за друштво не само због онога што производе, већ и због начина на који се садржај производи: у каквим условима, с каквим циљевима, у оквиру каквих институционалних ставова и идентита професије.

2. Новинарски дискурс и његов утицај на јавност

Бављење говором новинара као критеријум новинарског квалитета, припада новијој историји новинарства. Штампано новинарство, које се на нашим просторима развија од 18. века, много је старије од новинарства електронских медија, рецимо од радија, који започиње да се емитује 1924. године. Од његове појаве измениле су се многе генерације новинара, а новинарство се развило као специфична људска делатност без довољне свести о говору као о медију изражавања. Језик остварен у писму био је и остао схваћен као најважније средство преноса информације, на њега се пазило, он се брусио и стилски усавршавао тако да одговара захтевима заната. Говор као други основни начин реализације текста и преноса поруке, схваћен је као нешто што је дошло само по себи, спонтано, с претпоставком да је довољно (и да није тешко) у новинарском говорном медијском наступу само преточити један медиј у други, писмо у говор (Шкарић, 1988), па да радио (а после и телевизија као јавни сервис) успешно испуњавају свој задатак, коју је 1925. године Џон Рајт, генерални директор ВВС-а дефинисао: информисати, подучавати, забављати (Себаг 1995:36).

Новинарство, као посебна људска дјелатност, користи специфичан језик и начин говора. Кунелијус (1995) дефинише новинар-

ски дискурсе институционално одређеним средством помоћу којег новинарство, као специфично професионализовано подручје друштвеног живота, учествује у друштвеној комуникацији. На трагу Фискеове дефиниције дискурса, према којој је дискурс средство којим се “знање друштвено активира”, Кунелијус проматра новинарски дискурс као “организовани скуп значења и конвенција представљања, које се репродукују у одређеним, мање или више институционализованим улогама” (1995: 60).

У савременом новинарству, новинарски дискурс се остварује коришћењем говора и писма, зависно од врсте медија, при чему говор има једнаку важност као и писмени начин изражавања. Експанзијом телевизијског и радијског новинарства повећала се улога говора у укупној медијској продукцији. Теоретичари усмености – Онг, Меклуан, Инис, Хавелок и др. упозоравају како је појавом електронских медија на неки начин говору враћена важност коју је имао некада. Сматрају како је медијски, институционализовани говор, добио у “друштвеној конструкцији стварности” (Бергер и Луцкманн, 1992) улогу сличну оној коју је говор имао у усменим цивилизацијама пре појаве писма (Хавелок 1991). На трагу њихових запажања, извесно је како успешно овладавање новинарским дискурсом значи за модерне новинаре не само способност и спретност у писању, него исто тако способност и спретност у усменом изражавању. У штампаним медијима новинари морају да знају да користите писмо на правилан начин у смислу књижевног језика и жанровске организације текста. У радијском и телевизијском новинарству, новинари морају да савладају правила и начела доброг говора, како би унутар различитих радијских и телевизијских програма и жанрова, могли остварити оптималну комуникацију са слушаоцима и задржали њихову пажњу.

Правила организовања говора проистичу пре свега из природе говора као медија, а потом из природе радија као медија. Тако се говор организује према врсти програма (информативни, научни, спортски, забавни). Природа и начин говора одређени су, другим речима, природом радијских и телевизијских жанрова.

Ова тврдња и овакав начин класификације говора на РТВ-у значи да је говор не само могуће, него и потребно истраживати с обзиром на његову специфичну функцију и сложену употребу у саставу

институције – од строге жанровске задатости (у информативним емисијама), до говора врло блиског свакодневной конверзацији.

Говор је материјализација језика. У чину говорења говорник сједињује свој избор из језика (одабиром лексичког материјала) и избор из говорења (одабиром говорних вредноста језика као што су интонација, пауза, ритам, темпо, јачина) (Вулетић 1980:93).

С обзиром на природу новинарског дискурса, схваћеног унутар “озбиљног” или “елитног” новинарства које се заузима за “извештавање јавности у смислу информисања за демократију одговорних држављана” (Кошир, 1999), критеријум за вредновање сложеног резултата између “шта” и “како” се говори, не може се кад је реч о “како”, свести само на “оптималну разумљивост новинара”.

Општа брига о српском књижевном језику је веома слаба, а међу главним кوارитељима нашег књижевног језика су електронски медији. Заправо, медији су, уз школу, главно место где се учи књижевни језик, али су, на жалост, из средњих школа скоро избачени граматика, језик, правопис. Утврђене стандардизације језика би, тим пре, требало да се држе новинари, водитељи и спикери чија реч, начин изговора, утиче на милионе гледалаца и слушалаца. Ипак, свакодневно можемо да видимо и чујемо како се и у ударним информативним емисијама погреша у акценту и изразу, а томе свакако треба додати и све присутнију и англицизацију српског језика.

3. Компјутер - савремено средство комуникације

Кад говоримо о компјутерским писаним формама комуникације, данас су најпопуларнији имејл и чет. Овде се намеће питање да ли та врста комуникације има више везе са говорним или писаним језиком? Ипак, не само лингвистима, него је и тинејџерима који први пут четују, јасно да се у комуникацији компјутером не користи језик књига него језик сличнији говорном језику.

Језик посредован компјутером користи се алатима и писаног и говорног језика и не може се јасно везати за један или други. Али он има и особености. Најпознатији је вероватно по скраћеницама. Људи којима чет није близак могли би да имају проблема да разумеју много скраћеница које се користе у чету. За комуникацију на компјутеру

је такође типична употреба емотикона (енг. emotion + icon), који се користе да би се приказале емоције уз помоћ неколико карактера. Најчешћи емотикон је тзв. смешко или смајли, који означава осмех. Скраћенице и емотикони су од истинске користи у неформалној имејл комуникацији, четовању или у СМС-порукама. И једним и другим се саопштава оно што се жели исказати: мисао или осећање, али минимумом употребљених карактера. На овај начин се штеди време, простор, чак и новац ако имамо на уму ограничени број карактера који можемо да користимо у СМС-порукама.

Чињеница је да се комуникација међу људима мењала кроз векове, али је лако уочити да је нужно да се језик мења у оваквим околностима, односно у времену брзих технолошких промена. Интересантно је и како се језик данас упростио. Некада комплексан систем знакова, слова, речи, реченица и правила, са штампом, радијом, ТВ-ом и интернетом, он је у неким аспектима редукован на оно одакле је и почела писменост: цртање слика да би се представило значење.

Закључак

Медијски говор се може проучавати и с теоријског (интратекстуалног) и с практичног (екстратекстуалног) аспекта, али увек као сложена појава у дискурзивном медијском и друштвеном систему.

Говором се, као и писмом у медијима активира новинарски дискурс као средство изражавања специфичног друштвеног знања. Тај говор је институционализован и као такав има посебну друштвену улогу и моћ.

Млади данас највише гледају телевизију, филмове, користе рачунар, па тек онда слушају радио и читају новине (Илишин 2003). При том родитељи у недостатку времена врло мало имају утицаја на то како њихова деца користе медије, па су медији понекад или никад тема разговора. Осим родитеља ни наставници не разговарају често с децом о медијима, њиховој употреби или садржајима. Тако се разговор о медијима и медијским садржајима, језику којим се тај садржај преноси, препушта пријатељима и утицају шире околине.

Што се тиче језика који се користи у медијима, он је све мање репер за “додатно” учење правилне употребе и акцентовања речи,

пример доброг стила и конструкција реченица. Иначе богат српски језик, додатно је “обогаћен” англосаксизмима, варваризмима... И уместо да се развија, језик се свакодневно осиромашује и сакати.

Породица, школа, црква, вршњаци, утичу на идентитет и положај младих у друштву, али се тај утицај све више приписује и телевизији, али и другим облицима медијске културе. Они утичу на начин говора, израђавања, понашања, размишљања и формирања представа које имамо о себи и другима. Тако медији, а посебно телевизија, обликују вредности о животу и људским односима, комуникацији. Неминовно, деца проводе већи део слободног времена уз различите врсте медија, јер у њима проналазе садржаје и значења времена у којем живе. (Ђерић, И., Студен, Р., 2006.)

С обзиром да су деца изложена медијском утицају и с обзиром да је доба школе уједно и време учења и усвајања вештина говора, као и свих оних других важних за живот, битно је у овом узрасту формирати критички став према понуђеним медијским садржајима. "... медији, на нашу реалност могу деловати или тако да је разарају или тако да је обогате. Све зависи од тога колико их познајемо и колико настојимо уместо пасивног примања њихових порука створити однос узајамног деловања. А за то је потребна медијска писменост која ће нам помоћи да разумијемо како медији обликују наше предрасуде о свијету и о нама самима" (Кошир, Зграбљић, Ранфл. 1999).

Литература

- Бошковски 2004: P. Boczkowski. *Digitalizing the News: Innovation in Online Newspapers*, MIT Press, London.
- Далгрен 2009: P. Dahlgren, “The Troubling Evolution of Journalism,” У: *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, ur. Barbie Zelizer, London, New York: Routledge, 146–161.
- Дјуз 2008: M. Deuze. *Media Work*, Cambridge, UK: Polity Press.
- Дјуз 2009: M. Deuze, “Newswork”, *Journalism*, in Tim Majoribanks , 2009., 10(5): 555–561
- Доминго и Патерсон 2008: D. Domingo, Ch. Paterson, *Making Online News, The Ethnography of New Media Production*. New York etc.

- Ђерић и Студен: I. Đerić, i R. Studen, "Stereotipi u medijima i medijsko opismenjavanje mladih"
- Илишин 2003: N. Ilišin. *Mladi i televizijski medij*. Zagreb: Napredak.
- Кункел и Смит 1999: D. Kunkel & S. Smith, "The News Media's Picture of Children in the United States," у: Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlson šur.,.
- Келнер 2004: D. Kelner. *Medijska kultura*, Beograd: Klio.
- Кошир, Зграбљић и Ранфл 1999: M. Košir, N. Zgrabljic, R. Ranfl. *Život s medijima*. Zagreb: Doron.
- Мекнер 1998: V. McNair. *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- Негропонте 1995: N. Negroponte. *Being Digital*. Rydalmere: Hodder & Stoughton.
- Ернебринг 2010: H. Örnebring, "Technology and Journalism-as-Labour: Historical perspectives". *Journalism* 11(1): 57–74.
- Павлик 2000: J. Pavlik, "The Impact of Technology on Journalism", *Journalism Studies*, 1(2):229–237.
- Пул 1983: Ithiel de Sola Pool. *Technologies of Freedom*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Потер 2011: V. Dž. Poter. *Medijska pismenost*. Beograd: Klio.
- Шкарић 1988: I. Škarić. *U potrazi za izgubljenim govorom*. Zagreb: Školska knjiga.
- Тајнер 1998: K. Tyner. *Literacy in a Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information*, New York .

Nada Torlak
Petar Torlak

Summary

LANGUAGE IN THE PROCESSES OF SOCIAL TRANSFORMATIONS

Social transformations as well as those in media and other areas, which have been gaining speed because of new media technologies that necessarily follow these changes, are bringing unstoppable changes at all planes including educational, but also on the entire social plane. Television, Internet, mobile phones, gadgets... represent part of our everyday lives that change the ways in which information is 'produced', distributed, and decoded. Having in mind that communication between men changed through centuries, it is clear that it is necessary for language to change (and to have changed). Today, in the age of globalization, it can be said that language has become simpler by the use of new digital technologies. Once complex system of signs, letters, words, sentences and rules, language today has been reduced to where literacy began: to drawing pictures that signify meaning. And in the way the media and culture changed, so did the language and society at large. Hence we can rightfully ask the question: have those changes and new technologies brought the society back to the oral age? Family, school, peers, affect identity and position of young people in society, but that influence has more and more been attributed to television, as well as other forms of media culture. They affect the way we think, behave and form representations about ourselves and others. In that way media, and especially television, form values of life and human relationships. Inevitably, people spend the greater part of their free time with different kinds of media, because they find in them contents and meaning of the time in which they are living.

Key words: media, culture, language, literacy, new technology