

Страхиња Р. Степанов¹
Универзитет у Новом Саду
Филозофски факултет
Одсек за српски језик и лингвистику

ЛИНГВИСТИКА И ПРОУЧАВАЊЕ ДИСКУРСА ДИГИТАЛНИХ МЕДИЈА – ТЕОРИЈА И ЕМПИРИЈА

Јасмина Ђорђевић (2022), *Digital Media Discourse in Linguistic Research* [*Дискурс дигиталних медија у лингвистичким истраживањима*]. Ниш: Филозофски факултет. (дигитално издање)

Књига професорке из Центра за стране језике при Филозофском факултету у Нишу Јасмине Ђорђевић *Digital Media Discourse in Linguistic Research* [*Дискурс дигиталних медија у лингвистичким истраживањима*], на преко 250 страница рукописног текста, представља добро осмишљену и исто тако написану научну студију, која се бави – у светским оквирима хуманистичких дисциплина, а међу њима, дакако, и лингвистике – растућом и све популарнијом облашћу што превазилази оквире сада већ „класичне” дискурсне анализе, успостављајући везе с комплементарним друштвеним наукама – (дигиталном) комуникологијом и журналистиком, политикологијом, социопсихологијом, свакако „наддисциплинарном” семиотиком, тако формирајући један сасвим модеран и у нашој академској заједници ипак ређе заступљен интердисциплинарни и трансдисциплинарни приступ истраживањима чију основу чине питања језичког феномена и деловања.

У овој студији ауторка је показала неколико ствари: умешност у испитивању и осветљавању различитих аспеката разних дискурсних форми, познавање бројних теоријских проседеа и вештину у њиховој примени на емпиријском материјалу, способност да компликоване (и стручнијој публици мање познате) теоријске приступе јасно представи, објасни и укаже на даље истраживачке перспективе које се могу отворити ако се добро упозна дата литература.

Монографија *Дискурс дигиталних медија у лингвистичким истраживањима* подељена је у две велике целине (Part I и Part II), које су, унутар себе, прецизно

¹ strahinja.stepanov@ff.uns.ac.rs

парцелисане и разубуђене сходно оним феноменима који се детаљније пропитују у датим сегментима. Први део књиге – који садржи два поглавља – можемо читати као својеврстан глосар односно лексикон кључних појмова унутар области именоване као *digital media discourse*, тј. *дискурс дигиталних медија*. Тако се на самом почетку упознајемо с историјом овог појма, као и разлозима због којих овај термин ауторка (у актуелном тренутку) сматра прецизнијим од његове „претече” – *computer-mediated discourse (communication)* – који је у лингвистичка истраживања нових медија увела америчка научница Сузан Херинг. Напросто, већ сама чињеница да се производи дискурс који се јавља (тј. који је остварен) у дигиталним медијима, а није више ограничен само на компјутер него су на диспозицији друга (модернија) технолошка средства: паметни телефони, таблети, чак и паметни сатови, оправдава увођење термина *digital media discourse* (којим се, уосталом, насловљава и ова монографија). Како смо рекли, у првом делу књиге, унутар поглавља о дигиталности у медијима и дискурсу, наилазимо на енциклопедијски списак кључних појмова, детаљно објашњених, који су релевантни за даљи ток излагања. На дизајнерско-графичком плану, сваки од ових појмова-потпоглавља (као, уосталом, и централна поглавља у књизи) уведен је хештегом (#), без белина, па се на тај начин и визуелно, графостилски, подупире предметно-тематска експликација и анализа о којој је реч. А који су то појмови? Следимо редослед из монографије: *дигитални медији, дигитална интерактивност и стварање група, мултимодалност, хештегови, хиперлинкови и хипертекстови, укљученост/ангажовање корисника, клик као мерна јединица, кликбејт (=клик-мамац), те кориснички обликован (генерисан) садржај*. Централни појам међу њима је, свакако, *дигитални медији* [digital media], који супсумира сва комуникациона средства што делују и оперишу помоћу различитих енкодираних формата података који су машински читљиви [machine-readable data / computer-readable data], при чему се ови дигитални медији стварају, конзумирају, дистрибуирају, модификују, слушају, чувају итд. на одговарајућим дигиталним електронским направама. Овај и сви остали поменути појмови служе као врста нужних концептуалних оператора за оно што ауторка намерава да изведе: да представи дискурсне типове дигиталних медија и подвргне их анализи. У другом поглављу I дела монографије управо се говори о тим дискурсним типовима (дигиталних медија). Полази се од појма дискурса и дијалектичког схватања његове природе (у ферклафовској, критичкодискурсној, традицији) – према коме дискурси не само да рефлектују или репрезентују друштвене ентитете и односе него их и конституишу и конструишу, другим речима, дискурси јесу суштински друштвена пракса, тј.

процес у који су текстови – оно како ми језиком делујемо и како се уопште језиком користимо – „угнежђени”, с чиме је у сагласју виђење дискурса дигиталних медија у специфичном дигиталном контексту. Па шта је онда уопште дискурс дигиталних медија? Ауторка каже (превод наш): то је „језик исказан у одређеном контексту (друштвеном, политичком, културном, економском итд.) и реализован помоћу бинарног кода ради остваривања друштвено подстакнуте онлајн или офлајн комуникације”. Будући да више није реч само о једном, вербалном коду који служи за формулисање поруке, не чуди што се прво пажња усмерава ка концепту мултимодалности (тј. ка мултимодалном тексту и дискурсу). Мултимодални текст одређује се као творевина која комбинује и интегрише различите семиотичке ресурсе ради стварања значења (поруке), што ауторка лепо показује на кратком примеру интернетског мема, где се комбинује текст са сликом (трима сликама-кадровима), и где се смисао не би могао разумети уколико не бисмо узели и социо-културну компоненту у обзир. Другим речима, показује се да је и мултимодалност у дискурсу културно специфична. У наставку поглавља, а имајући у виду да се у монографији ради о дискурсу дигиталних медија, ауторка износи своје тумачење следећих релевантних појмова: *медијски дискурс* (који укључује вести, информације и репортаже што се помоћу новина, часописа, друштвених медија, интернета, ТВ и радија преносе јавности), *вести*, данас веома актуелне *лажне вести* (измишљотина и дезинформација – *фејкњуз*), *дипфејк* (злонамерно компјутерски обрађен и измењен видео-снимак неке, обично јавне, особе на којем она изгледа, говори или ради као да је нека друга особа), *дигиталне платформе*, *наслови и лидови*, *друштвени медији*, *блогови*, *поткасти*, *влогови*, *сценарији*, *видео-игре*, *мемови* и *гифови*, *коментари* (испод вести), *говор мржње*.

У другом делу монографије – сачињеном из девет поглавља – предочени су теоријски приступи дискурсу дигиталних медија и прикладне, илустративне студије случаја, у којима је доказан експликативни значај и могућност примене представљених теоријских проседеа. Прва теорија с којом нас др Јасмина Ђорђевић детаљније упознаје јесте *теорија уоквиравања* [framing theory]. Уводећи читаоца у интрикатности ове теорије – позивањем на обимну и ваљано ишчитану, тј. критички промишљену литературу (што Ј. Ђорђевић иначе чини и у другим поглављима своје монографије) – ауторка, полазећи од Гофмана до рецентни(ји)х аутора (Ентман, Семетко и Валкенбург и др.), предочава њен значај за испитивање дискурса дигиталних медија. Након тога следи анализа наслова и лидова с позиције теорије уоквиравања. Тако се даље нижу „близински парови” унутар поглавља: теорија коју прати саодносна сту-

дија случаја. Као наредна излаже се *теорија о ономе шта је вредно објављивања* [theory of newsworthiness], почев од Галтуна преко Ејлдерсове до Беднерекове и Каплеове, да би се потом та теорија применила на материјал сачињен од 77 новинских чланака објављених у онлајн издању *Политике*. Остајући и даље у сфери анализе вести, Ј. Ђорђевић представља још једну теорију – посвећену *дискурсивним стратегијама* [discursive strategies]. Ослањајући се понајвише на учења Рајзигла и Водакове (делом и Ван Дејка), ауторка ће анализирати наслове и лидове према пет издвојених дискурсивних стратегија – референци и номинацији, предикацији, аргументацији, перспективизацији, те интензификацији и ублажавању – лепо демонстрирајући како се стратегије користе ради подршке одређеним чињеницама, оправдавању деловања, интензификовању значења, грађењу аргументационе структуре базиране на одређеним топосима итд. Након овога – доминантно језичког сегмента – следи поглавље посвећено мултимодалној дискурсној анализи. Иако се расправља о неколико различитих (премда у значајној мери комплементарних) мултимодалних приступа, Јасмина Ђорђевић одлучује се за комбинацију Кресовог и Бејтемановог приступа. Оно што ће уследити, након теоријског увода, јесте једна веома оригинална анализа комерцијалних огласа, тј. реклама. Куриозитет је, а чини се тиме и још већи *suspense*, да се до анализиране рекламе не може више доћи (чак ни претрагом по интернетским беспућима), па ауторка препричава ТВ-рекламу (емитовану пре десетак година на малим екранима) за прашак (за праће рубља), која јој се очито толико урезала у памћење и оставила утисак, да је и после деценије изузетно живо сећање на њу. Дакле, детаљно је анализирана свака секвенца ТВ-рекламе, уз коришћење и Keleidographic Builder-а, и показано је како системска мултимодална анализа дискурса може допринети разумевању поруке и ишчитавању онога што је довело до креирања једне такве рекламе. Осмо поглавље посвећено је Теуну ван Дејку и његовој социокогнитивној теорији дискурса, док су у деветом изложене поставке критичких дискурсивних студија друштвених медија [social media critical discourse studies]. Овај приступ Јасмина Ђорђевић примениће на материјалу с Фејсбука (прецизније, на *Политикиној* страници на овој платформи). Последња теорија с којом се сусрећемо у овој монографији јесте тзв. спирала ћутања [spiral of silence]. Теорија спирале ћутања долази с политиколошког и комуниколошког поља (осмислила ју је немачка политиколошкиња Елизабет Ноел-Нојман). Према овој теорији, појединац има страх од изолације, што произлази из идеје да социјална група (или друштво) може да изољује, занемари или искључи чланове због њиховог мишљења, па овај страх од изолације утиче на то да појединац „утишава” или потпуно „ћуткује” свој глас уместо да га јавно изнесе. Јасмина

Ђорђевић примењује ову теорију на коментаре које читаоци остављају испод вести, а те се вести тичу случајева сексуалног злостављања. У пилот-студији, спроведеној на српско-енглеском узорку, ауторка уочава колико је – у посматраним коментарима – (пре)мало емпатије и разумевања за жртве сексуалног злостављања, а колико много оптуживања и додатног вербалног злостављања (извргавању руглу) ових жртава. Све то доводи, потпуно у складу с теоријским претпоставкама, до „самоућукивања” жртава злостављања (и ућукивања оних који су солидарни са жртавама), огољујући језиву емоционалну пустош и несолидарност коју доминантни друштвени (барем према ономе што је садржај тих коментара) образац намеће, перпетуирајући злочин и неправду према, пре свега, женама – жртвама сексуалног насиља. Иза ових поглавља следи закључни део и богата литература, којом се и завршава монографија.

Након свега изложеног – вратимо се на сам почетак и подсетимо се шта је у предговору монографије ауторка написала. Речено је да би монографија *Дискурс дигиталних медија у лингвистичким истраживањима* требало да пружи увид о односу између дискурса као манифестације језика у дигиталним медијима и истраживачких могућности које нуди лингвистика (у сарадњи са социолингвистиком, медијским студијама, критичким студијама итд.). Да ли је планирано остварено? Можемо јасно рећи: Да! Објашњени су основни концепти у вези с дигиталним медијима и дискурсом дигиталних медија, предочене су различите теорије које објашњавају детектоване феномене употребе језика и других семиотичких кодова у дигиталним медијима. У студијама случаја показано је – на узоран начин – како се те теорије могу применити при испитивању дискурса дигиталних медија. Све ово написано је прецизним језиком и јасним стилем, који омогућава праћење изведене анализе.

Напоследку, као неко ко је искусио, бартовски речено, и ужитак и задовољство при ишчитавању текста *Дискурс дигиталних медија у лингвистичким истраживањима*, и као неко ко се у својим истраживањима бави сличним питањима, ослањајући се на исте и сличне теоријске проседе, могу да закључим како је студија, која се ове године нашла пред заинтересованим читаоцима/истраживачима проистекла из преданог и систематичног вишегодишњег рада, да спроведена истраживања (тзв. студије случаја) показују како се ова врста дискурса може анализирати са различитих теоријских позиција, али и како се резултати таквог истраживања могу повезати са другим друштвеним дисциплинама (критичке студије, политикологија, комуникологија, маркетинг и сл.), осветљавајући природу – све популарнијег и доминантнијег, свеprisутног – дискурса дигиталних медија.

На самоме крају, будући да ипак долазим с поља српске филологије (србистичке лингвистике), изрекао бих и једну жељу: очито је због чега је књига написана на енглеском језику, и јасно је да је енглески – када су у питању оваква (и не само оваква!) истраживања – *lingua franca* академске (дискурсноаналитичке) заједнице, али сматрам да би заиста било корисно када би се књига превела на српски језик и објавила, јер би то ипак омогућило да се у нашој земљи (и, уопште, на простору некадашњег заједничког језика) још већи број студената, докторанада и научника упозна с овим садржајем и можда усмери ка даљем истраживању неких овде поменутих дискурсних феномена.