

# STEREOTIPI U JEZIKU MASOVNIH KOMUNIKACIJA

---

Jezik masovnih komunikacija\*) zavređuje veću pažnju društva već iz tih razloga što posređuje značajne društvene funkcije informacijske, ideološke i estetske prirode. Takav jezik je u biti razvoja društva i pojedinca. Štampa, radio, televizija i film angažuju i znatna materijalno-tehnička sredstva što je takođe od društvenog interesa, ali je presudnija činjenica da se tek posredstvom jezika ostvaruje komunikacija u humanističkom smislu.

Jedno od glavnih pitanja u proučavanju masovnih komunikacija je korelacija društvenih odnosa i fakata jezika<sup>1)</sup> sa težištem na osobenostima jezika u vezi s upotrebom u različitim sferama društvenog života. Pri tome se sociolingvistika služi metodama sociologije kao što su anketa, usmeno saopštenje, rad s dokumentima, statistička obrada i sl. Izbor sociolingvističkih fakata razlikuje se od socioloških u prvom redu metodološki: u sociologiji jezik je samo sredstvo informacije, dok je u sociolingvistici jezik sam objekt istraživanja.

Štampa, radio, televizija i film kao institucije društvenih normi i vrednovanja utiču na proširenje društvenih funkcija jezika. Opšte tendencije tog razvoja ispoljavaju se u procesima urbanizacije i s tim povezane društveno-profe-

\*) Izlaganje na skupu Izučavanje jezika društveno-političkog života i masovnih komunikacija, maj 1986, Beograd.

<sup>1)</sup> А. А. Волков, Стиль массовой коммуникации и общественно-языковая практика, в *Язык и массовая коммуникация. Социолингвистическое исследование*, Москва, Наука, 1984, стр. 35—50.

sionalne diferencijacije<sup>2</sup>). Stručne i jezičke redakcije i savjeti sve više uključuju u svoj djelokrug medijske specifičnosti jezika masovnih komunikacija. Jezička analiza ima nekoliko bitnih pravaca: a) proučavanje tekstova, b) specifičnosti profesionalnog govora na radiju, televiziji i u novinama i c) uticaj jezika masovnih komunikacija na govor auditorijuma.

#### *Pojam stereotipa*

U jeziku masovnih komunikacija javljaju se tipični jezički obrasci kao uslov razumljivosti, uvjerljivosti i prihvatljivosti političkih, ekonomskih, kulturnih i drugih sadržaja koji se saopštavaju. Priroda tih obrazaca jednim dijelom je ekstralingvistička, dok na lingvističkom planu prisustvo prepoznatljivih struktura postaje tipološko svojstvo funkcionalnih stilova<sup>3</sup>).

Stereotipne strukture posjeduju visok stepen obaveznosti upotrebe. Po svojoj prirodi one se približavaju automatiziranim formama jezičkog izražavanja, a jedno od njihovih opštih svojstava je odsustvo individualnosti, koja je primjerice svojstvena umjetničkoj prozi i u još većoj mjeri poeziji. U jeziku masovnih komunikacija individualna stilaska crta obično je podređena komunikativnim zahtjevima u pogledu izbora ustaljenih leksičkih jedinica, sintaksičkih konstrukcija i kompozicije teksta. Ova pojava zavisi od tematike teksta, žanrovske specijalizacije, potreba auditorijuma, te autorske i redaktorske obrade.

Pojam stereotipnosti u jeziku masovnih komunikacija, kao i uopšte u jeziku, ne bi trebalo shvatiti kao apsolutnu polarizaciju. Naprotiv. Individualna stilaska crta prisutna je u svim stilovima, ali je nejednako podređena strategiji komunikacije<sup>4</sup>). Dijalektika jezika kao otvorenog sistema je u njegovoj upućenosti ka standardizaciji tipičnih modela informacija, ali i neophodnom prostoru za žive jezičke procese.

Proučavanje jezičkih stereotipa, odnosno dihotomija stereotip/nestereotip je u domenu funkcionalne stilistike<sup>5</sup>). Poznato je da kategorija funkcionalnog stila zavisi od opšteg tipa jezič-

<sup>2</sup>) M. Popović: O komunikacijskoj funkciji jezika, Zbornik radova *Jezič i međunarodno komuniciranje*, Sarajevo, 1984.

<sup>3</sup>) Н. М. Разинкина: О понятии стереотипа в языке научной литературы, у *Научная литература. Язык, стиль, жанры*, Москва, Наука, 1985, стр. 33—46.

<sup>4</sup>) Н. М. Разинкина: О возможности приложения некоторых критериев эстетики к формулировке лингвистического понятия функциональный стиль, у *Функциональные стили. Лингвометодические аспекты*, Москва, Наука, 1985, стр. 3—14.

<sup>5</sup>) Н. М. Разинкина, *иб.* 3

kih sredstava, a kao takva formira se upravo ponavljanjem leksičkih i sintaksičkih struktura, te ponavljanjem cijelih kompozicionih blokova<sup>6)</sup>. Tekstovne analize svih žanrova pružaju dosta materijala za izvođenje ovakvog zaključka.

Pojava stereotipa u naučnim tekstovima može se funkcionalno uporediti s jezičkim standardom u štampi. Stručni i društveni zahtjevi, i u jednom i u drugom slučaju, utiču na formiranje standardizovanih oblika izlaganja. S druge strane, stroga pravilnost u izboru leksike i gramatičkih formi karakteristična je za naučni stil, dok su razgovorni elementi i profesionalizmi uobičajeni u publicističkom stilu. U naučnim tekstovima javlja se veliki broj termina i terminologizovanih sintagma koje, zapravo, označavaju stereotip u određenoj oblasti. U tom smislu može se posmatrati i društveno-politička leksika u informativnom stilu. Možemo zaključiti da naučna i stručna terminologizacija jezika formira kolektivni jezički izraz, mada istovremeno doprinosi i stereotipnosti jezika na stilističkom planu.

#### *Jezički i kompozicioni nivoi stereotipije*

Funkcionalni stil kao jezička kategorija ima svoju karakterizaciju određenu ciljevima komunikacije. To se, prije svega, pokazuje u namjernom potčinjavanju ili odstupanju jezičkih izraza od stereotipa.

U analizi prirode stereotipa izdvajaju se dva pristupa: distributivni i semantički. U prvom analizira se mjesto stereotipa u tekstu i potencijalna vrijednost njegove upotrebe. Drugi pristup proučava prisustvo/odsustvo samostalnog značenja u leksici i sintaksičkim konstrukcijama koje se ponavljaju. Tekstovne analize u različitim žanrovima mogu dati brojne primjere o neophodnosti stereotipije u leksici, pa i u sintaksi, naročito u informativnim tekstovima društveno-političkog, ali i drugih sadržaja. Ovdje se ne može govoriti jedino o uticaju administrativnog stila, već je potrebno konkretno analizirati koliko na ovu pojavu utiču pragmatične potrebe komunikacije.

Stereotipnost u kompoziciji teksta neposredno je uslovljena žanrom kojem tekst pripada. Primjetno je da se u tekstovima nekih žanrova lakše uočava kompozicioni invarijant, dok je kod drugih znatno teže<sup>7)</sup>. U kolektivnom jezičkom izrazu, kakav se njeguje u medijima ma-

<sup>6)</sup> B. Talijan, M. Popović: *Televizija kao sredstvo komunikacije i jezička praksa*, *Književni jezik*, Sarajevo, 1986, br. 15/1, str. 75–82.

<sup>7)</sup> A. B. Стеллиферовский: *Некоторые структурно-смысловые характеристики информационных газетных текстов*, *иб.* 4, стр. 63–73.

sovnih komunikacija, najviše su zastupljene standardizovane kompozicije. Takav karakter ima većina novinskih tekstova, kao i mnoge emisije na radiju i televiziji. Tu se logično smjeњуju čvrste i manje čvrste kompozicione cjeline, šabloniziraju i ponavljaju određeni izrazi, rečenice i veći dijelovi teksta. Stepem obaveznosti i predvidljivosti jezičkih jedinica varira od žanra do žanra. Skala predvidljivosti jezičkih elemenata ima dvije krajnosti — a između njih su jezički oblici čiji je stepen predvidljivosti najmanje izučen<sup>8)</sup>. Tekstovne analize, s jedne strane, ukazuju na nivoe stereotipije dok s druge strane ostaje prostor jezičke kreativnosti i individualnosti. U jeziku masovnih komunikacija, posebno kada je reč o informativnim tekstovima, taj prostor je vidno sužen, što je u velikoj mjeri rezultat djelovanja vanjezičkih faktora.

#### *Stereotipi u informativnom stilu*

Informativni tekstovi u štampi, na radiju i televiziji daju osnova da se govori o specifičnoj upotrebi standardnog jezika. Agencijske vijesti, izvještaji i komentari novinara su skoro redovno pisani jezik s ustaljenim jezičkim formama, odnosno klišeima. Standardizacija jezika u kolektivnom izrazu ostvaruje se u većem broju tipskih modela informacija. Pri tome se javlja specifična leksika, stereotipne konstrukcije i preovlađuju određeni tipovi rečenica.<sup>9)</sup>

Tematsku okosnicu informativnog stila predstavlja društveno-politička leksika. Naročito je razvijen sloj leksike koja prati razvoj samoupravnih društvenih odnosa. Uočena je pojava leksikaliziranih skraćenica tipa OOUR, SOUR, ZUR, SIV i sl. Potpunija analiza leksike obuhvatila bi sastav, osobenosti društveno-političke leksike, klasifikaciju, te prisutne inovacione procese i prognozu daljeg razvoja.

U informativnom stilu često se upotrebljavaju glagoli određenog tipa, na primjer: *sastojati se*, *počinjati*, *ispunjavati*, *nalaziti se* i dr.; glagoli govorenja: *saopštiti*, *izraziti*, *izjaviti*, *naglasiti*; glagolske imenice: *aktiviranje*, *planiranje*, *ispunjavanje*, *obavljanje*...

Na sintaksičkom planu stereotipija se izražava u kanonizaciji cijeloga niza sintagmi i rečenica. Sintagme tipa *predstojeći zadaci*, *postojeći kapaciteti*, *prisutni problemi*, *široke mogućnosti* i slično proširuju se u rečenici, a za njih je karakteristična velika vjerovatnoća predvidljivosti.

<sup>8)</sup> M. Риффатер: Критерии странстического анализа в Новое в зарубежной лингвистике, Москва, Наука, 1980, вып. 9, стр. 73—80.

<sup>9)</sup> B. Talijan, M. Popović, *ib.* 6.

Izrazi u kojima uz glagole dolaze imenice i njihovi atributi u ustaljenim vezama tipični su za informativni stil i obilježavaju njegov protokolarni karakter. Na primjer: *dati podršku*, — *doprinos*, — *naglasak u raspravi*, — *podsticaj akcijama*, — *prioritet*, — *saglasnost*; *imati susrete* — *uvjeravanja*, — *kontakte*, — *široke mogućnosti*, — *bliska shvatanja i zajedničke interese*, — *razgovore*; *izraziti neslaganje*, — *zadovoljstvo* — *krajnju*, — *ozbiljnu*, — *duboku*, — *zabrinutost*, — *negodovanje*, — *nadu*, — *bojazan*, — *spremnost*, — *interesovanje*, — *podršku*, — *žaljenje*, — *zahtjev*, — *želju*, — *uvjerenje*, — *privrženost*, — *saglasnost* i sl.

Što se tiče rečenica u informativnom tekstu, one su opterećene sintagmama koje su nastale pod uticajem agencijskih vijesti i drugih zvaničnih saopštenja, a primjetne su i osobine administrativnog stila. Čak i u govornoj formi (izvještaji, komentari, zvanični govori) velika su udaljavanja od stilskih osobina razgovornog jezika, što je uslovljeno uglavnom žanrovskim tipom informativnih emisija koje njeguju „zvaničan“ jezik a manje su kreativnog i komentatorskog tipa.

#### *Zaključak*

Jezički i kompozicioni stereotipi iako su najmanje inventivan sloj jezika, nalaze se kako u informativnom tako i u naučnom, pa i u razgovornom stilu. Ali, mora se reći da su stereotipi produkt takvih jezičkih procesa u kojima, s jedne strane, jezik strukturno teži shematizaciji gradeći tipične obrasce u funkcionalnim stilovima, s izuzetkom umjetničkog, a s druge strane, u jeziku je prisutna i veoma potrebna individualizacija na stilističkom planu.

Jezički obrasci za koje je u ovom radu prihvaćen termin stereotip (klišej, šablon) svojstveni su i jeziku masovnih komunikacija, posebno kada se ima u vidu žanrovska struktura i komunikativne potrebe. Pojmu stereotipa pokušala se oduzeti gotovo opšteprihvaćena negativna konotacija na stilističkom planu, s obzirom da se stereotipija posmatra kao tipološka osobina kolektivnog jezičkog izraza.