

R E C E N Z I J A ZA MONOGRAFSKO NAUČNO DELO

Knjiga prof. dr Jasmine P. Đorđević **DIGITAL MEDIA DISCOURSE IN LINGUISTIC RESEARCH** [Diskurs digitalnih medija u lingvističkim istraživanjima], na preko 250 stranica rukopisnog teksta, predstavlja dobro osmišljenu i isto tako napisanu naučnu studiju, koja se bavi – u svetskim okvirima humanističkih disciplina kao i lingvistike – rastućom i sve popularnijom oblašću što prevazilazi okvire sada već klasične diskursne analize uspostavljajući veze i s komplementarnim društvenim naukama – komunikologijom, politikologijom, sociopsihologijom, svakako „naddisciplinarnom“ semiotikom, te formirajući jedan sasvim moderan i u našoj istraživačkoj tradiciji nesumnjivo ređe zastupljen pristup u lingvističkim istraživanjima.

U ovoj studiji autorka je pokazala nekoliko stvari: umešnost u ispitivanju i osvetljavanju različitih aspekata raznih diskursnih formi, poznavanje brojnih teorijskih prosidea i veštinu u njihov primeni na empirijskom materijalu, sposobnost da komplikovane (i stručnijoj publici manje poznate) teorijske pristupe jasno predstavi, objasni i ukaže na dalje istraživačke perspektive koje se mogu otvoriti ako se dobro upozna data literatura.

Monografija **DIGITAL MEDIA DISCOURSE IN LINGUISTIC RESEARCH** strukturirana je u dva velika dela (Part I & Part II) koji su, unutar sebe, precizno parcelisani i razučeni shodno onim fenomenima koji se detaljnije propituju u datim segmentima. Prvi deo knjige – koji sadrži dva poglavlja – možemo čitati kao svojevrsan glosar odnosno leksikon ključnih pojmova unutar oblasti imenovane *digital media discourse*, tj. *diskurs digitalnih medija*. Tako se na samom početku upoznajemo s istorijom ovog pojma kao i razlozima zbog kojih ovaj termin autorka (u aktuelnom trenutku) smatra preciznijim od njegove „preteče“ – *computer-mediated discourse (communication)* – a koji je u lingvistička istraživanja novih medija uvela S. Herring. Naprosto, već sama činjenica da se proizvodi diskurs koji se javlja (tj. koji je ostvaren) u digitalnim medijima a nije ograničen više samo na kompjuter nego su na dispoziciji druga (modernija) tehnološka sredstva: pametni telefoni, tableti, čak i pametni satovi, opravdava uvođenje termina *digital media discourse* (kojim se, uostalom, naslovljava i ova monografija). Kako smo rekli, u prvom delu knjigu, unutar poglavlja o digitalnosti u

medijima i diskursu, nailazimo na enciklopedijski spisak ključnih pojmova, detaljno objašnjenih, a koji su svi relevantni za dalji tok izlaganja. Na dizajnersko-grafičkom planu, svaki od ovih pojmova-potpoglavlja (kao uostalom i centralna poglavlja u knjizi) uveden je heštegom #, bez belina, pa se na taj način i vizuelno podupire predmetno-tematska analiza o kojoj je reč. A koji su to pojmovi? Sledimo redosled iz monografije: *digitalni mediji*, *digitalna interaktivnost* i *stvaranje grupa*, *multimodalnost*, *heštegovi*, *hiperlinkovi* i *hipertekstovi*, *uključenost/angažovanje korisnika*, *klik kao merna jedinica*, *klikbejt* (=klik-mamac), te *korisnički oblikovan* (generisan) *sadržaj*. Centralni pojam među njima je svakako: *digitalni mediji* [digital media], koji supsumira sva komunikaciona sredstva što operišu pomoću različitih enkodiranih formata podataka koji su mašinski čitljivi [machine-readable data / computer-readable data], pri čemu se ovi digitalni mediji stvaraju, konzumiraju, distribuiraju, modifikuju, slušaju, čuvaju itd. na odgovarajućim digitalnim elektronskim napravama. Ovaj i svi ostali pomenuti pojmovi služe kao vrsta nužnih konceptualnih operatora za ono što autorka namerava da izvede: da predstavi diskursne tipove digitalnih medija i podvrgne ih analizi. U drugom poglavlju I dela monografije upravo se govori o tim diskursnim tipovima (digitalnih medija). Polazi se od pojma diskursa i dijalektičkog shvatanja njegove prirode (u ferklafovskoj tradiciji) – prema kome diskursi ne samo da reflektuju ili reprezentuju društvene entitete i odnose nego ih i konstituišu i konstruišu, drugim rečima diskursi su suštinski društvena praksa, tj. proces u kojem su tekstovi – ono kako mi jezikom delujemo i kako se jezikom koristimo – „ugnežđeni“, s čime je u saglasju viđenje diskursa digitalnih medija u specifičnom digitalnom kontekstu. Pa šta je onda uopšte diskurs digitalnih medija? Autorka kaže (prevod je naš): to je „jezik iskazan u određenom kontekstu (društvenom, političkom, kulturnom, ekonomskom itd.) i realizovan pomoću binarnog koda radi ostvarivanja društveno podstaknute onlajn ili oflajn komunikacije“. Budući da više nije reč samo o jednom, verbalnom kodu koji služi za formulisanje poruke, ne čudi što se prvo pažnja usmerava ka konceptu multimodalnosti (tj. ka multimodalnom tekstu i diskursu). Multimodalni tekst se određuje kao tvorevina koja kombinuje i integriše različite semiotičke resurse radi stvaranja značenja (poruke), što autorka lepo pokazuje na kratkom primeru internetskog mema, gde se kombinuje tekst sa

slikom (trima slikama-kadrovima), i gde se smisao ne bi mogao razumeti ukoliko ne bismo uzeli i socio-kulturnu komponentu u obzir. Drugim rečima, pokazuje se da je i multimodalnost u diskursu kulturno specifična. U nastavku poglavlja, a imajući u vidu da se u monografiji radi o diskursu digitalnih medija, autorka iznosi svoje tumačenje sledećih relevantnih pojmova: *medijski diskurs* (koji uključuje vesti, informacije i reportaže što se pomoću novina, časopisa, društvenih medija, interneta, TV i radija prenose javnosti), *vesti*, danas veoma aktuelne *lažne vesti* (izmišljotina i dezinformacija – *fejknjuz*), *dipfejk* (zlomerno kompjuterski obrađen i izmenjen video-snimak neke, obično javne, osobe na kojem ona izgleda, govori ili radi kao da je neka druga osoba), *digitalne platforme*, *naslovi i lidovi*, *društveni mediji*, *blogovi*, *podkasti*, *vlogovi*, *scenariji*, *video-igre*, *memovi* i *gifovi*, *komentari* (ispod vesti), *govor mržnje*.

U drugom delu monografije – sačinjenom iz devet poglavlja – predloženi su teorijski pristupi diskursu digitalnih medija i prikladne, ilustrativne studije slučaja, u kojima je dokazan eksplikativni značaj i mogućnost primene predstavljenih teorijskih prosegova. Prva teorija s kojom nas dr J. Đorđević detaljnije upoznaje jeste *teorija uokviravanja* [framing theory]. Uvodeći čitaoca u intrikatnosti ove teorije – pozivanjem na obimnu i valjano iščitano, tj. kritički promišljenu literaturu (što inače čini u svim poglavljima svoje monografije) – autorka polazeći od Goffmana do recentni(ji)h autora (Entman, Semetko & Valkenburg i dr.) predložava njen značaj za ispitivanje diskursa digitalnih medija. Nakon toga sledi analiza naslova i lidova s pozicije teorije uokviravanja. Tako se dalje nižu „blizinski parovi“ poglavlja: teorija i saodnosna studija slučaja. Kao naredna izlaže se *teorija o onome šta je vredno objavljivanja* [theory of newsworthiness], počev od Galtuna i Holmboe Rugea preko Eildersove do Bednerekove i Capleove, da bi se potom ta teorija primenila na materijal sačinjen od 77 novinskih članaka objavljenih u onlajn izdanju *Politike*. Ostajući i dalje u sferi analize vesti J. Đorđević predstavlja još jednu teoriju – o *diskursnim strategijama* [discursive strategies]. Oslanjajući se ponajviše na učenja Reisigla i Wodakove (delom i Van Dijka), autorka će analizirati naslove i lidove prema pet izdvojenih diskursnih strategija – referenci i nominaciji, predikaciji, argumentaciji, perspektivizaciji, te intenzifikaciji i ublažavanju – lepo demonstrirajući kako se strategije koriste radi podrške određenim

činjenicama, opravdavanju delovanja, intenzifikovanju značenja, građenju argumentacione strukture bazirane na određenim toposima itd. Nakon ovoga – dominantno jezičkog segmenta – sledi poglavlje posvećeno multimodalnoj diskursnoj analizi. Iako se raspravlja o nekoliko različitih (premda u značajnoj meri komplementarnih) multimodalnih pristupa Jasmina Đorđević se odlučuje za kombinaciju Kressovog i Batemanovog pristupa. Ono što će uslediti, po objašnjenju teorijskog uvoda, jeste jedna od najoriginalnijih analiza komercijalnih oglasa, tj. reklama. Kuriozitet je, a čini se time i još veći suspense, da se do analizirane reklame ne može više doći (čak ni pretragom po internetskim bespućima), pa autorka prepričava TV-reklamu (emitovanu pre desetak godina na malim ekranima) za prašak (za pranje veša), koja joj se očito toliko urezala u pamćenje i ostavila utisak da je i posle decenije izuzetno živo sećanje na nju. Dakle, detaljno je analizirana svaka sekvenca TV-reklame, uz korišćenje i Keleidographic Buildera, i pokazano je kako sistemska multimodalna analiza diskursa može doprineti razumevanju poruke i iščitavanju onoga što je dovelo do kreiranja jedne takve reklame. Osmo poglavlje posvećeno je Teunu van Dijku i njegovoj sociokognitivnoj teoriji diskursa, dok su u devetom izložene postavke kritičkih diskursnih studija društvenih medija [social media critical discourse studies]. Ovaj pristup će Jasmina Đorđević primeniti na materijalu sa Fejsbuka (preciznije, na *Politikinoj* stranica na ovoj platformi). Poslednja teorija s kojom se susrećemo u ovoj monografiji jeste tzv. spirala ćutanja [spiral of silence]. Teorija spirale ćutanja dolazi s politikološkog i komunikološkog polja (osmislila ju je nemačka politikološkinja Elisabeth Noelle-Neumann). Prema ovoj teoriji, pojedinac ima strah od izolacije, što proizilazi iz ideje da socijalna grupa (ili društvo) može da izoluje, zanemari ili isključi članove zbog njihovog mišljenja, pa ovaj strah od izolacije utiče da pojedinac „utišava“ ili potpuno „ućutkuje“ svoj glas umesto da ga javno iznese. Jasmina Đorđević primenjuje ovu teoriju na komentare koje čitaoci ostavljaju ispod vesti, a te se vesti tiču slučajeva seksualnog zlostavljanja. U pilot-studiji, sprovedenoj na srpsko-engleskom uzorku, autorka uočava koliko je – u posmatranim komentarima – (pre)malo empatije i razumevanja za žrtve seksualnog zlostavljanja a koliko mnogo optuživanja i dodatnog verbalnog zlostavljanja (izvrgavanju ruglu) ovih žrtava. Sve to dovodi, potpuno u skladu s teorijskim pretpostavkama, do „samoućutkivanja“ žrtava zlostavljanja (i ućutkivanja onih

koji su solidarni sa žrtavama), ogoljujući jezivu emocionalnu pustoš i nesolidarnost koju dominantni društveni (barem prema onome što je sadržaj tih komentara) obrazac nameće, perpetuirajući zločin i nepravdu prema, pre svega, ženama-žrtvama seksualnog nasilja. Iza ovih poglavlja sledi zaključni deo i bogata literatura kojom se i završava monografija.

Nakon svega izloženog – vratimo se na sam početak i podsetimo se šta je u predgovoru monografije autorka napisala. Rečeno je da bi monografija **DIGITAL MEDIA DISCOURSE IN LINGUISTIC RESEARCH [Diskurs digitalnih medija u lingvističkim istraživanjima]** trebalo da pruži uvid o odnosu između diskursa kao manifestacije jezika u digitalnim medijima i istraživačkih mogućnosti koje nudi lingvistika (u saradnji sa sociolingvistikom, medijskim studijama, kritičkim studijama itd.). Da li je planirano ostvareno? Možemo jasno reći: *Da!* Objašnjeni su osnovni koncepti u vezi s digitalnim medijima i diskursom digitalnih medija, predložene su različite teorije koje objašnjavaju detektovane fenomene upotrebe jezika i drugih semiotičkih kodova u digitalnim medijima. U studijama slučaja pokazano je – na uzoran način – kako se te teorije mogu primeniti pri ispitivanju diskursa digitalnih medija. Sve ovo je napisano preciznim jezikom i jasnim stilom koji omogućava praćenje izvedene analize.

Naposletku, u svojstvu recenzenta monografije **DIGITAL MEDIA DISCOURSE IN LINGUISTIC RESEARCH [Diskurs digitalnih medija u lingvističkim istraživanjima]**, koju potpisuje prof. dr Jasmina Đorđević, mogu da zaključim kako je studija, koja će se uskoro naći pred svim zainteresovanim čitaocima/istraživačima, proistekla iz predanog i sistematičnog višegodišnjeg rada, da sprovedeno istraživanje pokazuje kako se ova vrsta diskursa može analizirati sa različitih teorijskih pozicija, ali i kako se rezultati takvog istraživanja mogu povezati sa drugim društvenim disciplinama (kritičke studije, politikologija, komunikologija, marketing i sl.) osvetljavajući prirodu – sve popularnijeg i dominantnijeg, sveprisutnog – diskursa digitalnih medija.

Iz svega rečenog jasno proizilazi da ova monografija predstavlja originalan doprinos nauci i zbog toga je **sa zadovoljstvom preporučujem za objavljivanje.**

Na samom kraju, budući da dolazim s polja srpske filologije (srbističke lingvistike), neka mi bude dopuštena i jedna sugestija kolegici Jasmini Đorđević i Izdavačkom centru

Filozofskog fakulteta u Nišu: očito je zbog čega je knjiga napisana na engleskom jeziku, i jasno je da je engleski – kada su u pitanju ovakva (i ne samo ovakva!) istraživanja – *lingua franca* akademske (diskursnoanalitičke) zajednice, ali smatram da bi zaista bilo korisno kada bi se knjiga prevela na srpski jezik i objavila, jer bi to ipak omogućilo da se u našoj zemlji (i uopšte na prostoru nekadašnjeg zajedničkog srpsko-hrvatskog jezika) još veći broj studenata, doktoranada i naučnika upozna s ovim sadržajem i možda usmeri ka daljem istraživanju nekih ovde pomenutih diskursnih fenomena.

Novi Sad, 12. IV 2022.

dr Strahinja Stepanov
Odsek za srpski jezik i lingvistiku
Filozofski fakultet UNS
