

Nikola DOJČINOVIĆ, Jovana TRAJKOVIĆ

Univerzitet u Nišu, Srbija

95nikolica@gmail.com; trajkovicjovana09@gmail.com

OGLED O NOVINARSKOM JEZIKU U SRPSKOJ ŠTAMPI

Nikola DOJČINOVIĆ, Jovana TRAJKOVIĆ

University of Nis, Serbia

VIEW OF JOURNALISTIC LANGUAGE IN THE SERBIAN PRESS

At the time people used to learn to read in the papers that once were a teacher from whom readers could learn new word and how to stylistically create sentence in everyday speech. How modern reader can enrich their vocabulary by reading today's daily newspapers, as well as how the daily's newspapers nourish Serbian language, we will try to find out by analyzing newspaper articles in "Politika" and "Blic". The aim was to determine the frequency of loanwords in the press. We will analyze all reportages in listed newspaper for a period of one week.

Ključne reči: *jezik, dnevna štampa, anglicizmi, reportaža*

Key words: *language, newspapers, anglicisms, reportage*

Predmet istraživanja:

Predmet ovog istraživanja je uvid u upotrebu jezika u savremenoj srpskoj štampi i utvrditi zastupljenost pozajmljenica u srpskim dnevnim listovima. Novine koje ćemo analizirati jesu „Politika” i „Blic”. Analiziraćemo učestalost anglicizama u svim reportažama u periodu od 19. do 25. juna 2017. godine.

Ciljevi istraživanja:

1. Utvrditi zastupljenost anglicizama u reportažama u srpskoj dnevnoj štampi
2. Proveriti u kom se od dva analizirana lista u većoj meri koriste pozajmljenice

Hipoteze istraživanja:

1. Pozajmljenice su zastupljene u reportažama u srpskoj dnevnoj štampi
2. U „Politici” se u većoj meri koriste pozajmljenice u odnosu na „Blic”

UVOD

Mediji kao sredstvo masovne komunikacije imaju danas veliku moć i uticaj u društvu. Pomoću njih bivamo obavešteni o akutelnim dešavanjima, promenama koje se zbivaju kao i o konkretnim problemima koji utiču na društvo i njegov dalji razvoj. Činjenica da u savremenom društvu postoji „glad“ za informacijama govori o njihovoj neophodnosti. Mediji su, pored porodice, škole i vršnjaka označeni

kao agensi socijalizacije, pa je njihova uloga od velikog značaja. Način na koji mediji upotrebljavaju jezik može poslužiti kao model koji će se manifestovati u komunikaciji čitalaca. Kako živimo u svetu u kome je došlo do velikih tehnoloških promena, informacije se brzo smenjuju, pa tako mediji sve manje obraćaju pažnju na jezik, a brzina je faktor koji se postavlja ispred svih ostalih. Novinarstvo, stišnjeno vremenom i pritiskom da bude što brže i ažurnije u dostavljanju podataka, često se služi standardizovanim izrazom. U brzini izveštavanja, prevođenja i preuzimanja sadržaja od drugih medija, novinar često upotrebljava jezičke izraze koji su u tom sadržaju ponuđeni, bez obzira na to da li su ispravni i prilagođeni srpskom jeziku.

Glavni zadatak novina je informisanje, a ono u savremenom dobu mora biti brzo, nedvosmisleno i kratko. To podrazumeva upotrebu kratkih novinarskih žanrova, neopterećenih komentarima i ličnim stavovima. Sama priroda medija uslovljava prilagođavanje jezika njenim potrebama. Kako su građani neprestano izloženi uticajima medija, a jezik je osnovno sredstvo komunikacije, važno je da mediji budu u službi njegovog očuvanja. Svedoci smo da se na televiziji, radiju, i u štampi upotrebljavaju strane reči za koje u srpskom jeziku postoje termini.

JEZIK I MEDIJI

Izvorni srpski jezik sve više iščezava u većim gradovima u Srbiji kao posledica post-modernog društva i sve većeg *upliva* anglicizacija. Povodom teme *iščezavanja* i narušavanja izvornog srpskog jezika ugledni srpski književnici i SANU kao da su nevoljni da se suoče sa ovim problemom. O ovoj temi se nedovoljno diskutuje u medijima, a panel diskutuje se veoma retko organizuju. Stiče se utisak da nam nalet anglikanskog talasa ruši bogatu istoriju i rečnik našeg jezika. Glavni činioci koji utiču na *kvarenje* srpskog jezika su sve više nepravilnosti u govoru i pisanju, nezainteresovanost za očuvanje arhaičnih izraza i izvornih srpskih reči, širenje pojednostavljenog jezika posredstvom elektronskih medija kao i internet komunikacija koja je dominantan oblik komuniciranja mladih. O tome koliko je naš jezik osiromašen (ili obogaćen) terminima koje je iznedrila era interneta vodi se velika polemika. Starije generacije uglavnom ne razumeju mlade o čemu pričaju kada na primer slušaju njihov razgovor u javnom prevozu.

Jezik, dakle, omogućava da društvena zajednica funkcioniše kao civilizovana, on je, zapravo, osnovno sredstvo komunikacije. S druge strane, greške u jeziku, iako na prvi pogled beznačajne, kao i korišćenje reči iz stranih jezika mogu negativno uticati na sve nivoje komunikacije i interakcije među ljudima. Jasno je da se jezik neprestano koristi, a samim tim i neprestano kvari. Očuvanje jezika veoma je bitno, jer jezik predstavlja duhovno, kulturno i istorijsko dobro, kao i ujedinjujući faktor jednog naroda. Međutim, svest o značaju jezika nije razvijena. Pored nekolicine lingvista i filologa koji se zalažu za poštovanje jezičkih normi, o jeziku skoro da niko i ne misli. Mediji, s obzirom da koriste jezik kao osnovni instrument svoje profesije, trebalo bi da ga poštuju, neguju i da konstantno rade na njegovom bogaćenju, što se u praksi ne dešava.

Novine su pune jezičkih i pravopisnih grešaka, a jezik u mnogim medijima u potpunosti se izjednačava sa jezikom kafane, žargona i birokratije. Do problema jezika u medijima, između ostalog, dolazi zbog toga što nema lektora na koje

novinari mogu da se oslone. Lektora sve manje ima zbog nepovoljne ekonomske situacije u medijskim kućama. Ono što se čuje na televiziji, pročita u novinama i čuje na radiju smatra se normiranim i ispravnim, ali činjenica je da je medijski jezik sve siromašniji i udaljeniji od književnog i izvorno srpskog jezika.

TABLOIDIZACIJA JEZIKA

Ono što danas oslikava medijski jezik pored upotrebe varvarizma su i trivijalizacija, vulgarizacija, klišeji, upotreba žargonizama i sve veće pokoravanje senzacionalizmu i tabloidizaciji. Jezik se svodi na manipulativno sredstvo i gubi ulogu „duše“ jednog naroda. Nasuprot logici, mediji, umesto da se protiv toga bore, to omogućavaju.

Medijsku sferu polako osvaja tabloidno novinarstvo, koje nameće sopstveni sociolekt. „Jezik tabloida se sve više nameće kao dominantan, što je i ozbiljan kulturološki fenomen, koji može ostaviti ozbiljne posledice na jezičku kulturu“ rekao je profesor na Filološkom fakultetu Aleksandar Milanović na okruglom stolu „Piši kao što misliš“ (2011), gde je i lingvista Vlado Đukanović primetio da više ne treba primenjivati maksimu „piši kao što govoriš“, jer svi u Srbiji to rade, već „piši kao što treba“.¹ Tabloidi i polu-tabloidi među kojima je i srpski dnevni list „Blic“ koji je uzet za potrebu analize ovog rada, sve manje obraćaju pažnju na jezik kojim se služe prilikom pisanja tekstova. Tekstovi često bivaju preuzimani od novinskih agencija i tako objavljuvani u celosti, bez obraćanja pažnje na jezik i reči upotrebljene u tekstu, a često se mogu pronaći identični tekstovi u dva različita dnevna lista. Osnovni motiv ovih novina je profit, pa tako funkcionisanje medija u demokratiji XXI veka možemo da uporedimo sa tržišnom ekonomijom gde su vesti roba, a auditorijum potrošači, gde u informacije (kapital) ulažu vlasnici medija, izdavači, oglašivači, pa shodno tome i očekuju da jedna medijska kuća poštuje i zastupa njihove interese. Iz ove analogije sledi da savremeno novinarstvo možemo posmatrati kao industriju iza koje često stoje velike korporacije koje u svom koncernu poseduju medije isključivo kao sekundaran izvor prihoda tretirajući medijski tekst kao robu. Tako tretirani tekstovi bivaju standardizovani, odnosno napisani po tabloidnoj matrici.

„U celini posmatrano, komercijalni mediji su se razvijali kao mala preduzeća na konkurentnom tržištu, da bi tokom vremena evoluirali u velika preduzeća koja posluju na monopolističkim i oligopolističkim tržištima².“ (Herman, Mekčesni, 2004: 19)

OBRAZOVANJE NOVINARA I UTICAJ INTERNETA NA JEZIK U MEDIJIMA

Druga decenija XXI veka označila je početak jedne nove medijske ere. Ere u kojoj informacije „struje“ dvadeset četiri časa dnevno i pružaju mogućnost običnom građaninu da postane novinar izveštač. Naime, podaci o broju novinara

¹ http://rtv.rs/sr_ci/zivot/drustvo/u-medijima-veliki-broj-pravopisnih-i-gramatickih-gresaka_256863.html (17.09.2017)

² *Oligopolistic market* – Oligopolističko tržište, kada manja grupa firmi/kompanija iz srodnih grana kontroliše tržište.

u Srbiji koji imaju fakultet razlikuju se od godine istraživanja i izvora, ali valja napomenuti da nije rađeno ni ozbiljno istraživanje (na relevantnom uzorku) a ni potpuna evidencija novinara, pa se o brojkama može samo spekulirati. Prema podacima projekta koji se sproveo, internet portal „Novinari“, iz baze od oko 4.000 dobrovoljno upisanih medijskih radnika, podaci za novinare kažu da je manje od 40 odsto završilo fakultet, 27 odsto srednju školu, 16 odsto nije završilo započete studije. Tek nešto više od polovine urednika (59%), ima fakultetsko obrazovanje, a još dva procenta viši obrazovni stepen. Međutim, od tog broja samo 23 procenta ima diplome fakulteta specijalizovanih za novinarske i medijske profesije. Čak četvrtina urednika ima samo završenu gimnaziju, ili neku srednju stručnu školu, a 15 odsto ima više obrazovanje.³

Praksa pokazuje da novinarska profesija i ne zahteva nužno fakultetsko obrazovanje, ali je neophodno elementarno poznavanje jezika, što je retkost. Ovakvo stanje u jeziku medija razlog je postojanja mnogih jezičkih priručnika, doduše, sudeći po pismenosti novinara, retko čitanih. Nizom odabranih primera novinarskih jezičkih grešaka ukazuje se na nepoštovanje standarda srpskog jezika u domaćim medijima – novinari često koriste pozajmljene izraze poput šnajdera umesto krojača, šopinga umesto kupovine, fešn-vik umesto nedelja mode itd.

„Čistota jezika održava se izbegavanjem stranih reči, izraza i konstrukcije i pokušajem da se gde god je moguće koriste domaće reči. Česta greška je nagomilati predloge koji zahtevaju imenice u različitim padežima, što je samo bukvalni prevod sa engleskog jezika. Nepravilno je reći doći sa ili bez dece – pravilno je doći sa decom ili bez nje.“⁴

Čoveku savremenog doba gotovo je nemoguće da zamisli život bez računara, tableta, smartfona, pa tako živimo u eri u kojoj je informacija kapital. U novom medijskom poretku retroaktivno bivaju aktuelizovani postulati Frankfurtske škole, a mišljenje osnivača ove škole, Teodora Adorna i Maksa Horkhajmera, da mediji pretvaraju publiku u pasivne konzumente, pri čemu kultura postaje jedna velika industrija, i te kako se vraća na scenu teorije medija. Koliko god da je Internet pogodavao porastu neformalnog i informalnog obrazovanja, te porastu informatičke pismenosti i podizanju civilizacije na viši stupanj razvoja, on je zasigurno doprineo i jezičkom oblikovanju i masovnoj upotrebi stranih reči. Uticaj i korišćenje društvenih mreža na globalnom nivou je uzeo velikog maha, pa su se tako neki termini kod nas usvojili kao izvorni srpski, te je „prirodnije,“ reći „četovati“ umesto „ćaskati, dopisivati se“, fejsovati, tvitovati. Mreža nad mrežama je uslovlila da se kulture različitih zemalja širom sveta, kao jedna od fundamentalnih odlika jedne nacije, povežu na makro planu tvoreći jedinstvenu svetsku kulturu – američku, vestern kulturu.

UPOTREBA POZAJMLJENICA

„Jednu od najpreciznijih deficiija pojave pozajmljivanja reči daje Ž. Re-Debov: „Leksičkim pozajmljivanjem u užem smislu naziva se proces kojim jezik, L1, čiji je jezik formiran i utvrđen u trenutku T, stiče reč M2 (izraz i sadržinu), koju nije dotle posedovao i koja pripada rečniku jezika L2 (isto tako, formiranom i

³ <http://piskaralo.com/2011/02/obrazovanje-novinarar/> (22.09.2017)

⁴ <http://www.prekoramena.com/t.item.362/pravopis-mali-vodic-pravopisnih-novinarskih-gresaka.html> (22.09.2017)

utvrđenom u trenutku T). Taj proces se odvija od trenutka T do trenutka T1; vreme proteklo između T i T1 veoma je promenljivo i zavisi od brzine kojom se jedna pojava iz ravni govora kodifikuje.“ (Popović, 2005: 11)

Upotreba pozajmljenica je neophodna u svakom jeziku. „Kada se javi potreba da se imenuje neki dotad nepoznati referent, koji prema tome nema naziv u određenom jeziku, jedan od načina njegovog imenovanja je preuzimanje reči iz jezika čijim se posredstvom došlo u dodir sa njim. To je osnovni razlog pozajmljivanja stranih reči“ (Popović, 2005: 22). U nedostatku adekvatne zamene koriste se reči pozajmljene iz drugih jezika, koje se na neki način prilagođavaju normama jezika koji pozajmljuje. Ali kako bi se bogatstvo određenog jezika negovalo, važno je da se termini koje se nameću globalizacijom, a za koje u određenom jeziku postoje nazivi, očuvaju u svom obliku. Za sve učestaliju upotrebu stranih reči, posebno anglicizama, odgovore treba tražiti i u globalizaciji. „Od naučnih istraživanja i teorijskih rasprava, od univerzitetskih studijskih programa do članaka u dnevnoj štampi, od udžbenika sve do internet blogova i neformalnih diskusionih foruma, u kontekstu globalizacije neizbežna je tema jezik...“.⁵ Reči koje globalizacija verovatno najviše nameće drugim jezicima jesu reči engleskog porekla – anglicizmi. To da je njihova pojava u srpskom jeziku sve приметnija pokazuju sve brojnija istraživanja stručnjaka čiji su čest predmet istraživanja. Pošto su anglicizmi sve prisutniji kako u razgovornom, tako i novinarskom stilu, u ovom istraživanju smo posebnu pažnju posvetili anglicizmima.

ANGLICIZMI U SRPSKOM JEZIKU

„Pod terminom *anglicizam* se podrazumevaju dve vrste jezičkih jedinica: u uobičajenom značenju termina, anglicizam predstavlja opštu reč ili vezanu morfemu (tj. prefiks ili sufiks) iz engleskog jezika koja se upotrebljava u srpskom (npr. *bodibilder*, *eks-*), s različitim stepenom integrisanosti u njegov sistem. Ali, u ponešto neobičajenom značenju termina, anglicizam čini i reč, sintagma ili rečenica u srpskom jeziku čija upotreba odražava i/ili sledi normu engleskog jezika – ortografsku, fonološku, gramatičku, semantičku ili pragmatičku (npr. *kratka priča*, *podignuti sankcije*, *moгу li da vam pomognem?*)“ (Prčić, 2005: 59).

Sve češća upotreba anglicizama proističe iz dominacije engleskog jezika u mnogim sferama života, pa se on posmatra kao internacionalni jezik, jezik kojim se sporazumevaju osobe sa različitih govornih područja. Do širenja ovog fenomena dolazi i zahvaljujući sadržajima plasiranim preko medija. „Opšte je poznata činjenica da je engleski jezik *lingua franca* današnjice. Glavna ekspanzija engleskog jezika počela je u drugoj polovini 20. veka zahvaljujući nekolikim, lančano povezanim, društveno-istorijskim činiocima... Brzim tehnološkim napretkom koji je kulminirao kompjuterskom revolucijom, kao i njome podstaknutim nezapamćenim razvojem masovnih medija, engleski jezik postao je oruđe bez kog savremeni čovek, čini se, danas ne može da opstane. Do istinskog potresa na jezičkoj mapi sveta dolazi osamdesetih i devedesetih godina 20. veka, umrežavanjem miliona računara širom planete u jedinstvenu globalnu elektronsku mrežu – internet.“ (Panić-Kavgić: 2006,

⁵ https://www.npao.ni.ac.rs/files/612/12_2008_U_potrazi_za_identitetom_4ff99.pdf

17) Internet, koji je iz korena promenio životne navike čoveka, uticao je i na jezik. Tekstovi i multimedijalni sadržaji iz svih oblasti čovekovog života dostupni su na internetu, u velikom broju slučajeva, na engleskom jeziku. Engleski jezik je, na neki način, postao potreba savremenog čoveka.

Objašnjavanjem prisustva engleskog jezika u srpskom, Prčić konstatuje nastajanje jednog novog i specifičnog varijeteta srpskog jezika, koji bi se mogao podvesti pod domen sociolekta. On dalje kaže da se hibridni jezik kojim se mladi služe, može nazvati jedino anglosrpskim jezikom, a to je vrsta srpskog jezika koja odstupa od svojih normi i biva upotrebljavan prema normama engleskog jezika „Ovaj sociolekt, u svom prototipskom ispoljavanju, svojstven je urbanim, obično dvojezičnim, ljudima mlade generacija, započetog a nezavršenog obrazovanja, koji svoju jezičku i drugu kulturu stiču uglavnom putem popularnih mas-medija“. (Prčić, 2005: 56, 57)

U medijima, upotreba anglicizama koja je prekomerna i čije značenje čitaoci ne razumeju, smatra Panić-Kavgić, može dovesti do posledica po sam jezik i širu jezičku zajednicu. Čitalac, dolazeći u kontakt sa reči koju ne razume u potpunosti, pa njeno značenje zaključuje na osnovu konteksta napisa, prima iskrivljenu informaciju i prima nepotpunu poruku. „Do prave poplave anglicizamam u medijima u Srbiji dolazi, ipak, tek posle 2000. godine, nakon velikih društveno-političkih promena u zemlji.“ (Panić-Kavgić: 2006, 22)

ANALIZA DNEVNIH LISTOVA „BLIC“ I „POLITIKA“

Za potrebe ovog rada nastojali smo da utvrdimo da li se i koliko često autori reportaža ovih listova služe rečima stranog porekla. U navedenim listovima, u periodu od 19. do 25. juna 2017. godine, utvrdili smo da je napisano 18 reportaža, i to 10 reportaža u novinama „Blic“, dok je „Politika“ u ovom periodu plasirala nešto manje, 8 reportaža.

Naziv novina: Blic		
Nazivi reportaža		Broj anglicizama
19.06.2017	<i>Želja za karateom jača od bolesti</i>	11
	<i>Za svoju dušu sviram na ulici i u domovima za bake i deke</i>	8
20.06.2017	<i>Nošnje sedam tkalja stigle i do Afrike</i>	8
21.06.2017	<i>Sestra otišla umesto šampiona u vojsku i pronašla ljubav</i>	12
22.06.2017	<i>Slatko i žene su vam najlepší na svetu</i>	11
	<i>Pešaćimo kilometrima, ali jedva čekamo da nastava opet počne</i>	9
23.06.2017	<i>Od crtača do šampionka informatike</i>	11
24.06.2017	<i>Bitka za živote dece</i>	9

25.06.2017	<i>Ko je zaljučao kraljevu vilu</i>	6
	<i>Srbi kod osjeka grade hram iscelitelju raka</i>	7

Naziv novina: Politika		
Nazivi reportaža		Broj pozajmljenica
19.06.2017	<i>Plastelinske lutke i stvarne žice oko nas</i>	8
20.06.2017	<i>Moj susret sa Vijetnamom Grinom i Diras</i>	5
21.06.2017	<i>Sećanje na Prištence</i>	7
22.06.2017	<i>Za raspust uživanje na bazenu, u selu, na moru...</i>	6
23.06.2017	<i>Veliki povratak male knjižare iz kraja</i>	8
	<i>Nemamo naftu, ali imamo baštinu</i>	7
24.06.2017	<i>Otac na kineskom službenom putu</i>	12
25.06.2017	<i>Ploveći grad</i>	10

Ovom analizom afirmisali smo prvu hipotezu, tako što smo utvrdili da su anglicizmi zastupljeni u ovim listovima.

U dnevnom listu „Blic“ pronašli smo 92 anglicizma, dok je u listu „Politika“ bilo 63. S obzirom na to da je broj reportaža veći u „Blicu“ (10) u odnosu na „Politiku“ (8), prosečan broj anglicizama po reportaži je 9,2 u „Blicu“, a 7, 87 u „Politici“. Na osnovu ove anlike, naša hipoteza da su anglicizmi zastupljeniji u „Politici“ je opovrgnuta.

ZAKLJUČNO RAZMATRANJE

Jezik u medijima se pojednostavljuje, skrnavi, tako što se „bogati“ pozajmljenicama. Gotovo da jedva primećujemo razliku između svakodnevnog, razgovornog stila i novinarskog, odnosno publicističkog. Kao da srpski jezik nije dovoljno bogat i da stalno postoji potreba da se reči zamenjuju stranim, umesto da se radi na očuvanju srpskog jezika kao što je to slučaj sa nacionalnim parkovima, retkim vrstama biljaka i životinja, kao jedno kolektivno dobro i kulturnu baštinu. Pitanje očuvanja jezika bi trebalo uvek da bude aktuelna i veoma bitna tema jer je jezik stub jedne nacije – znak identiteta, kako ličnog i nacionalnog tako i kulturnog i duhovnog. To pitanje je važno pokrenuti što pre jer nam je jezik ugroženiji više nego ikad u novijoj istoriji. Rešenje bi moglo da bude održavanje okruglih stolova, panel diskusija, uvođenje časova lingvistike u osnovnim i srednjim školama, posvećen medijski program ovom problemu, ali i postojanje lektora u svim novinskim i izdavačkim kućama, čime bi se pokrenula borba za pismenost i očuvanje jezika.

ЛИТЕРАТУРА // BIBLIOGRAPHY

Herman, Mekčesni 2004: Herman, E. S. , Mekčesni, R. V. *Globalni mediji*, Beograd: Clio.

Panić-Kavgić 2006: Panić-Kavgić, O. *Koliko razumemo nove anglicizme*. Novi Sad: Zmaj.

Popović 2005: Popović, M. *Reči frncuskog porekla u srpsko jeziku*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

Prčić 2005: Prčić, T. *Engleski u srpskom*. Novi Sad: Zmaj.

[http://piskaralo.com/2011/02/obrazovanje-novinara/\(22.09.2017\)](http://piskaralo.com/2011/02/obrazovanje-novinara/(22.09.2017)) <http://www.prekoramena.com/t.item.362/pravopis-mali-vodic-pravopisnih-novinarskih-gresaka.html> (22.09.2017)

http://rtv.rs/sr_ci/zivot/drustvo/u-medijima-veliki-broj-pravopisnih-i-gramatickih-gresaka_256863.html (17.09.2017)

https://www.npao.ni.ac.rs/files/612/12_2008_U_potrazi_za_identitetom_4ff99.pdf (25.05.2017)