

**ВЕСНА МИЛЕНКОВИЋ\***  
Висока школа за комуникације  
Београд

УДК 316.74:81  
Прегледни рад  
Примљен: 29.04.2018  
Одобрен: 27.05.2018  
Страна: 433-444

## МЕДИЈСКИ ДИСКУРС И КОМУНИКАЦИОНА ПЕРСПЕКТИВА ЈАКОБСОНОВИХ ЛИНГВИСТИЧКИХ ФУНКЦИЈА

**Сажетак:** Истичући функције које језик има у комуникацији у зависности од усмерености на поједине елементе комуникације, Јакобсон је описао модел који се, пре свега, бави појмом значења и унутрашњом структуром поруке. У раду су изложени основни теоријски појмови Јакобсоновог комуникационог модела језичких функција у служби медијског дискурса који је компариран са књижевним текстом, с циљем да се утврди комуникациона перспектива лингвистичког модела и прикаже значај функција усмерених ка елементима важним за медијску производњу.

**Кључне речи:** комуникационе функције, медијски/драмски дискурс, значење, шум у комуникацији

### Увод

Раст индустријског друштва, стални напредак медијских технологија, експанзија штампе, развој телеграфа, телефона, филма, радија, телевизије као нових комуникационих средстава, иницирали су интересовање научне јавности која је почела да разматра различите моделе комуницирања и анализира стварање и размену значења порука које су неодвојиве од процеса комуникације – од Аристотела и најранијих линеарних форми комуникације (оратор–говор–аудиторијум) до Ласвела (*H.D. Laswell*) и 5W модела: ко, шта, коме, којим каналом, са каквим ефектом (Радојковић и Милетић, 2008: 84) који је наглашавао ефекат, а не значење; од математичког линеарног Шенон-Виверовог модела заснованог на статичком појму комуникације, до Њукомбовог (*T. Neuscumb*) модела симетрије у облику троугла; сагледава се, такође, и неколико Шрамових модела (*W. Schramm*) по којима је свака особа и кодер и декодер и анализира Озгудова (*Ch. Osgood*) психолингвистичка схема проистекла из његове теорије значења и психолингвистичких процеса; упо-

---

\* vesna\_milenkovic1@yahoo.com

ређује се и развој од концептуалног модела Вестли-Меклина (*Westley & McLellan*) по коме комуникациони процес у масовним медијима, осим појединца, може започети и догађај, преко Бекеровог (*S.L.Becker*) мозаичког модела, до Јакобсоновог (*R. O. Jakobson*) лингвистичког модела комуникације који се, пре свега, бави појмом значења и унутрашњом структуром поруке (Јанићијевић, 2007: 48-83). Док су различити аспекти комуницирања (лингвистика, политикологија, естетика, социологија, психологија, економија) указивали на интердисциплинарност и друштвену оправданост науке о комуницирању, семиологија као наука о знацима нарочито се приближила сагледавању феномена комуницирања указујући на постојање нејезичких симбола у сфери комуникације (Сосир /*F. de Saussure*/, 1969) или вештачких симбола погодних за комуницирање (артологија) (Барт /*Barthes*/, 1971) што представља неки од покушаја успостављања научног приступа и бар делимичног осветљавања света знакова (Радојковић и Ђорђевић, 2001: 16). Истражујући знак са становишта комуникације која функционише као порука, Јакобсон је истицао да снага језика примаоце информација може преместити у било које време или простор, уколико овладају основним елементима ради разумевања изреченог.

Развој друштва довео је до промене начина живота људи који су прихватили медије као изворе информација, па је комуникација посредством медија постала потреба модерног човека који није више могао искључиво својим чулима у оквиру интерперсоналне комуникације да прати и размењује информације. Експанзија телевизије и раст моћи њене слике унели су нове језичке и нејезичке знаке као преносиоце и тумаче значења. Појава друштвених медија изазвала је жестоку реакцију медијских корпорација према формирању паралелног, виртуелног комуникационог простора и нових медијских жанрова (нпр. блогова) који су се брзо пробиле и показали изванредне резултате у области медијског извештавања, иако се убрзо поставило питање квалитета медијских порука и одговорности интернет активиста. Као 'индустрија свести' сматра Адорно, (*T.Adorno*) медији у саставу мултимедијалних корпорација производе културне садржаје и намећу публици своја мишљења односно сопствене конструкције догађаја. Производећи садржаје медији 'кодирају' слику, да би је примаоци порука 'декодирани' (Хол /*Stuart Hall*/, 2008), што значи да је публика узела учешће у производњи значења. Фиск (*J.Fiske*, 1987) истиче да од друштвених, културолошких и идеолошких позиција публике зависи која ће се интерпретативна стратегија употребити, јер док год комуницира, појединац производи знакове и знаковне системе у сфери свакодневице.

## Комуникација и значење исказа

Као носилац значења, знак (лат. *signum*) најпре упућује на појам језичког знака, а његове функције на саопштавање информација путем порука, односно на систем елемената – референт (предмет), знакови (кодови), пошиљалац и прималац. Као и остали представници европске структуралистичке лингвистике, интерпретирајући своју теорију о (вербалном) знаку, Јакобсон је полазио од

Сосировог учења о знаку као феномену који се двојно испољава у облику означитеља и означеног у смислу појма на који се та слика односи. Иако су им полазишта била иста, оно што је разликовало каснија учења у овој области јесу разноврсни приступи знаку и начини различити од оног по коме је Сосир организовао говорни низ/текст као ланац знакова уређених по граматичким правилима, односно према коду што Јакобсон описује у смислу схватања „речи које су састављене од јединица што су већ прозвучале”, ... „гласови се удружују у речи, речи у фразе, фразе у целовите исказе” (Јакобсон, Поморска, 1998: 75). Персово (*Ch. S. Peirce*) учење о три категорије знакова (слика, индекс, симбол), друго је полазиште Јакобсонове усредсређености на знак. Док слика указује на сличност означитеља и означеног (*сигнанс, сигнатурм*), (Сосир, 1969) „индекс углавном дејствује фактичком, егзистенцијалном везом између сигнанса и сигнатурма...; симбол углавном делује преко импутиране, научене везе између сигнанса и сигнатурма” (Јакобсон, 1966, 165). По Персовој тврдњи може се закључити да измешана својства све три категорије знака упућују на најсавршенији знаковни модел. Фаворизујући слику као посебну врсту знака и полазећи од Персове поделе на обичну слику и дијаграм, Јакобсон закључује да означитељ у првој категорији представља особине означеног, а у дијаграму указује на сличност сигнанса и сигнатурма која се огледа у односу међу „појединостима које их сачињавају” (Јакобсон, 1966, 170). Управо на овој другој врсти слике, дијаграму као средству репрезентовања, Перс је утемељио своје проучавање знаковних исказа у оквиру семиотике, науке о суштини и најважнијим варијантама семиозе којој је давао значење садејства три чиниоца: знака, његовог предмета и значења (Ђокић, 2003: 98). Уочавајући потребе флексибилности у сагледавању знака као сложене појаве на коју утичу произвољност, природност као и многобројне законитости, Јакобсон је истисао Персов допринос повезивању знаковних категорија са временским одредницама што слику означава као категорију прошлог времена, индекс везује за садашње време, а симбол за будућност (Јакобсон, 1966, 173-174).

Јакобсон заступа тезу полифункционалности језика/драмског исказа и сматра да су књижевност односно комуникација пре свега конотативне природе за разлику од денотативног језика и говора иако је тешко повући јасну разлику између првог, главног и јединог значења и асосијативног симболичког вишезначја. Проучавајући ову тему, Билер (*K. Bühler*) је издвојио репрезентативну, експресивну и апелативну функцију приказивања језика дефинишући их тако да прва манифестује језички знак у односу према стварности, друга се бави релацијом знак-субјекат, а трећа, апелативна, тиче се односа према реципијенту (Билер према Мукаржовски */J. Mukarovsky/*, 1973). Дефинишући форму-поруку и системску природу кодова, Еко (*U. Eco*) је помоћу четири фазе комуникационог процеса кодирања, енкодирања, декодирања и складиштења информација у оквиру своје комуникационе схеме указивао на могућности преноса порука под условом да се оне на правилан начин декодирају (Еко, 1973: 387). У 'широком комуникативном царству' (Мукаржовски, 1986: 66), језик као систем вербалних знакова у коме је знак носилац значења, упућује на репрезентативну функцију приказивања стварности, затим експресивну функ-

цију која се манифестује у односу према говорнику и апелативну функцију у оквиру које језички знак успоставља однос према реципијенту. Комуникациони догађај означава слање поруке од пошиљача примаоцу, до кодиране поруке која се преноси као комплекс сигнала одређеним каналом, производећи, при том, физичко-психолошку везу између комуникатора и реципијента. Пошто је „сваки исказ карика у сложено организованом ланцу других исказа” (Бахтин /*M.M.Bakhtin*/, 1980: 242) и увек у вези са оним што му претходи, Бахтин закључује да исказ зависи од онога што се очекује као својеврсни одговор. Та дијалогска манифестација није могућа без значењског јединства у коме се смењују најмање два контекста.

Испитујући различите моделе комуникације и преузимајући онај који су већ понудили амерички стручњаци за електронику, Јакобсон своју језичку схему представља као скуп шест елемената: пошиљалац, прималац, порука, контекст (предмет), код, канал (Јакобсон, 1988: 158) са припадајућим комуникационим функцијама – експресивном (изражајном), конативном (апелационом, емотивном), поетском (естетском), референцијалном (сазнајном), метајезичном (металингвистичком) и фатичком (Јакобсон, 1966: 293). „Драмски исказ увек истовремено испуњава више комуникацијских функција у интерном драмском систему, иако једна од њих доминира над осталима” (Ромчевић, 2004: 132). Та функција вербалне уметности која је доминантна у тексту, одређује и његову врсту. Док Јакобсон посебно истиче естетску функцију, због тога што фокусира саму поруку аутора као уметника речи, дотле Гиро (*Pierre Guiraud*) сматра да највећу пажњу треба посветити емотивном и референцијалном начину сагледавања језичког знака, јер се тако супротстављају разум и чулност, објективно са субјективним, наука и уметност као логички са изражајним знаком (Гиро, 1975: 11). И Еко значење исказа повезује са естетском функцијом приказивања језика, јер таква порука има „двосмислену структуру у односу на систем очекивања који представља код” (Еко, 1973: 72). Пошто уз емотивну има и сазнајну вредност, а иначе је карактерише двосмисленост, може се догодити да поетска функција иако информативна, у комуникационом чину представља 'семантички шум'. Без обзира на то што Јакобсон није предвидео неостварену комуникацију, осим његових шест елемената, у приказивању функција језика и његовог утицаја на значење медијског и драмског исказа треба уврстити и шум који се може јавити у комуникационом каналу.

Модел језичке комуникације по коме, поруку/текст, исказ, слику, шаље пошиљалац–реципијенту, аутор–уметничкој публици, професионални комуникатор–масовној медијској публици, стандардно је схватање комуникације која подразумева значајну улогу реципијента у обликовању значења медијског текста. Истичући улоге које језик има у комуникационом процесу у зависности од усмерености на поједине елементе комуникационих функција, Јакобсон је описао модел по коме пошиљалац путем комуникационог канала уз коришћење заједничког кода шаље примаоцу поруку која се налази у одређеном контексту да би одсликала право значење које исказ жели да постигне. У циљу разумљивости порука Јакобсон посебну пажњу посвећује реалности односно контексту који дели две стране у комуникационом ланцу; при том, поруке пос-

лате у кôду за који прималац има кључ морају бити пренесене материјалним каналом који је доступан примаоцу (Јакобсон, 1966: 289-290). Док су сви фактори комуникационог модела заступљени у чину комуницирања, сваки од њих сходно својој функцији посебно долази до изражаја у појединим исказима и на тај начин утиче на њихову особеност. Једна функција увек је доминантна иако исказ због полифункционалности језика испуњава више функција. Док се на интерном (примарном) нивоу одиграва комуникација међу ликовима, субјеката у процесу, модел екстерног (секундарног) комуникационог система омогућава разликовање између наративног и драмског текста и појашњава различите нивое који леже у односу пошиљалац/прималац, а остале елементе комуникације оставља по страни да би се исказ боље разумео. У овом случају, публика је у предности у односу на ликове, јер до информација долази путем „дијалога, али и невербалних знакова” (нпр. костима) (Ромчевић, 2004: 252) што ствара драмску иронију. Примаоци нису само пасивни конзументи, нарочито не у време интеракције, већ приступају поруци из свог властитог контекста. Догађа се да аутори не успевају увек да се приближе и наметну потенцијалној публици, што их омета у покушајима да успоставе идеал по моделу Јакобсонове схеме вербалне комуникације.

### **Медијски/књижевни дискурс: комуникациона перспектива лингвистичког модела**

Ако се текст посматра као естетска категорија, онда он опстаје код публике онолико дуго колико се обрађује доживљавајући, при том, различите трансформације. После сваке обраде, текст поново активно производи поруке раздвојене на два сегмента: пошиљалац/порука, порука/прималац. Док се на интерном нивоу комуникација одиграва између ликова, на нивоу екстерне комуникације, порука као естетски знак упућен публици која га прима, тумачи и вреднује идентификујући се са ликовима, може се преносити небројено пута. У комуникацији, ликови се служе драмским говором који за разлику од обичног укључује још један важан фактор – публику, односно имагинарног саговорника ако је реч о монологу (да би био остварен монолошки спрег). Баш се у том сталном преклапању интерног и екстерног комуникацијског система одражава сложеност говора, јер „драмски говор нема само два адресата; он има и два изражајна субјекта” (Ромчевић, 2004, 131), а то су: функционални, драмски лик и стварни субјект односно аутор који своју причу гради у оквиру књижевног текста. Друга димензија одступања драмског говора од стандардног наступа када се уводе нове или стране речи, затим архаизми и др. Трећи ниво разлика јавља се када се обичан говор видно разликује од установљених конвенција драмског језика, јер се такав језик увек налази у простору напетости између две димензије одступања. Када текст пређе границе обичног појединачног говорног чина постаје ланац комуникације чији је услов опстанка стално поновно преношење садржаја.

Полазећи од тога да је појам текста везан за спољашњу манифестацију комуникативног догађаја, а да се термином дискурс истиче важност одговора на питања ко комуницира, са ким, зашто, у ком контексту, путем ког медија, које типове комуникације користи и какав је њихов међусобни однос, анализа медијског дискурса дефинише текст као мултимедијалност односно скуп изражајних елемената као што су говор, музика, ефекти, слике, текстуални искази. Свет постмодерне, 'цивилизацију писма' (Радојковић и Милетић, 2008, стр. 19) заменио је 'цивилизацијом слике', па је за друштвене медије постао карактеристичан новоуспостављени однос приоритета одређених елемената мултимедије као што су слика и звук у односу на текст. У друштву урођеном у културу слике публици се шаљу поруке уз коришћење свих расположивих медијских средстава. Исто као и у текстуалним, и у сликовним порукама акцентовањем појединих кадрова указује се на посебно значење одређених секвенци ради моделирања мишљења јавности. 'Читање' таквих значења довело би до низа недоумица уколико би ситуација у којој се одиграва догађај била непозната. Од изузетне важности за пренос информација представља разумевање стварног садржаја поруке у процесу комуникације која се одвија у одређеним друштвеним условима са спесифичним интерперсоналним односима. Контекст може сасвим да промени смисао и функцију медијског садржаја, да умањи његову информативност и тако публику доведе у заблуду. Њиме се бави *референцијална функција*, јер је њен основни задатак преношење информација и указивање на податке који представљају додатна објашњења као што је бекграунд (*background*) који подсећа публику на прошле догађаје који се односе на актуелне вести. Карактеристична по одсуству емоционално-експресивних елемената сазнајна функција преноси информације састављене у форми трећег лица које нису познате публици. Поруке се састоје од исказа (тачних или нетачних) о теми извештавања, о чињеницама које прималац медијске поруке треба да повеже са актуелним догађајем као и осталим информацијама које су предходиле вести. Са становишта сазнајне функције језика, вест о епидемији малих богиња новинар би обликовао по моделу обрнуте пирамиде постављајући у лид<sup>1</sup>, најважнију информацију о броју оболелих или преминулих; затим би по важности уследиле остале информације (о недовољном броју вакцинисане деце и опасностима од болести малих богиња, важне информације о доступности вакцина, о последицама у срединама које нису имале довољан број ваксинисаних грађана, о томе који су симптоми, шта треба учинити ако се болест ипак догоди, какве су прогнозе, савети медицинских стручњака, подсећање на последице које је епидемија произвела ранијих година).

У књижевном дискурсу референцијална функција доминантна је у вербалној форми нарације када због одређених разлога догађаји не могу бити приказани, па о њима ликови размењују информације. То су детаљи из прошлости или поруке које доноси гласник. Пошто изражава однос поруке и референта, предмета на који се порука односи и показује како је говор објекта повезан са садржајем текста, ова функција највише је заступљена у конвенцијал-

<sup>1</sup> Најизразитија карактеристика новинског дискурса, сажетак вести (Бел /A. Bell/, 1994: 174).

ним формама драмског исказа као што су „наративна експозиција, гласнички извештаји и теихоскопија” (Ромчевић, 2004: 133).

За медијски дискурс, са становишта остваривања комуникације важна функција овог модела представља *метајезичка функција* у којој највише долази до изражаја код као заједнички језички систем који обезбеђује остваривање комуникације. Иако најзначајнији структурални елемент комуникационог процеса, код може постати извор 'комуникационог неспоразума' онда када је емитент поруке због својих биолошких и културних разлога подређен коду или када емитент и реципијент не примају поруку на основу истог кода (Еко, 1973: 60). Због тога, на овом нивоу учесници у комуникацији проверавају да ли порука има заједнички код. При обликовању информација, новинари се, нарочито у фактографским жанровима, служе кратким и јасним исказима у којима нема неразумљивих појмова. У поменутом примеру о епидемији малих богиња новинар би у креирању вести користио општепознате изразе уместо страних речи и стручних термина који би створили недоумице код публике око разумевања садржаја дискурса. У медијском извештавању користе се једноставни, свима разумљиви искази и избегавају скраћенице осим ако се нису одомаћиле у свакодневном говору. У медијској као и у књижевно-уметничкој сфери прекид или било какав поремећај комуникације професионалним комуникаторима/ствараосима представљају озбиљан проблем нарочито ако су сметње идентичне обиму који заузима информација. Дејство шума на садржај, медији отклањају понављањем медијских порука, односно елементом редунаданције (Еко, 1973: 26-27), а отклањање опасности двозначности у тренутку емитовања и примања поруке обезбеђује се коришћењем истог кода.

Усмеравајући пажњу на кодове у смислу низа правила познатих емитенту и реципијенту, у књижевном тексту металингвистичка функција јавља се латентно, а не доминантно с циљем да одреди смисао знакова када постоји опасност да их прималац неће разумети. Тада упућује знак на одређени код који га осмишљава и представља кључ за његово разумевање.

Контакт као важан канал комуникације на путу сваке медијске поруке, упућује на *фатичку функцију* Јакобсонове схеме. На овом нивоу остварује се веза између два субјекта комуникације одређивањем канала који ће бринути о успостављању, одржавању или обустављању комуникације. Функција подстиче обе стране да комуницирају и појављује се у обредима, свечаностима, церемонијама, говорима, конвенцијама, медијским спектаклима. Формула поздрављања, обележавања почетка или краја конверзације, проверавање исправности канала представља, такође, њено поље деловања. За медије, успостављање контаката у смислу психолошке везе са масовном публиком представља предуслов извештавања.

У оквиру књижевног дискурса, на интерном нивоу задатак фатичке функције којој сам садржај поруке није важан јесте очување дијалогског контакта међу ликовима нарочито у комадима са одсуством комуникације. Сваки опширан одговор на конвенционална питања неочекиван је и непотребан. У драмском дијалогу нарушавање таквог шаблона изазива негодовање или комичан

ефекат, па се ти фатички елементи управо користе за постизање шaljивих мoмената у драмском изразу. Али, ако нема формалног поздрава, одговора, реакције може се закључити да се расположење саговорника променило. У секундарном комуникационом систему, у сценском извођењу књижевног текста, ова функција постиже се изгледом сцене, њеном прегледношћу, акустиком, насловом комада, припремљеним плакатима итд.

*Конативна функција* исказује утицај поруке на примаоца. Жеља да се одређеним медијским садржајем изазове извесна реакција реципијента, подстиче примаоца на извесно учешће. Важност ове функције повећава се у колико прималац поруке прихвата учествовање у дијалогу (Јакобсон, 1988, 158), јер је тада већ започео процес ерозије његових ставова. Утичући на промену мишљења убеђивањем или наредбом говорника, апелативна функција постаје све важнија и јача. Дијалог као комуникациони модел који се базира на равноправној и искреној интеракцији у колико је заступљен у медијском дискурсу све чешће добија манипулативни облик обраћајући се емотивној, а не рационалној страни личности. Уместо размене аргумената и критичког мишљења дијалог се свео на дебатоване у програмима забавног карактера у медијски посредованом простору. Функција убеђивања тако је у медијској сфери постала стандард у обликовању медијских порука. Полазна позиција новинара који извештава на поменуту тему била би вест чији би се први исказ односио на тзв. људски пример (*human example*), судбина детета које је у озбиљној животној опасности и брига њених родитеља. На основу тог примера који код примаоца поруке изазива буру емоција, надовезује се убеђивање родитеља да вакцинишу своју децу. Конативна функција има задатак да утврди однос између поруке и реципијента што указује на различито реаговање примаоца поруке. Реакције се манифестују и на нивоу разума, као и на нивоу спонтаног емотивног одговора. Насупрот референцијалној функцији која представља сазнајну и објективну раван комуникације, емотивна функција указује на афективни и субјективни комуникациони оквир.

Позивајући се на осећања и мисли примаоца, конативна функција у ту сврху при сценском извођењу драмског текста користи вокатив, друго лице једнине или множине и нарочито императив. Док је на интерном нивоу доминантна, ретко се може наићи на екстерном комуникационом нивоу као што је пролог у дечијим позориштима када се глумац окреће гледаоцима и обраћа се захтевом да публика нешто учини и тако учествује у уметничком перформансу.

Доминантна у првом лицу једнине, *експресивна функција* препознаје се по томе што изражава говорников субјективни став према поруци, указује на говорникове емоције, стварне или оне које жели да упути уз поруку (Јакобсон, 1966, 290). Најближа илустрација овог нивоа комуникације медија и публике уз примену основног примера односи се на коментар новинара који у првом лицу износи своје мишљење о насталој ситуацији која је проузрокована одбијањем родитеља да вакцинишу малишане. Повод за писање коментара јесу најважнији догађаји за који редакцијски колегијум процени да је тема дана. Новинар се директно обраћа публици посредством визуелних медија износећи



уз чињенице и своје ставове конкретно, концизно, кратко, са недвосмисленим закључцима. У штампаним медијима, новинар своје мишљење износи у облику коментара као основног облика аналитичког новинарства који се налазе посебно означени и издвојени од осталих чланака. Слично је и са онлајн (*on line*) издањима, с тим што у друштвеним медијима има могућности употребе дигиталне мултимедије.

Интерни ниво књижевног дискурса подразумева изражајну функцију у смислу помоћи лику који није задовољан собом да се представи другачије, да промени свој изглед и понашање. На екстерном комуникационом нивоу публици су познате чињенице које карактеришу лик, па је тако информација на интерном и екстерном нивоу различита. Један исти исказ може да обавља две функције и то када на интерном нивоу ликови комуницирају између себе, док су на екстерном нивоу у комуникацији са публиком. Та двострукост важи у највећем броју случајева.

Када порука постане циљ комуникације јавља се изразито самостална *поетска функција* од које све остале функције зависе. Насупрот семантичкој поруци која је усмерена ка информативној чињеници, естетичке поруке са становишта теорије комуникације осим сазнајне димензије поседују и манифестације искуства људи која су везана за област спонтаног, емоционално-афективног комплекса. То су поруке које настају осмишљавањем слика ради саопштавања идеја, сазнања, искуства (Радојковић и Ђорђевић, 2001: 140). У обичном говору поетска функција се не појављује, јер је у свакодневном комуницирању у фокусу брзи пренос информација. Са становишта медијског дискурса о комуникативности ових порука може се говорити уколико конкретна порука/уметничко дело изазива код публике одређене естетске доживљаје. Лингвистичко проучавање естетске функције не би смело да се задржи само у књижевној сфери (Катнић-Бакаршчић, 1999: 4), јер је овај модел карактеристичан за све врсте дијалога, у публицистички, рекламама, политичким слоганима.

Књижевно-уметнички дискурс карактеристичан је по улози поетске функције која усмереношћу на поруку указује на заједнички задатак поруке и кôда, а то је изградња поетике (Јакобсон, 1966: 286). Јакобсон је истицао доминантну улогу изузетно самосталне поетске функције која у различитим књижевним жанровима може доминирати без обзира на постојање утицаја других функција. Док би уз поетску функцију епска поезија имала и референцијалну функцију због доминације у трећем лицу, емотивна функција указивала би на лирску поезију писану у првом лицу, а конативно обележје било би карактеристично за лирску поезију у другом лицу. Креирајући своје поруке, уметност путем естетске функције ствара предмете који формирају своја посебна значења захваљујући симболизацији, стилизацији и тако скрећу пажњу публике. Поетска функција ретко се јавља на интерном нивоу у комуникацији између два лика, јер би они тада говорили 'неприродно', већ се појављује на нивоу екстерне комуникације која указује на лепоту језика и саме поруке. Као део поетске функције понекад се издвајају: лудичка, функција игре, поиграва-

ња са језиком и магијска функција која потиче из митског миљеа (Катнић-Бакаршчић, 1999: 4).

Са становишта агенсијских вести Јакобсоновој схеми требало би додати и медиј као још један елемент овог модела, због спесифичности рада агенција. Њихове вести усмерене су најпре на медије, а тек онда, посредно и на аудиторијум. Пре него што медији објаве агенцијске вести, новинари у складу са уредниковим препорукама интервенишу на тексту (Грухоњић, 2011: 25) у смислу скраћивања, преобликовања ради програмског усклађивања што, такође, упућује на улогу медија у оквиру овог комуникационог модела примењеног на дискурс агенсијског новинарства.

Референцијална, експресивна, апелациона функција и раније су биле познате у лингвистици на основу усмерености поруке на прво, друго и треће лице: три начина комуникације текста са публиком крећу се од преношења поруке у трећем лицу једнине неутралним језичким средствима без коришћења емоционално-експресивних елемената, преко порука у првом лицу једнине изражавањем субјективних ставова појединца, затим у скоро свим пропагандним (апелативним) текстовима који се изражавају у другом лицу једнине и множине. Остали елементи комуникационог догађаја сврстани су у преостале три функције које је Јакобсон накнадно увео и то кроз одржавање комуникације између ликова без размене информација у фатичкој функцији, кроз додатно појашњавање о кодовима које користе учесници у комуникацији посредством метајезичке функције и кроз естетску функцију која усмерава поруку на саму себе и престаје да буде средство општења. Питања о вербалној поруци као уметничком делу, Јакобсон решава тако што пред поетику поставља проблеме вербалне структуре исто онако као што предмет сликарске анализе контекстуализује са сликовном структуром (Јакобсон, 1966: 286) што упућује на одговор по коме је вербална структура предмет лингвистике, а поетика њен саставни део. Дакле, у сфери књижевно-уметничког изражавања Јакобсоновом 'лингвистичком поетиком' доминира поетска функција у којој је језик као медиј књижевности уређен систем који се стално мења, усавршава, који и ван уметничке сфере има своју улогу и значење.

## Закључна разматрања

У овом раду изложени су основни теоријски појмови Јакобсоновог комуникационог модела језичких функција у служби медијског дискурса који је компариран са књижевним текстом, с циљем да се утврди комуникациона перспектива лингвистичког модела и прикаже значај функција усмерених ка елементима важним за медијску производњу. Поређење медијског и књижевног дискурса показало је да њихов заједнички елемент језик као медиј књижевности представља средство изражавања колико и средство обликовања. Када је реч о значењу порука, стављајући књижевно дело у контекст одређеног просктора и времена, аутор публици која се од информације до информације креће без страха од манипулисања, предочава књижевну истину различиту од произ-

ведене, медијске реалности. У медијатизованом друштву спектакла сценска интерпретација постепено се из уметничке сфере преводи у свет медијских порука што директно утиче на значење медијског дискурса.

Перспектива овог комуникационог модела огледа се у могућности његове примене при анализи медијског дискурса. Са тог становишта полази се од прве три Јакобсонове функције – референцијална, фатичка и метајезичка за које се сматра да представљају основ организовања преноса порука путем медијима због тога што су усмерене на обезбеђивање информативне вредности поруке, одговарајућег канала који је задужен за одржавање комуникације и одабира јединственог кода који ће омогућити разумевање поруке и формирање њеног значења. Посебну пажњу Јакобсон је посветио карактеристикама средине у којима се комуникација одвија и условима који утичу на квалитет дијалога, јер је без познавања контекста тешко доћи до правог значења информације. Медији у оквиру својих активности често подлежу различитим притисцима ради наметања приоритетних тема које служе остваривању тежњи разних интересних група. Тада користе сва расположива пропагандна средства што директно утиче на истину и објективност информисања као стандарде професије. Обрађујући се емотивној, а не рационалној страни личности конативна функција тако поруком изазива жељене реакције реципијента. Саопштавањем личних ставова и указивањем на идеје, сазнања, искуства људи, изражајна и поетска функција фокусирају се на емитенте и поруку као два елемента Јакобсонове схеме без којих комуникација не би била остварена.

Дакле, разматрање перспективе, стратегије, примене Јакобсонових језичких функција усмерених ка елементима важним за медијску производњу указало је на основни задатак медијског дискурса, а то је пренос медијски обликоване поруке и изазивање одређених реакција. Међутим, Јакобсон је утврдио схему комуникације која се одиграва у идеалним условима, без различитих врста шумова који се иначе неизбежно јављају у комуникацији. Са становишта теорије информације, шум који загушује поруку може бити у облику нереда, дезинформације, деформације структуре дискурса, у форми нападања књижевног текста због механичких оштећења; узроци 'семантичког шума' могу настати због дејства времена, због избора примаоца који се одлучио за неодговарајући код за декодирање поруке, као и због цензуре која може пореметити или сасвим зауставити комуникацију. Због тога се може рећи да комуникација приказана овом схемом има одређена ограничења која нису предвиђена овим моделом.

## Литература:

1. Bell, A. (1994). *The Language of News Media*. Oxford : Blackwell.
2. De Sosir, F. (1969). *Opšta lingvistika*. Beograd: Nolit.
3. Đokić, R. (2003). *Znak i simbol*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
4. Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Routledge, London and New York.

5. Hol, S. (2008). Kodiranje, dekodiranje. U *Studije kulture*, zbornik 2, (ur) Jelena Đorđević, ( 275-285). Beograd: Službeni glasnik.
6. Katnić Bakaršić, M. (1999). *Lingvistička stilistika*. Budimpešta. Open Society Institute.
7. Bart, R. (1971). *Književnost, mitologija, semiologija*. Beograd: Nolit.
8. Bahtin, M. (1980). Problem govornih žanrova, *Treći program, RB*, IV-1980, br. 47.
9. Giro, P. (1975). *Semiologija*. Beograd: BIGZ.
10. Gruhonjić, D. (2011). *Diskurs agencijskog novinarstva*. Novi Sad. Filozofski fakultet.
11. Eko, U. (1973). *Kultura, informacija, komunikacija*. Beograd: Nolit.
12. Jakobson, R. (1966). *Lingvistika i poetika*. Beograd: Nolit.
13. Jakobson, R. (1988). *Temelji jezika*. Zagreb: Globus.
14. Jakobson, R. i Pomorska, K. (1998). *Razgovori: Lingvistika, poetika, kultura XX veka*. Beograd: Narodna knjiga Alfa.
15. Janićijević, J. 2007. *Komunikacija i kultura – sa uvodom u semiotička istraživanja*. Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
16. Mukaržovski, J. (1973). Poetsko imenovanje i estetička funkcija jezika. U *Treći program, RB*, leto 1973.
17. Mukaržovski, J. (1986). *Struktura, funkcija, znak, vrednost*. Beograd: Nolit. Književnost i civilizacija.
18. Radojković, M. i Đorđević, T. (2001). *Osnove komunikologije*. Beograd: Fakultet političkih nauka, Čigoja štampa.
19. Radojković, M. i Miletić, M. (2008). *Komuniciranje, mediji i društvo*. Beograd: Učiteljski fakultet.
20. Romčević, N. (2004). *Rane komedije Jovana Sterije Popovića*. Novi Sad: Pozorišni muzej Vojvodine.

## MEDIA DISCOURSE AND COMMUNICATION PERSPECTIVES OF JACOBSON'S LINGUISTIC FUNCTIONS

**Summary:** Highlighting the functions of language in communication, depending on the focus on particular elements of communication, Jacobson described a model that is primarily concerned with the notion of meaning and the internal structure of the message. This paper presents the basic theoretical concepts of Jacobson's communication model of language functions in the service of media discourse which is compared with the literary text in order both to determine the communication perspective of the linguistic model and to display the importance of functions aimed at the elements highly important for media production.

**Key words:** communication functions, media/dramatic discourse, meaning, noise in communication