

ELVIRA ĆEMALLOVIĆ-DILBEROVIĆ

DISKURS ISLAMOFBIJE – REALIJA MEDIJSKOGA DISKURSA?

Sažetak: U ovom radu nastoji se ukazati na diskurzivne jezičke i nejezičke elemente medijske informacije koja se u diskurzivnoj memoriji medijskog prostora sve jasnije oblikuje kao novi vid diskursa – diskurs islamofobije. Upravo zbog svoje složenosti i heterogenosti, posebno u vremenu dinamičnih društvenih zbivanja, diskurs medijske informacije predstavlja zanimljiv znanstveni prostor za ispitivanje odnosa između jezičkih sredstava upotrijebljenih za ostvarenje određenih komunikacijskih ciljeva i kulturoloških, historijskih i drugih vanjezičkih diskurzivnih produkata koji u interakciji stvaraju stavove, mišljenja i mentalne slike sudionika.

Ključne riječi: javni diskurs, medijski diskurs, analiza diskursa, konotacija, ideologemi, islamofobija, semantika

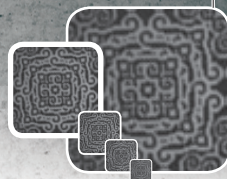
Jezič je neraskidiv dio najraznolikijih društvenih djelatnosti. Upravo u tome faktu nalaze se razlozi mnogolikosti jezičkih izraza što ih spremno objedinjujemo kompleksnim pojmom *javni diskurs*. Fenomen javnog diskursa odlikuje slojevitost a po funkcionalnom (nerijetko i sadržajnom) ključu u različitim javnim jezičkim ostvarenjima prepoznavat ćemo dijelom različite diskursne tipove ili domene (poddiskurse). Ipak, svaki diskursni tip – prepoznat na osnovu svojih dominantnih jezičkih obilježja – bit će podložan situacijskim kontekstom uvjetovanim utjecajima drugih diskursnih tipova. Pritom ćemo neke osobitosti prepoznavati kao dominantne, druge kao usputne ili marginalne, a treće kao nenadane i neopravdane (Badurina 2004).

Dinamične i nepredvidive društvene i političke mijene u savremenom svijetu neminovno se, manje-više, zrcale na svim vidovima javnoga diskursa, ali se čini da prve uočljive jezičke promjene nastale utjecajem vanjezičkoga konteksta primjećujemo u medijskom diskursu, a unutar njega ponajviše na njegovu leksičkom nivou. Jezik javnih medija (novine, radio, televizija) s jedne strane pod jakim i direktnim utjecajem (ideoloških) tendencija u društvu, a s druge i onaj koji sam vrši jak pritisak, postao je “najozbiljniji” i “najpogodniji” diskurs za divergentne jezičke i ine procese u eri demokratičnosti.

Današnji medijski diskurs karakterizira strategija lažne konspirativnosti koja prije evocira *nagađajući, spekulativni diskurs*, a čija retorika (naši – njihovi) neodoljivo podsjeća na raniji ideološki koncept (plus-minus polarizacija, “mi” i “oni”). Struktura medijske informacije uvjetovana je specifičnostima interakcijske situacije, čiji sudionici imaju različite komunikacijske ciljeve i koji na različite načine doprinose konstruiranju određenog medijskog događaja (Šimunić 2008).

Unutar takvoga složenog, kontekstualno uvjetovanoga medijskoga diskursa pronalazimo vidljivu frekventnost i raznolikost medijskih poruka (posebno novinskih tekstova) “posvećenih” islamofobiji, koji u dosta dugom vremenskom rasponu, rekli bismo još od tragičnog 11. septembra, funkcioniraju kao diskurzivna cjelina, odnosno *diskurzivni trenutak*, kako ga naziva Moirand (1999). Već smo ranije kazali kako se na najporoznijoj, najpropusnijoj jezičkoj razini – leksičkoj, najjasnije vide jezički elementi koji uobličuju novi mogući poddiskurs unutar medijskoga – *diskurs islamofobije* ili *antiislamski diskurs*.

Naravno, potrebno je naglasiti da se sam pojam islamofobija do danas nije egzaktno definirao; znanstvenici iz područja društvenih, humanističkih i religijskih znanosti na muci su kod tačnog definiranja islamofobije i davanja konačnih prijedloga za rješavanje problema nastalih u vezi s njom (Werkner 2012). No, u radu polazimo od



pretpostavke da nedefiniranje pojma islamofobija ne mora nužno značiti i nemogućnost kritičke analize diskursa koji u sebi objedinjuje tekstove čiji se sadržaji odnose na nj.

U nauci o jeziku općepoznato je da tek ako postoji mogućnost odabira između dvaju ili više leksema, može se govoriti o (potencijalnoj) stilskoj obilježenosti (markiranosti) kojeg od leksema koji stoje u sinonimnom odnosu. Onaj leksem čija se upotreba preferira na štetu drugog ili drugih leksema postaje s jedne strane stilski neobilježen, neutralan, dok s druge može zadobivati i neke nove, pa i ideološke konotacije. Iako primjeri poput ovih otvaraju različita pitanja (značenjske nijanse, primjerenost određenom stilu, pa napokon i pitanje osobnog stila te stoga i prava na vlastiti odabir) i ne može im se stoga uvijek pristupati na isti način, zajedničko im je to da se iz određenih razloga nekima od leksema daje prednost u odnosu na one s kojima stoje u sinonimnom odnosu. Razlozi za to ne moraju biti lingvističke prirode, prije su to psiholingvistički i sociolingvistički. Kako, pritom, oni leksemi čija se upotreba preferira postaju ideološki obilježeni, neka vrsta ideološkoga identifikatora, o njima se govori kao o ideologemima¹ (Ćemalović-Dilberović, 2013).

Ideologemi su upravo svojstveni publicističkome stilu, posebno njegovim "čistim" formama, a veliki dio njih prvi put javlja se upravo u jeziku medija i postaju dio "ideološkoga" leksika.

Prema tvrdnji Elizabeth Poole, koju iznosi u djelu *Encyclopedia of Race and Ethnic Studies* (2004), mediji su krivi za podizanje islamofobije. Analizirajući uzorke u britanskim medijima između 1994. i 2004, ona zaključuje da su muslimanski stavovi rijetko prisutni i da su muslimani uglavnom predstavljeni u negativnom svjetlu. Takva

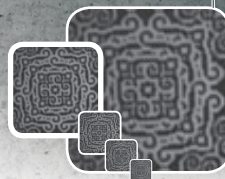
¹ Ideologemi su oni leksemi kojima se pridijevaju određene ideološke konotacije. Oni tada postaju svojevrsni ideologijski stilemi: već samo njihovo pojavljivanje upućuje na ideološki stav, a njihova odsutnost dovodi u pitanje "ispravnu" ideološku poziciju. Vremena velikih društveno-političkih promjena, kakvo je i ovo naše, odlikuje obilje takvih leksema.

portretiranja uključuju sliku islama i muslimana kao prijetnju zapadnoj sigurnosti i vrijednostima.² Tako se kontinuirano susrećemo s leksemama *bombaš, terorist, divljak*, dvočlanim i višečlanim sintagmama *masovne ubice, radikalni islamisti, islamski ekstremisti, vjerski fanatici, terorističke islamističke formacije* itd. Svakako bi valjalo napomenuti da se i na planu rečenične kontekstualnosti negativno predstavljaju pripadnici islamske religije, ali bi takva analiza morala nužno uključiti deikse vremena, mjesta, kulture.³ Zbog toga, semantiku riječi treba nadopuniti semantikom teksta i više, *semantikom diskursa*. Semantika se temelji na analizi riječi povezanoj s kontekstom, a s njim sa životnom situacijom. Riječi, dakle, pripadaju rečenicama, tekstovima i situacijama, a takva njihova pripadnost određuje i krajnje, konotativno značenje. Pod konotativnim značenjem psiholozi i lingvisti često podrazumijevaju prije svega emocije koje upotrijebljene riječi izazivaju i značenja koja se dodaju denotativnom značenju riječi, zavisno od motivacije i emocionalnog reagiranja pojedinca. U ovom radu konotativno značenje određuje se i šire: ono ne označava samo emocionalna stanja nego stavove i misli koje određena riječ izaziva i svojstva koja se, pored svojstava što čine sadržaj denotativnog značenja, pridaju objektima označenim riječima. S tim u vezi, naročito su zanimljiva tzv. *grupna konotativna značenja*.⁴ Ona su uvjetovana raznim vrstama socijalnih činilaca koji čine da mnogim riječima pripadnici različitih kultura, potkultura, klasa,

² E. Poole napisala je niz djela i članaka u kojima argumentirano nastoji pokazati predrasude o islamu i muslimanima koje se kao jezički stereotipi javljaju u britanskim medijima (v: *Reporting islam: Media Representation of British Muslims*, 2009; E. Poole, John E. Richardson, *Muslims and the news media*, 2006, i dr.)

³ Konotacija zavisi od kulturne građe (Radanovic Felberg 2008). Ta građa na neki način šifrovana je tako da pripadnici iste kulture mogu da dešifriraju i tumače konotaciju. Izbor riječi i fraza, način na koji se opisuju događaji, osnovne su tehnike izazivanja ovakvih konotacija. Dobar 'retoričar' može da stvara nove konotacije. On ne želi otvoreno reći ono što misli. Ponekad se dešava da 'retoričar' izaziva konotacije koje nije želio izazvati. To je stoga što neke riječi imaju nekoliko slojeva značenja. Zbog tih svojstava upotreba konotacije veoma je efikasna.

⁴ Grupna konotativna značenja jesu ona koja su po sadržaju slična kod pripadnika istih grupa, pripadnika određenog društveno-ekonomskog sloja; pripadnika određene kulture ili supkulture (Rot 2004: 61) .



nacija uz osnovno pridaju i razna, više ili manje izražena, konotativna značenja. Naprimjer, ono što se naziva mentalitetom neke nacionalne grupe ili neke druge grupe, obuhvata, među ostalim, i određena shvatanja i emocionalna reagiranja karakteristična za pripadnike određene grupe. Razlike u značenju mnogih riječi iz sfere društvenog političkog života, kao i među pristalicama različitih ideologija mogu biti tolike da se i osnovni smisao riječi razlikuje. Takve riječi, a kojima se često pridaju i različita denotativna značenja unutar diskursnih kategorija, jesu, među ostalima, *demokratija i demokratski sistem, sloboda, socijalizam, religija, istina, sloboda, pravda, vjernost, čast, tolerancija* i mnoge druge.

“Riječi u kontekstu mogu lagati, naročito onda kada riječi postanu zaražene ideologijom, pragmatizmom i svakovrsnim ciljanim lažima” (Weinrich, 2005: 30).

Strategija pozitivnog samopredstavljanja u diskursnoj analizi vodi porijeklo još od rata u Iraku, gdje su Amerika i američki vojnici pozitivno predstavljeni, a Irak i Iračani “ocrnjivani”. U radu je zastupljeno mišljenje da pozitivno samopredstavljanje ima duži kontinuitet u retorici i jeziku uopće, ali da mu se više znanstvene pažnje poklanja u okviru kritičke analize diskursa.

Bengt Nerman u knjizi *Massmedieretorik* (1973) navodi da se u savremenom medijskom diskursu sve intenzivnije koristi *metoda dramatičnosti* u pisanju tekstova. Naime, kako joj i ime kaže, pomoću nje razvija se teatarska slika; kada čitamo, slušamo ili gledamo, mi prisustvujemo, postajemo svjedoci jedne teatarske predstave s novinarom kao piscem i režiserom. Predstava koja se izvodi i zauzima prostor u tekstu posjeduje glavne i sporedne glumce, radnju i publiku. Publika su čitaoci koji su na različite načine u blizini komada.

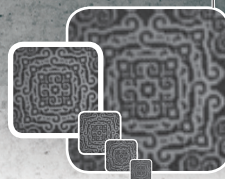
Kako bi se pomoću teksta ljudi povezali sa stvarnošću, nečiji tekst trebao bi ukazivati na svijet koji uistinu doživljavamo kao stvaran: čitalac treba biti u mogućnosti reći da je to svijet u kojem može dje-

lovati i koji prepoznaje kao svoj vlastiti. U stvarnoj komunikaciji moraju *i ja, i ti, i svijet* biti stvarni. U *diskursu islamofobije* pozitivni likovi oslikavaju se pozitivno markiranim leksemima, kao i vrijednosti civilizacije iz koje dolaze: *liberalni, demokratični, tolerantni, napredni, civilizacijski osviješteni* itd. Nerijetko se i boja koristi kao diskurzivno obilježje polarizacije: *bijela boja kože* u principu označava nemuslimana, nasuprot *tamnijoj*, koja karakterizira put muslimana. Dodamo li diskursnoj analizi medijskog diskursa, naročito novinskog, i vizualna sredstva koja čine nezaobilazan element kontekstualizacije (bradati muslimani, fotografije i karikature muslimana koji vole nositi i upotrebljavati oružje i sl.), čini se da se uspijeva stvoriti “stvaran svijet” onoga ko producira poruku. Pa nije li, onda, Chomsky (2002) potpuno upravu kada tvrdi da je indoktriniranje i dezinformiranje pomoću medija uvijek u nečijem interesu, bilo političkom ili ekonomskom. On tvrdi da je propaganda u demokratiji, kao i tehnika propagande, izbrušena u veliku umjetnost.

Ta tvrdnja i nije neki revolucionarni pronalazak, postala je aksiom koji ne treba provjeravati i s kojim se slažu gotovo svi politolozi i komunikolozi. Razlika je jedino u transparentnosti političke ili ekonomske moći koja vrši pritisak na medije.

Pa što možemo reći umjesto zaključka – jezik je moć, ili moć je jezik? Ovo pitanje neodoljivo podsjeća na raspravu između H. Dumptija i Alise u knjizi *Kroz ogledalo* Luisa Kerola: “Kad upotrijebim neku riječ”, reče Dumpti prilično prezrivo tonom, “ona znači ono što ja odaberem da znači, ni više ni manje od toga”.

Može li se onda pretpostaviti da oni koji imaju moć nad društvom i pojedincima imaju i moć nad jezikom kao društvenom kategorijom koji se sve više udaljava od svoje primarne uloge – sporazumijevanja? Nasilje nad jezikom u medijskom diskursu kojim se podri-va bilo koja religija ili skupina odgovornost je samih medija, ali i lingvista, posebno u Bosni i Hercegovini. Ostaje da se istraži koliko će novotvoreni islamofobični jezički instrumentarij ući u rječnike



standardnih jezika zemalja čiji javni diskurs sve više obiluje retoričkom islamofobije, te da se detaljnije analizira zašto i kako jezici danas prestaju biti obični sistem komunikacije, a postaju sve više simboli vjerske i rasne pripadnosti.

DISCOURSE OF ISLAMOPHOBIA – REALITIES OF MEDIA DISCOURSE?

Abstract: In this paperwork we are trying to point out on the discursive language and nonlanguage elements of media information which in discursive memory of media space is more clearly becoming a new form of discourse – discourse of Islamophobia. Because of its complexity and heterogeneity, especially in time of dynamic social happening, discourse of media information is presenting a very interesting scientific space for exploring the relationship between language instruments used for accomplishing specific communication, cultural and historic goods, also as many other nonlanguage discursive products that in interaction are creating stances, opinions and mental pictures of the participants.

Keywords: public discourse, media discourse, analysis of discourse, connotation, ideologemes, islamophobia, semantics

Literatura:

- Badurina, Lada (2004): *Slojevi javnog diskursa*, Aktualizacija jezikovno-zvrstne teorije na slovenskem – Metode in zvrsti, Obdobja 22, Ljubljana
- Chomsky, Noam (2002): *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb
- Ćemalović-Dilberović, Elvira (2013): *Politički diskurs* (jezičko-stilska analiza na primjeru printanih medija 1992–1995), Sarajevo
- Moirand, Sophie (1999): *Les indices dialogiques de contextualisation dans la presse ordinaire*, Cahiers de praxématique, 33, Montpellier, 145–184.
- Motsch, Wolfgang 1989. Dialog-Texte als modular organisierte Strukturen
- Poole, Elizabeth (2004): *Encyclopedia of Race and Ethnic Studies*, Routledge, New York
- Radanović Felberg, Tatjana (2008): *Brothers in Arms? Discourse analysis of Serbian and Montenegrin identities and relations as constructed in Politika and Pobjeda front page articles during the NATO bombing of Yugoslavia in 1999*, Unipub
- Rot, N. (2004): *Znakovi i značenja – verbalna i neverbalna komunikacija*, Plato, Beograd
- Šimunić, Z. (2008): “Deiktička referencija i generičko struktuiranje diskursa”, *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, knjiga 34, Zagreb
- Weinrich, H. (2005): *Lingvistika laži (Može li jezik sakriti misli?)*, Zagreb
- Werkner, Ines-Jacqueline (2012): *Religion und ihre Bedeutung für Krieg, militärische Gewalt und den Soldaten*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH