

Радојка ДРИНЧИЋ-ВУКСАНОВИЋ и Бојана МИЛОСАВЉЕВИЋ /Београд/

УЧТИВОСТ У ЈЕЗИКУ ТЕЛЕВИЗИЈЕ*

Сажетак: На корпусу ток-шоу емисија према моделима лингвистичке учтивости које су издвојили П. Браун и С. Левинсон посматра се једна од комуникацијских компоненти лингвистичке учтивости — ословљавање личним заменицама *Tu/Vi* и указује на појединости у вези са ословљавањем и обраћањем у језику ток-шоу емисија и у језику телевизије уопште.

Кључне речи: језик јавне и приватне комуникације, језик медија, језик телевизије и језик ток-шоу емисија, модели лингвистичке учтивости (негативни и позитивни модел), нормирање обраћања и ословљавања у језику телевизије, појам 'лица' (негативни и позитивни аспект лица), ословљавање личним заменицама *Tu/Vi*, хибридни жанр ток-шоу емисија.

1. УВОД

1. 1. Језик медија као један од дискурса јавне комуникације важан је елемент у истраживању савремених процеса, социјалних и културних промена. Због своје ауторитативне моћи језик медија предмет је интересовања како лингвиста тако и лаика. Када се говори о језику медија, најчешће се критички говори и износе се на видело негативне појаве у језику који треба да буде узор и модел ваљане језичке употребе. Углавном се расправе воде о језичком пуризму, о идеолошкој и манипулативној функцији језика медија, а у новије време и о продирању разговорног језика у језик медија.

* Овај реферат је урађен у оквиру пројекта *Лингвистичка истраживања савременог српског књижевног језика и израда Речника српскохрватског књижевног и народног језика САНУ*, бр. 1597, који финансира Министарство науке и заштите животне средине Републике Србије.

1. 2. Предмет нашег интересовања овом приликом јесте учтивост у језику телевизије. За корпус смо узели ток-шоу емисије¹ (енгл. *talk show*) у којима се на забаван начин говори о различитим политичким, економским, друштвеним, културним и др. темама.

За језичку анализу овог типа емисија одлучили смо се с једне стране зато што одражава интеракцијски тип комуникације², и као такав погодан је за лингвистичку анализу, а с друге, упркос експанзији оваквих емисија на водећим каналима и њиховој популарности, ове емисије наилазе и на критику јавности због некавалитета и лошег међусобног опхођења учесника ових емисија (в. Gregori-Signes 2000: 13).

1. 3. Наша полазна претпоставка била је да модел лингвистичке учтивости³ који се реализује у језику ток-шоу емисија илуструје модел учтивости који не би требало да буде узор језику телевизије, а и шире језику медија — као једном од домена јавног језика. Поставља се питање: да ли језик медија, због своје моћи да интенционално усмерава јавност, утиче на стварање наше друштвене стварности или је језик медија одраз наше стварности?

1. 4. Имајући на уму да језик медија треба посматрати у спољашњем и унутрашњем контексту⁴, наше излагање започећемо одређењем основних карактеристика ток-шоу емисија, а затим ћемо се освр-

¹ Наш корпус чине следеће емисије: *Кључ* на Првом програму РТС, *Клопка* на БК телевизији, *Ово вас још нисам питала*, *Утисак недеље* и *Тимофеје* на Б92.

² Међу аналитичарима конверзације има и мишљења да је овај тип комуникације квази-комуникација лицем у лице јер су број учесника и време њиховог суделовања у комуникацији ограничени, а и унапред су одређене теме разговора као и редослед наступања учесника у комуникацији, и др. (уп. Gregori-Signes 2000b: 197).

³ О лингвистичкој учтивости и моделима лингвистичке учтивости видети у тачки 3.

⁴ Под спољашњим контекстом подразумевамо синхронијски аспект језика медија и канал на којем се емитују поменуте емисије, јер „банална је чињеница да су медијске поруке увијек под неком врстом контроле власника канала (била то држава, нека група која најчешће има и изражену друштвену моћ, или појединац) и да он тежи за тим да се поруке формулирају у складу с његовим (политичким, економским, социјалним) интересима и да од њих и медија има неку (и опет: политичку, економску, социјалну) корист: у крајњој консеквенци, он тежи за тим да јавност и њезино мнијење, па и њезине ставове и поступке, усмјери тако да његови властити интереси и користи не могу бити доведени у питање” (Шкиљан 1998: 94), а под унутрашњим контекстом подразумевамо одређени тип емисије који је предмет анализе, јер се тиме уже одређује дискурс језика телевизије.

нути на најуочљивију појаву у интеракцији— на ословљавање саговорника употребом личних заменица *Tu/Vi*.

2. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ ТОК-ШОУ ЕМИСИЈА

2. 1. Сам назив ових емисија *ток-шоу* од енгл. *talk show* говори о мешању жанрова, о паралелизму двеју комуникативних парадигми: *разговора* (све врсте интервјуа, дискусија, полемика и сл) и *забаве* (музичка забава, забавне игре, квизови и сл.) тако да се жанр ток-шоу емисија одређује као хибридни жанр *разговора* и *забаве*. Такав вид разговора може се одредити и као ћаскање. Због специфичности жанра коме припадају и широког одређења⁵ под ток-шоу емисијама подразумеваћемо оне емисије које су конципиране као ћаскање о различитим темама, а које се емитују и на националној телевизији и на приватним телевизијама. У зависности од концепције емисије, од водитеља, као и од канала на ком се емитује ток-шоу емисија, један од наведена два жанра може преовладати.

2. 2. Број учесника у оваквим емисијама унапред је одређен, обично је више од једног саговорника. Међу саговорницима могу бити како јавне и истакнуте личности тако и обични грађани различите старосне доби, мање или више образовани људи. У зависности од теме, учесници у ток-шоу емисијама могу бити подељени на оне који подржавају одређени став и гледиште и на оне који су против таквог става, мишљења и гледишта, или на *људе лаике* с одређеним искуством из неке области друштвеног живота и на *експерте*, *стручњаке* из тих области друштвеног живота. Према томе, основни принцип при избору саговорника јесте *принцип конфронтације* јер се о теми жели говорити са различитих гледишта и пред јавност изнети одређени проблем као проблем различитог сагледавања. Поред гостију у студију, у комуникацији учествује и водитељ⁶ емисије (или пар водитеља) који усме-

⁵ Тако у речнику *English Dictionary for Advanced Learners, International Student Edition, Macmillan, 2002*, *talk show* дефинисан је преко свог синонима *chat show* као телевизијски шоу (програм) у којем познати говоре о себи и свом послу.

⁶ Водитељ оваквих емисија најчешће је жена, лепог и атрактивног изгледа која промовише одређени изглед савремене жене, а међу публиком и гледаоцима најбројније су жене. Ово није случајност ако имамо виду да се у литератури о истраживању ток-шоу емисија зачетак ових емисија назире у једном женском часопису с краја 19. века који је у одређеним рубрикама промовисао учествовање својих читатељки путем писама (Gregori-Signes 2000a: 9).

рава комуникацију, даје емисији одређени тон и боју и фигурира као арбитар. Међу учеснике у комуникацији убраја се и публика која је често присутна у студију.

2. 3. Теме разговора у ток-шоу емисијама су актуелне појаве у друштву из сфере политике, економије, културе и др. О њима се не говори стручно у смислу области којој припадају него се размишља на нивоу утиска и личног поимања проблема, теме. То су често и врло осетљиве теме о којима се некада ретко говорило у јавности, а иницирањем тих тема у овим емисијама жели се разбити одређени табу и промовисати *начело демократизације* — слободно говорити о свему и јавно дати право на мишљење и обичним грађанима.⁷ Међутим, реч је о привидној демократизација јер ефекат таквих разговора и дебата у стварности не доводи до промене стања. Глас обичног народа не узима се као покретачки, па се све своди на идеологизацију и манипулацију, и на придобијање публике за одређена гледишта, за постизање повећања гледаности и популарности како одређене емисије, тако и самог водитеља и канала на којем се она емитује.

3. УЧТИВОСТ У ЈЕЗИКУ (ОСНОВНЕ ТЕОРИЈСКЕ ПОСТАВКЕ П. БРАУН И С. ЛЕВИНСОНА)

3. 1. Из претходног излагања можемо закључити да учествовање људи различитог профила у дискусији о обичним и мање обичним темама у ток-шоу емисијама има кључну улогу у обезбеђивању успеха таквим емисијама. Успех конверзације не зависи само од тога о чему учесници говоре већ и од њиховог *става* и *понашања* у интеракцији. Често спомињан у научној литератури, идеализовани модел успешне конверзације подразумева прећутно придржавање конвенционалних норми језичког понашања. То значи придржавати се *начела кооперативности* — неслагање сводити на најмању могућу меру, уз неопходну *учтивост*.

3. 2. Појам учтивног понашања тешко је дефинисати јер се концептуализација учтивности врши према субјективном гледишту. За неке учтиво понашање подразумева 'лепо, васпитано, љубазно, уљудно понашање' или 'исказивање пажње и поштовања у опхођењу према другима', а за неке пак учтиво понашање огледа се у 'ненаметљивости, дистанцираности, уздржаности, обазривости, избегавању директности' и сл.

⁷ О проблему демократизације у језику медија в. Ристић 2004: 197-214.

Када говоримо о учтивости у језику, треба имати у виду да се поимање појма учтивости једне језичке заједнице не поклапа са термином учтивости који се користи у лингвистици⁸ за описивање комуникативне интеракције односно комуникације лицем у лице. Учтиво комуникативно понашање једне језичке заједнице представља производ културних и социјалних фактора, док лингвистички термин учтивости представља феномен апстрахован и независан од друштвених и културних фактора који представља језичку универзалију.

Најзначајнија студија о универзалности лингвистичке учтивости настала је крајем седамдесетих година аутора П. Браун и С. Левинсона⁹, који појам лингвистичке учтивости представљају кроз концепт 'лица', издвајајући одређене моделе учтивости. У овом раду ће се према тим моделима посматрати важна комуникацијска компонента концепта учтивости, *ословљавање личним заменицама Ти/Ви* у ток-шоу емисијама.

3. 3. Појам лица (личности, идентитета особе) схвата се у смислу просторне категорије, интегритета одређеног социјалним статусом појединца и свим његовим друштвеним улогама, а који у комуникацији не сме бити повређен и нарушен. Тако схваћен идентитет и интегритет језичке личности обухвата два аспекта: *позитиван* и *негативан*. *Позитивни аспект* личности односи се на жељу појединца да комуникативним понашањем својих саговорника буде третиран као пожељна особа у заједници, а *негативни аспект* личности односи се на жељу сваког појединца за признавањем сопственог ауторитета и слободе у деловању (уп. Brown and Levinson 1987: 61-62). Који ће од ових аспеката лица бити задовољен у комуникативној интеракцији лицем у лице, зависи од ситуације и саговорника, а у складу са тим реализују се и издвајају одређени модели учтивости.

П. Браун и С. Левинсон издвајају неколико модела учтивости¹⁰, који се у језику реализују кроз одређене стратегије.

⁸ в. Watts 2003: 9-12.

⁹ Penelope Brown and Stephen Levinson, *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge University Press, 1987.

¹⁰ То су модели учтивости који карактеришу јавну (on-record) и приватну комуникацију (off-record). Међу моделе учтивости јавне комуникације убрајају следеће моделе учтивости : 1. модел учтивости у којем се занемарује саговорничко лице (bald on-record), 2. модел позитивне учтивости (positive politeness) и 3. модел негативне учтивости (negative politeness). Осврнућемо се само на моделе који су од важности за потребе нашег рада, а то су модел позитивне учтивости и модел негативне учтивости.

3. 4. Модел позитивне учтивости је модел комуникативног понашања у којем говорник, изражавањем припадности истом 'свету' односно истој групи, затим истицањем кооперативности, удовољавањем саговорниковим жељама и испуњавањем његових очекивања, задовољава онај аспект саговорникове личности који се односи на жељу да комуникативним понашањем других буде друштвено признат и третиран као пожељна особа у заједници (позитивни аспект лица). То се чини различитим стратегијама, а једна од стратегија за изражавање припадности истој групи, односно за реализовање позитивног модела учтивости је сте ословљавање саговорника са *Ти*, надимком и другим сличним неформалним обраћањем.

Овакав вид учтивости остварује се међу равноправним саговорницима, који се не разликују по друштвеној моћи, и тако овај модел учтивости представља израз жеље говорника да се та сличност исказе у њиховој комуникацији.

3. 5. Модел негативне учтивости је модел комуникативног понашања који је, за разлику од позитивне учтивости, условљен социјално-друштвеним факторима и ауторитетом саговорника, те не представља израз жеље говорника да се тако обраћа саговорнику него представља друштвено пожељно обраћање (друштвену конвенцију). Својствен је комуникативној интеракцији у којој се задовољава онај аспект саговорникове личности који се односи на жељу за признавањем његовог ауторитета и за слободом деловања (негативни аспект лица). Одликују га бројне конвенционалне језичке форме међу којима је и лична заменица *Ви* којом се у ословљавању према саговорнику исказује поштовање и дистанцираност. Овом моделу обраћања могу прибећи и саговорници који нису дистанцирани, али из неког разлога у одређеној ситуацији желе да покажу међусобну дистанцираност.

4. МОДЕЛ УЧТИВОСТИ У ЈЕЗИКУ ТОК-ШОУ ЕМИСИЈА

4. 1. Када је у питању језик телевизије, примерени модел учтивости био би модел негативне учтивости, који подразумева формални стил и конвенционални начин опхођења, што би на плану ословљавања значило употребу личне заменице *Ви*. Међутим, анализа нашег корпуса показала је да у ток-шоу емисијама водитељи саговорнике ословљавају и са *Ти*, а понекад и *надимком*, односно да се у овом жанру језика јавне комуникације реализује и модел позитивне учтивости — неформални начин обраћања, ословљавања. Реаговања у јавности на ову по-

јаву у језику медија различита су и крећу се од одобравања до оштрих критика. Језички стручњаци и културолози не одобравају ширење оваквог модела ословљавања у језику медија истичући да то одсликава субкултуру једног друштва чији су корени у ранијим друштвеним системима. Стручњаци изражавају своје незадовољство тим пре што се у медијима инкриминисана лица ословљавају са *господине* (па имамо *господин Легија*), а обични грађани и угледне јавне личности са *Ти* (в. НИН 10. 03. 2005). То све говори о ненормираној употреби личних заменица *Ти/Ви* у језику медија односно о неуједначеном критеријуму њихове употребе у ословљавању.

4. 2. Ненормирану употребу личних заменица *Ти/Ви* потврђују и различита ословљавања једног истог саговорника, најпре са *Ви*, затим са *Ти*, као што показује и разговор из емисије Утисак недеље, 6. март 2005:

(1) В(одитељ): Јесте *Ви* звали Милицу у госте, је л' вам пала на памет?

Г(ост): Не, ја сам звао некад давно Миру и били смо близу договора, два пута смо били доста близу договора, отприлике — доћи ћу, па онда не дође, доћи ћу па не дође и онда је то једноставно пукло. Није ми пала на памет Милица збиља.

В: А је л' *ти* жао сад кад *видиш*, што није била код тебе? Је л' *имаш* тај осећај — што није дошла код мене да је ја питам?

Г: Ја нисам сигуран да би она мени, ја бих више волео да разговарам с Марком или Миром него с Милицом, искрено речено...

4. 3. У вези с тим, запажен је и један врло неуобичајен начин промене ословљавања — са *Ти* на *Ви*, тј. од неформалног ка формалном, а да није дошло до „заоштравања” комуникације. Реч је о разговору у Јутарњем програму на националној телевизији у којем се млађи водитељ при отварању разговора обраћа саговорнику (младој редитељки из Црне Горе) са *Ти*, а како разговор одмиче постепено се и стил обраћања мења да би се разговор завршио формалним начином обраћања — обраћањем са *Ви*. Започето фамилијарно ословљавање саговорника вероватно је иницирано генерацијском припадношћу, али, с друге стране, правила комуникативног понашања, којих се несвесно придржавамо у комуникацији, нису дозволила да се иначе дистанцирани однос међу саговорницима у наведеној ситуацији одвија на неформалан, близак начин.

4. 4. У телевизијским емисијама типа ток-шоу, поред неустаљене употребе заменица *Ти* и *Ви*, јављају се и друга ословљавања саговорника од којих издвајамо следеће видове обраћања:

I само име или презиме или надимак:

(1) **В:** *Срђане*, за тебе је стигао опет сет питања ... (Утисак недеље, 9. 03. 2005)

(2) **В:** Је л' *можеш*, *Владе*, да замислиш да пријављујеш свог продавца што ти није дао рачун и још да *наплатиш* 500 динара?

Г: Нисам размишљао о томе ... (Утисак недеље, 9. 03. 2005)

(3) **В:** Али, *Бујошевићу*, то је чак и саопштено као — баш је супер што је изручен 28. јуна ...

Г: Не улазим више у то, него улазим у ово друго ...

В: Добро, *Бујошевићу*, тебе није као грађанина ни као аналитичара није потресало ...

Г: Не, ја не бих радио то на 28, да се разумемо, не бих радио то на такве неке датуме ... мука ми је да у овој земљи мора све да се организује на тако неке датуме... (Утисак недеље, 9. 03. 2005)

(4) **В:** Ја мислим да ни он не би сањао, ни ја, ни нико, да ће постасти звезда три минута емисије. Али, *Манда*, да ли се *теби* чини као важно што каже Бујошевић, да видимо шта је тај човек урадио. Па, сад, начин на који он то говори...

Г: ...Ја стварно не знам, можда је човек стварно урадио одличне ствари, не знам, нисам упућен. Кријте га што више, мислим, склоните га само даље од камера (Утисак недеље, 6. март 2005)

II господин + титула/звање као што су *господин министар*, *господин председник* и сл. који могу да се комбинују и са презименом:

Ево нашег студија и са нама студенти Београдског универзитета ... али ја имам прво питање за *господина министра Илића*. Ви, телекомуникације су Ваш ресор? Је л' тако? (Клопка, септембар 2004).

III господин/госпођа + презиме:

В: *Господине Старчевићу*, тај мотив давања крви ... ја сам је дао неколико пута и знам да сам био срећан, а *Ви* 111 пута. Је ли то, онако, већ некако, како бих рекао, јурњава за тим бројем или ...

Г: Не, апсолутно никада нисам јурио број ... (Тимофејев, 21. 02. 2005),

IV једном је забележено и друг + титула (друже генерале Проблем ТВ Политика, 18. 03. 2005).

Овакве видове ословљавања прати и употреба присвојних заменица за 1. и 2. лице једнине и множине, као и приписивање радње у другом лицу једнине односно множине.

4. 5. У ток-шоу емисијама, с обзиром на специфичну врсту жанра, која обједињује језик јавне и језик приватне комуникације, водитељи имају различите ставове о ословљавању саговорника. Има оних који

се углавном обраћају саговорницима са *Ти* у жељи да створе амбијент фамилијарности и искрености, затим оних који се углавном обраћају са *Ви*, али и оних који свој став у ословљавању саговорника усклађују са ситуацијом. Мирјана Бобић-Мојсиловић, аутор и водитељ емисије *Ово Вас још нисам питала* на телевизији Б92, каже: „Младим људима у мојим емисијама намерно се обраћам са „ти” да бих их дефрустрирала. Моја емисија је једина која нема ни политичаре, ни естрадне звезде, него су ми гости *обични људи*, који пре тога нису били на телевизији” (НИН 2828, 10. 03. 2005, стр. 41). И даље: „Никада са политичарима не бих разговарала на „ти”, чак и да ми је брат рођени. Тиме се показује *блискост* (наш курзив) са њима, то делује као нека врста плаката. Нити сам икада, док сам радила са политичарима, употребила „ти” колико год да сам их лично познавала” (И.)¹¹.

Примећујемо да су одлучујући критеријуми за ословљавање саговорника са *Ти/Ви* у ток-шоу емисијама обично *године* или *степен познанства* па се млађим саговорницима, пријатељима и познаницима водитељи обраћају са *Ти*, или је ословљавање, независно од старости и познанства, ствар договора између водитеља и саговорника пре почетка разговора и емисије или на самом почетку разговора, уп.:

В: ...Саша Ђорђевић вечерас са нама! ... Хоћемо ли на *ти* или на *Ви*, да знам?

Г: Наравно на *ти*.

Иницијатива за прелаз на *Ти* потиче од старијег, односно оног који је по неким друштвеним конвенцијама моћнији (Батистић 1987: 194)¹².

4. 6. Као последица неустаљеног и ненормираног начина ословљавања у ток-шоу емисијама, односно у језику медија уопште, јесте и различито упућивање било на одсутну особу било на особу која је присутна али моментално не учествује у разговору:

В: Што сте погледали *господина Динкића* сад?

Г: Па, *господин Динкић* је један од ријетких људи који је ушао у мутну бару политике, а да мислим да га није испрљала политика. И, у том смислу, и даље симпатишем његове непопуларне методе да заведе ред у држави.

¹¹ Текст се појавио у НИН-у док смо радиле на овој теми па смо га преузеле као илустрацију интересовања јавности за ове проблеме.

¹² Ауторке овог рада се најљубазније захваљују колегиницама, иначе редакторкама Речника САНУ: др Татјани Батистић и др Стани Ристић на корисним примедбама и сугестијама.

В: Овај ПДВ, хоће ли утицати некако на музику? Да, рекао је *Млађан* да то са хонорарима нема везе.

...

В: Све лепо говорите о *Динкићу* данас.

Г: Па, припремио сам му ја неколико питања за презнојавање, не бојте се.

4. 7. Тенденција истицања блискости у јавној комуникативној ситуацији указује не само на иновације у ословљавању већ и на промене у друштвеним односима (Жиц Фуш 1988: 35). Говор све више од формалног, са уважавањем саговорника, прелази у једну неформалну форму, а комуникација се одвија на опуштен и спонтан начин. То потврђују и друге појаве у комуникацији, као што су намерна антагонистичка прекидања саговорника и преузимање речи без пропратне форме учтивости, затим иронија контекстуално сувишна и непримерена личностима које јој прибегавају. Такво опхођење нарочито је евидентно међу гостима ток-шоу емисија који заступају различите ставове, па су намерна прекидања и употреба ироније одраз професионалног и језичког ривалитета.

4. 8. У медијима, посебно на телевизији као најутицајнијем средству информисања, потребно је увести појам мере у опхођењу. Наш познати лингвиста Свенка Савић нуди следећу могућност, која се и нама чини сасвим прихватљивом: „Доследна употреба *ви* би требало да постоји у институцијама моћи, а то су рецимо Црква и Српска академија наука, мање је то ригорозно на Универзитету, а још мање у парламенту. Заложила бих се да се у јавној комуникацији користи форма *ви*. Не да би се тиме изражавало поштовање већ да би се замаглила она друга сфера познатости или интима, да би се употребом *ви* сигнализирало значење — сад смо у јавном простору. Мој предлог би био ширење форме *ти*, али да то прати учење о томе да другу особу морамо поштовати на много начина: и језиком, и понашањем. На тај начин форма *ти* не би штрчала као сегмент нашег безобразлука већ би била уклопљена у ширу филозофију свакодневице, а то је — обрати пажњу на другога” (НИН 2828, 10. 03. 2005. стр. 41).

5. ЗАКЉУЧАК

5. 1. У емисијама типа ток-шоу, са аспекта лингвистике и прагматике, и поред наведених колебања, преовлађује, како смо и претпостављали (в. т. 1. 3.), модел учтивости, који се остварује истицањем припадности истом ‘свету’ (солидарности) употребом личне заменице *Ти*

и неустаљеном употребом хонорифика (*Ви*) у ословљавању саговорника. Основни критеријум за препознавање припадности истом 'свету' јесу године и познанство. Језику ток-шоу емисија као једном од домена језика медија, међутим, није примерен овај модел комуникативног понашања. С друге стране, ако се има у виду функционално раслојавање језика и жанровска специфичност ових телевизијских емисија (в. т. 2. 1.), којим се обједињују језик приватне и језик јавне комуникације, прихватљиво је и ословљавање са *Ти* и ословљавање само именом или презименом или надимком (позитивни модел учтивости).

Оно што је неприхватљиво јесте преношење модела комуникативног понашања из једног жанра у други. Не би требало да модел лингвистичке учтивости, препознатљив у емисијама типа ток-шоу, преузимају емисије другог жанра, а нарочито не емисије информативног типа. Међутим, оно што се дешава у језику медија је управо то — мешање комуникативних модела понашања односно мешање формалног и неформалног стила језика. То је, поред осталог, последица експанзије ток-шоу емисија на свим телевизијама и њиховог великог успеха код публике.

Реаговања стручне и друге јавности јављају се управо због продирања разговорног језика у језик медија, а нарочито због продирања непримерених комуникативних модела понашања са приватних телевизија у државну и националну телевизију, која би требало да буде ауторитет и да намеће једини стандард.

5. 2. Промовисање неформалног, опуштеног и спонтаног начина комуницирања на телевизији помера границу мере учтивости у опхођењу ка слободнијем неконвенционалном односу према саговорнику. То је нарочито евидентно, како је већ речено, у употреби личне заменице *Ти* у ословљавању, али и у прибегавању другим формама обраћања, којима се одликује неформални стил језика односно позитивни модел учтивости.

5. 3. Можемо рећи да језик медија односно ток-шоу емисија не продукује нов модел комуникативног понашања него језик медија одражава нашу друштвену стварност. То значи да се данас продирање разговорног језика у језик медија не вреднује као мана која подрива језик медија него се прихвата као његов конститутивни елемент. С обзиром на то да су разговорни језик и ословљавање саговорника са *Ти* постали узурелно понашање у језику телевизије требало би се одлучити за нека од предложених решења за кодификацију и нормирање обраћања и ословљавања у језику медија и у јавној комуникацији уопште (в. т. 4. 8.). Шире посматрано, ако разговорни језик представља конститу-

тивни елемент у језику уопште и ако модел позитивне учтивости представља прихватљиви модел комуникативног понашања, можда би се могло расправљати о томе какав концепт учтивости негује наша друштвена и културна средина.

ЛИТЕРАТУРА

Батистић 1987: Татјана Батистић, Усмјеравање језичког описа — од граматике до језичке компетенције, Наш језик XXVII, 3-4, Београд, 171-223.

Brown & Levinson 1987: Penelope Brown and Stephen Levinson, *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge University Press.

Watts 2003: Richard J. Watts, *Politeness*, Cambridge, 2003.

Gregori-Signes 2000a: Carmen Gregori-Signes, *A Genre based Approach to Daytime Talk on Television*, SELL monographs, 1, Universitat de València, València.

Gregori-Signes 2000b: Carmen Gregori-Signes, *The Tabloid talkshow as a quasi-conversational type of face-to-face interaction*, Pragmatics, 10 (2), 195-213.

English Dictionary for Advanced Learners, International Student Edition, Macmillan, 2002.

Žic Fuch 1988: Milena Žic Fuch, *Osnovna obilježja oslovljavanja u Zagrebu*, SOL 7, Zagreb, 27-38.

Jespersen 1970: Otto Jespersen, *Čovječanstvo, narod i pojedinac sa lingvističkog stanovišta*, Zavod za izdavanje udžbenika, Sarajevo.

Levinger 1987: Jasna Levinger, *Sporazumijevanje i nesporazumi u konverzaciji*, SOL 4, 2/3, Zagreb, 41-50.

НИН 2828, 10. 03. 2005.

Обућина 2001: Предраг Обућина, *Учтиво обраћање у српском и пољском језику*, Славистика V, Славистичко друштво Србије, Београд, 99-112.

Ристић 2004: Стана Ристић, *Експресивна лексика у српском језику*, Београд.

Savić 1993: Svenka Savić, *Diskurs analiza*, Filozofski fakultet, Novi Sad.

Stević 1997: Slobodan Stević, *Analiza konverzacije*, Filološki fakultet, Beograd.

Škiljan 1998: Dubravko Škiljan, *Javni jezik*, Biblioteka XX vek, Beograd.

Radojka DRINČIĆ-VUKSANOVIĆ and Bojana MILOSAVLJEVIĆ

POLITENESS IN THE LANGUAGE OF TELEVISION

Summary

In this paper addressing by personal pronouns *Ti/Vi* is observed as one of the communicational components of linguistic politeness. The research has been done on the corpus of talk show programmes according to the models set out by P. Brown and S. Levinson.

The analysis has shown that in the language of talk show programmes as well as in the language of television general addressing by *Ti/Vi* is unsettled without stable norms of usage. It is also evident that in the language of talk show programmes the use of the pronouns *Ti* prevails. On the level of linguistic politeness addressing by *Ti* illustrates the positive politeness model which is permitted and suitable to talk show programmes, i. e. to the specific genre of television programmes. On the other hand spreading of that model of politeness which emphasizes closeness to other kind of programmes should be considered neither suitable nor desirable.

