

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

Ивана Р. Јовановић

**ЛИНГВИСТИЧКА И СТИЛИСТИЧКА
ИСТРАЖИВАЊА
МЕДИОЛОШКИХ РОДОВА И ВРСТА**

Докторска дисертација

Београд, 2018.

UNIVERSITY OF BELGRADE
FACULTY OF PHILOLOGY

Ivana R. Jovanović

**LINGUISTIC AND STYLISTIC
RESEARCH OF MEDIOLGY GENRES
AND TYPES**

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2018

УНИВЕРСИТЕТ В БЕЛГРАДЕ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Ивана Р. Йованович

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И
СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
МЕДИОЛОГИЧЕСКИХ ЖАНРОВ**

Докторская диссертация

Белград

2018

Подаци о ментору и члановима Комисије

Ментор:

Проф. др Милош Ковачевић, Филолошки факултет Универзитета у
Београду и ФИЛУМ Крагујевац

Председник комисије:

Чланови комисије:

Датум одбране:

Лингвистичка и стилистичка истраживања медиолошких родова и врста

Резиме

У свом истраживању аутор аутор је – лингвистичким и стилистичким, ближе речено: вербатолошким методом; па и социолошким и медиолошким – обрадио различите форме новинског дискурса, као прилог проучавању тзв. новинарске стилистике, али и жанристике и медиологије уопште. При томе смо за полазиште узели стање у истраживачком процесу и настави новинарства на Филолошком факултету у Београду, и покушали да проширимо та истраживања увођењем нове тематике, и по могућности да помогнемо у теоријском прецизирању појма 'жанр', посебно новинарског. За филолошке студије начелно важна је (и корисна) и информација о новинским родовима и врстама.

У првоме делу свога истраживања сажећемо различита схватања и у ствари пропуштена кроз сопствене ставове о језику и стилу стечене на студијама и у пракси, применити их у анализи грађе коју пружа новински текст. Нашој се истраживачкој пажњи наметнуло уверење да новинарство доживљава успон и да се осамостаљује у делатност посебне врсте. Зато се новинарство не може поставити у једну раван, нити дефинисати у једнозначним појмовима и терминима. Рећи да је нека делатност умеће (исп.: Јовановић 2010), значи избећи све сметње за њено постављање у овај или онај фах, јер би се из сваког од њих прелила велика количина материје која тамо не припада.

Ова дисертација требало би не само да представља допуњена досадашња истраживања о новинским формама, већ, пре свега, да понуди нову анализу досад научно неразматраних облика – јер поред расправе о уобичајеним проблемима жанрова (који су обрађени у првом делу дисертације), садржи поглавља чији је предмет у науци о језику и стилу новинских жанрова сасвим нов. Пре свега, овде су укључена поглавља о тзв. периферном, као и о интернет новинарству, са њиховим необичним и неуобичајеним особеностима (о којима ће бити речи у другом делу дисертације).

Прикупљање грађе за анализу текстова проведено је на два начина – један је путем електронских издања новинских текстова, и он је доминантан, а

други је везан за мануелни поступак преписивања новинских прилога. Грађа је анализирана најчешће из нашег најелитнијег дневног листа *Политике*, али и из *Вечерњих новости*, и других специјализованих листова, као и листова који излазе на српском језику у дијаспори – а углавном у периоду од 1999. до 2018. године (за неке новинске форме обратили смо се и старијим бројевима *Политике*, оним после педесетих година 20. века).

Показало се у нашим истраживањима да је главни задатак новинара, разуме се – поред информисања, прилично ометен или је изостао – а то је култивисање језика читалаца и пропагирање високих друштвених и културних вредности. Као први показатељ сваке промене у друштву, медији су доживели и промене које се огледају не само у одбиру садржаја већ и у прилагођавању језика и стила новим вредносним параметрима. На тај начин, медији у Србији су били не само сведок већ и „жртва“ промена које су у претходних двадесетак година задесиле нашу културну средину. С једне стране, нагли развој технике је довео до убрзања темпа живота савременог човека и „хроничног“ недостатка времена, а с друге стране, грађански рат, санкције, бомбардовање, нагли прилив становништва из другачијих културних средина, као и урушавање државне економије, довели су до промена у систему друштвених вредности.

Кључне речи: медиологија, вербатологија, новинарство, жанр, новинарска форма, новинско умеће, новинарска стилистика, функционална стилистика, лингвистика текста

Научна област: наука о језику

Ужа научна област: новинарска стилистика

Linguistic and Stylistic Research of Mediology Genres and Types

Summary

In their research, the author intends to elaborate different forms of journalistic discourse – using linguistic and stylistic, i.e. more precisely: verbatology method; as well as sociological and mediology methods – with the belief that this will contribute to the studies of the so-called journalist stylistics, as well as genre studies and mediology in general. Thereby, we have taken as a starting point the situation present in the research process and journalism teaching at the Faculty of Philology in Belgrade, and we have tried to expand this research by introducing new topics and, if possible, to assist in theoretical determination of the term „genre“, particularly that of journalism. The information about journalistic genres and types is also generally significant (and useful) for philological studies.

In the first part of our research, we are going to summarize different views that are actually filtered through our own attitudes towards language and style acquired during the studies and in practice, and to apply them in an analysis of the material provided by a newspaper article. A belief has been imposed on our research practice that journalism is experiencing a rise and is becoming independent as a special type of activity. Journalism, therefore, cannot be placed in a single plane, nor can it be defined by unambiguous concepts and terms. Saying that an activity is a skill (cf.: Jovanović 2010) means avoiding all underwater obstacles for its classification into one category or another, as a large quantity of material that does not belong there would spill over from each of them.

This dissertation should not only represent a supplement to the previous research on journalistic forms but should, primarily, offer a new analysis of forms that have not been scientifically examined so far – as, in addition to a discussion on common genre issues (which are elaborated in the first part of the dissertation), it also contains chapters the subject of which is brand new in linguistics and the science of journalistic genre styles. Primarily, this includes chapters regarding the so-called peripheral and Internet journalism, with their unusual and uncommon characteristics (which will be discussed in the second part of the dissertation).

The material used for the analysis of texts has been collected in two ways – from electronic editions of newspaper articles, which is dominant, and by means of manual transcription of newspaper articles. The analyzed material was mainly taken

from the Serbian most prestigious daily newspaper, *Politika*, but also from *Večernje Novosti* and other specialized newspapers, as well as newspapers published abroad in Serbian – mainly in the period from 1999 to 2018 (for some journalistic forms we referred to older issues of *Politika*, published after 1950s). Analyses and syntheses of the conducted research – which we had an opportunity to present to the scientific community at several scientific meetings – were of great benefit to a further breakthrough into the nature of newspaper articles, as in that manner we improved the methodology of collecting and analyzing texts.

Our research has shown that the main task of journalists, of course besides providing information, is quite hindered or missing – and it is the cultivation of readers' language and propagation of high social and cultural values. Being the first indicator of any change in society, media have also experienced changes that are reflected not only in the selection of content but also in the adaptation of language and style to new value parameters. In that manner, media in Serbia were not only a witness but also a “victim” of changes affecting our cultural environments in the past twenty years. On one side, rapid development of technology has resulted in an accelerated pace of life of the modern man and a „chronic“ lack of time and, on the other side, the civil war, sanctions, bombardment, the sudden influx of population from different cultural environments as well as the collapse of the national economy have led to changes in the system of social values.

Keywords: Mediology, verbatology, journalism, genre, journalistic form, journalism skills, journalist stylistics, functional stylistics, text linguistics

Scientific field: Linguistics

Specialization: Journalist stylistics

САДРЖАЈ

1. УВОД	1
1.1. ПРЕЛИМИНАРНА РЕЧ	1
1.2. МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТУП: ЗАШТО МЕДИОЛОГИЈА.....	3
1.3. О МЕДИЈСКОЈ КОМУНИКАЦИЈИ, КУЛТУРИ И ОБЛИЦИМА ИЗРАЖАВАЊА	11
1.4. ЖАНРОВИ У УМЕТНОСТИ И НОВИНАРСТВУ	19
1.5. ТЕМА И ПРЕДМЕТ ИСТРАЖИВАЊА.....	28
1.6. ТЕОРИЈСКА ПОСТАВКА, МЕТОДЕ, ЦИЉ И РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА	37
2. НОВИНАРСКЕ ФОРМЕ У ТЕОРИЈИ И НАСТАВНОЈ ПРАКСИ	42
2.1. ПРЕТХОДНА РАЗМАТРАЊА – О МЕТОДОЛОШКО-ТЕОРИЈСКИМ АСПЕКТИМА ПРОУЧАВАЊА НОВИНСКИХ ФОРМИ	42
2.2. О НОВИНАРСКИМ ФОРМАМА И ЖАНРОВИМА У НАСТАВНОЈ ПРАКСИ.....	46
2.3. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА	56
3. ПРЕГЛЕД НОВИНАРСКИХ ВРСТА	60
3.1. ПРАВИ НОВИНСКИ ТЕКСТОВИ	61
3.1.1. ВЕСТ	61
3.1.1.1. Опште напомене.....	61
3.1.1.2. Дефиниција вести.....	73
3.1.1.3. Стил вести.....	74
3.1.1.4. Закључак	75
3.1.2. ИЗВЕШТАЈ	76
3.1.2.1. Уводне напомене.....	76
3.1.2.2. Дефиниција извештаја.....	76
3.1.2.3. Врсте извештаја.....	78
3.1.2.4. Спортски извештај	82
3.1.2.5. Стил извештаја	84
3.1.2.6. Закључак	87
3.1.3. КОМЕНТАР	88
3.1.3.1. Опште напомене.....	88
3.1.3.2. Врсте коментара	93
3.1.3.3. Анализа коментара.....	95
3.1.3.4. Закључак	97
3.1.4. ЧЛАНАК	98
3.1.4.1. Опште напомене.....	98

3.3.2.1.2. Ка жанровском одређењу <i>кратке приче</i>	194
3.3.2.2. Анализа грађе	195
3.3.2.3. Закључне напомене	211
3.3.3. ЦРТИЦА	213
3.3.4. ПОРТРЕТ	217
3.3.5. РОМАН У НАСТАВЦИМА	220
3.3.6. ФЕЉТОН	226
3.3.6.1. Анализа фељтона	226
3.3.6.2. Закључак	233
3.3.7. КОЗЕРИЈА	234
3.3.8. САТИРА	239
3.3.8.1. Уводне напомене	239
3.3.8.2. Анализа грађе	241
3.3.8.3. Закључне напомене	250
3.3.9. КАРИКАТУРА – ПРЕЛАЗНА НОВИНАРСКО-УМЕТНИЧКА ВРСТА	251
3.3.9.1. Уопште о карикатури	251
3.3.9.2. Анализа семиотичке и стилистичке структуре карикатуре	257
3.3.9.3. Закључне напомене	270
3.3.10. СТИЛСКА АНАЛИЗА ДЕЧЈЕ ШТАМПЕ	272
3.3.10.1. Опште напомене	272
3.3.10.2. Кратак историјат књижевности за децу у Србији	272
3.3.10.3. Књижевност за децу између новинарства и уметности	275
3.3.10.4. Закључак	282
3.3.11. КЊИЖЕВНА КРИТИКА, ПРИКАЗ, РЕЦЕНЗИЈА	284
3.3.11.1. Опште напомене	284
3.3.11.2. Неки примери књижевне (и уметничке) критике	287
3.3.11.3. Закључне напомене	288
3.4. МЕШОВИТЕ НОВИНАРСКЕ ВРСТЕ	289
3.4.1. ДОПИСИ ЧИТАЛАЦА И СЛ.	290
3.4.2. НЕКРОЛОГ И ДРУГЕ СТАЛЕШКЕ ВЕСТИ	291
3.4.2.1. О некрологу и читуљи	291
3.4.2.2. О сталешким вестима	299
3.4.2.3. Закључак	306
3.5. МАРКЕТИНШКО НОВИНАРСТВО – ОГЛАСИ И РЕКЛАМЕ	307
3.5.1. ПРЕТХОДНЕ НАПОМЕНЕ	307
3.5.2. НОВИНСКИ ОГЛАСИ	313
3.5.2.1. Опште напомене	313
3.5.2.2. Оглашавање потрошне робе, добара и услуга (малопродајно оглашавање)	315

3.5.2.3. Огласи рекламе.....	320
3.5.2.4. Огласи обавештења.....	329
3.5.2.5. Огласи за запошљавање	332
3.5.2.6. Закључал	334
3.5.3. РЕКЛАМЕ	336
3.5.3.1. УОПШТЕ О ПРИВРЕДНОЈ ПРОПАГАНДИ, И О РЕКЛАМАМА.....	336
3.5.3.2. АНАЛИЗА ГРАЂЕ.....	340
3.5.3.3. ЗАКЉУЧАК.....	349
3.6. ПЕРИФЕРНЕ НОВИНСКЕ ФОРМЕ	351
3.6.1. СТРИП.....	351
3.6.1.1. Појам и основне особине стрипа.....	351
3.6.1.2. Кратак историјат стрипа	352
3.6.1.3. Стрип према филму и књижевности.....	355
3.6.1.4. Анализа грађе	357
3.6.1.5. Закључак	360
3.6.2. ЕНИГМАТИКА.....	363
3.6.2.1. Претходне напомене	363
3.6.2.2. Приказ грађе	364
3.6.2.2.1. Класична укрштеница	364
3.6.2.2.2. Бела укрштеница	366
3.6.2.2.3. Тематска укрштеница.....	367
3.6.2.2.4. Закључак	367
3.6.2.3. Други енигматски облици.....	368
3.6.2.3.1. Опште напомене.....	368
3.6.2.3.2. Магични квадрат	369
3.6.2.3.2.1. ‘Словна осмица’	369
3.6.2.3.2.2. ‘Слоговна магична петица’	371
3.6.2.3.2.3. Закључак	373
3.6.2.3.3. Клини и пирамида.....	374
3.6.2.3.4. Пропелер (четвороугао)	374
3.6.2.3.5. Вретено.....	376
3.6.2.3.6. Пешчани сат.....	376
3.6.2.3.7. Вретенаста сугласничка сужаваљка	377
3.6.2.3.8. Кућа	377
3.6.2.3.9. Закључак	378
3.6.3. РЕБУС	379
3.6.3.1. Опште напомене	379
3.6.3.2. Класификација ребуса	380
3.6.3.2.1. Словни ребуси	380

3.6.3.2.2. Раребуси и ребусоиди.....	381
3.6.3.2.3. Анаграмни и палиндромни ребуси	382
3.6.3.2.4. Остале врсте ребуса.....	383
3.6.3.2.5. Закључак	386
3.6.3.3. Закључак	387
3.7. ИНТЕРНЕТ НОВИНАРСТВО.....	387
3.7.1. УОПШТЕ О ИНТЕРНЕТУ.....	387
3.7.2. УВОД У ИНТЕРНЕТ НОВИНАРСТВО.....	389
3.7.2.1. Опште напомене.....	389
3.7.2.2. Карактеристике интернет новинарства	390
3.7.2.3. Маркетинг у интернет новинарству	392
3.7.2.4. Судбина новинарства кроз инвазију блогова	393
3.7.2.5. Интернет новинарство у Србији	395
3.7.2.6. Практични приказ	396
3.7.2.6.1. Електронско издање дневног листа <i>Политика</i>	396
3.7.2.6.2. Електронско издање дневног листа <i>Блиц</i>	398
3.7.2.7. Закључак	404
4. ОПШТИ ЗАКЉУЧАК	407
4.1. О ПОЈМУ ЖАНР И О ЖАНРОВИМА У НОВИНАРСТВУ	407
4.2. МЕТОДОЛОШКЕ НАПОМЕНЕ О МЕДИОЛОГИЈИ.....	408
4.3. ПРЕГЛЕД НОВИНАРСКИХ ВРСТА	409
4.3.1. О вести	410
4.3.2. О извештају	411
4.3.3. О коментару	411
4.3.4. О чланку	412
4.3.5. О белешци	412
4.3.6. О репортажи	413
4.3.7. Закључак о правим новинарским врстама	413
4.4. ПОСЕБНИ НОВИНАРСКИ ОБЛИЦИ	414
4.4.1. О интервјуу	414
4.4.2. О изјави	415
4.4.3. О конференцији за штампу	415
4.4.4. О округлом столу	415
4.4.5. О анкети	416
4.5. ПРЕЛАЗНЕ НОВИНАРСКО-КЊИЖЕВНЕ ВРСТЕ	416
4.5.1. О краткој причи и цртици	416
4.5.2. О портрету	417
4.5.3. О роману у наставцима	417
4.5.4. О фељтону	417
4.5.5. О сатири	418

4.5.6. О карикатури	418
4.5.7. О децјој штампи	419
4.5.8. О новинској критици	420
4.6. МЕШОВИТЕ НОВИНАРСКЕ ВРСТЕ	420
4.6.1. О сталешким и другим вестима	420
4.6.2. О огласима	421
4.6.3. О рекламама	422
4.7. ПЕРИФЕРНЕ НОВИНАРСКЕ ФОРМЕ	423
4.7.1. О стрипу	423
4.7.2. Енигматика	424
4.7.2.1. О укрштеницама	424
4.7.2.2. О магичним квадратима	425
4.7.2.3. О сложенијим енигматским врстама	425
4.7.3. О ребусима	426
4.7.4. О интернету	426
4.8. ЗАВРШНЕ НАПОМЕНЕ	427
ЛИТЕРАТУРА.....	429
ИЗВОРИ	445

1. УВОД

1.1. ПРЕЛИМИНАРНА РЕЧ

1. Наш рад са темом **Лингвистичка и стилистичка истраживања медиолошких родова и врста** представља резултат дугогодишњег интересовања за новинске форме, готово од свршетка студија. Зато је наша грађа делом из старијих извора, а делом дојучерашња.

1.1. Новинарство смо окарактерисали као *умеће*, идући за теоријским поставкама Ј. Јовановић Симић (2010). Значи, није новинарство уметност, а није ни занат. Новинарство је друштвена делатност слична политици (из чијег је крила поникла), затим просвети, науци итд. Ту наравно спада и уметност, чија искуства, као и искуства других поменутих активности, бивају уграђивана у новински текст. Новинарство у ново доба доживљава брз успон и осамостаљује се у делатност посебне врсте.

а) Такав закључак сугерирају и компетентне речи М. Бандића о новинарству у *Речнику књижевних термина*. „Првобитно у служби државе“ – по његову мишљењу (РКТ 1992: s. v.), – „као преносилац званичних одредаба и закона, н. се затим развијало ка све већој (релативној) аутономности, настојећи увек да остане што слободније у избору и саопштавању чињеница које формирају демократски дух, јавно мишљење, културна, политичка и друштвена становишта као елементе свести, утицаја, кохезије међу људима и социјалним групацијама. Из н. и његове сложеније и сталоженије форме, публицистике, потекао је знатан број истакнутих државника, политичара, јавних и културних радника. Модерно, прогресивно н. доноси нове, високе политичке, моралне и естетске критеријуме и одупире се вулгарном, испразном сензационализму, једнообразности и површности... Писано живим, вибрантним и сугестивним стилем, н. доприноси развоју језичког израза, а у раним епохама стварања књижевног прозног израза (код нас нпр. у другој половини 19. в.) имао је значајног удела у формирању прозног стила“ (РКТ 1992: s. v.).

б) Без обзира какав је став аутора, и шта он жели истаћи, а шта ставити у задњи план, видно је из његових речи да новинарство повезује разноврсне појмове, чак каткада супротне полове, између осталог службу властима са

слободом мисли истакнутих и независних интелектуалаца, дубоко сагледавање друштвених појава са површношћу испразне забаве, сензационализам са високим естетским идеалима свога доба, вулгарни израз улице са језичким стваралаштвом највишег ранга итд. Зато се новинарство не може поставити у једну равну истраживања, нити дефинисати у једнозначним појмовима и терминима. Рећи да је нека делатност умеће, значи избећи све сметње за њено постављање у овај или онај фах, јер би се из сваког од њих прелила велика количина материје која тамо не припада. Мислимо да се новинарству са истим правом као и све остало – мора порећи некаква ‘интердисциплинарност’.

2. Ово истраживање само је делом типична расправа о новинарским врстама, између осталог и због тога што, поред размишљања о уобичајеним проблемима жанрова (обрађених у првом делу књиге) – садржи (у другом делу) поглавља која по правилу нису досад узимана у разматрање. Пре свега, у њу су укључене странице о тзв. периферном, као и о интернет новинарству, са њиховим необичним и неуобичајеним особеностима.

а) Истраживање је подешено стању новинарства у настави у основној и средњој школи, али и на филолошким и сличним студијама, за које је базична проблематика увек била у првом реду структура текста, те његова естетска и етичка димензија – дакле, преведено управо на језик филологије: композиција, стил и језик, односно начин испољавања датих особености уопште (поред језика ту учествују сликовни, па и математичко-симболички моменти итд.). Зато смо ми своју расправу конципирали тако да садржи и основна обавештења – онако како смо нашли у прегледаној литератури – о новинарским врстама и жанровима, а анализа је доста често ограничена на обим илустрације тих обавештења, нарочито у поглављима о општепознатим фактима. Обавештења о мање познатим врстама – пре свега периферним, поготову онима о којима је литература сразмерно оскудна – праћена су подробнијим аналитичким поступцима.

б) На крају ове прелиминарне речи нужно је осврнути се на једну појаву која се не може превидети. Наиме, новинари и новинарски теоретичари углавном изражавају похвале овом људском умећу. Али озбиљнији истраживачи новинарства у ширим оквирима информативне делатности, дакле у поређењу са науком, уметношћу итд., имају суздран, а често и одбојан став. Све информације изричу се језиком, те истовремено језик постаје основном

њиховом формом. „Информацију добијамо” – каже У. Еко (1973: 47) – “кад сазнамо да је неки догађај остварен. Информација, дакле, може бити формирана и изречена и пре него што се догађај оствари. С друге стране, медији данас до те мере кореспондирају са човековим живљењем да, ма колико звучала злослутно, не можемо се отети утиску о тачности тврдње да оно што медији не објаве – није се ни догодило! Такву врсту злоупотребе¹ користе све врсте медија. Информација² на тај начин сама бива важнија од језика којим је она изречена све док је ‘она друга страна’ разуме и док траје интерес емитера те информације“. Међутим – мишљења је Р. Бугарски (1995: 109), – „језик по природи ствари надживљава сваку идеологију, ма колико искључиву и насилничку, иако она може у његовој структури да остави одређене трагове, макар за извесно време“.

1.2. МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТУП: ЗАШТО МЕДИОЛОГИЈА

1. Наслов наше дисертације **Лингвистичка и стилистичка истраживања медиолошких родова и врста** – подразумева истраживања о родовима и врстама новинског умећа, а мотивација долази од књиге Режиса Дебреа *Увод у медиологију*. По њему – комуникологија као дисциплина која се бави питањима друштвених односа у процесу споразумевања недовољна је да објасни све појаве које се дешавају на том плану.

Неки природни језик се, на пример, може анализирати као средство комуникације које омогућава да тренутни саговорници разумеју једни друге. Међутим, тај језик има и функцију трансмисије [...] Као сажети израз

¹ „Уопште говорећи“, – мисли Кјеркегор (1981: 39), – „очигледно је да штампа, симбол апстрактног и безличног информисања, а нарочито дневна штампа, чисто формална и равнодушна према истини или лажи својих вести, огромно доприноси деморализацији, јер све што је безлично и, према томе, више или мање ослобођено одговорности и скрупула, чинилац је деморализације“.

² Новинарском информацијом се агитује, пропагира, врши индоктринација. „Понекад је због тога новинска информација – дезинформација“ (Тошовић 2002: 306). Искусни реципијент, међутим, информације прима с резервом. Велику улогу у том смислу има априорна информација.

колективног памћења неке историјске групе, језик омогућава опстанак ‘базичне личности’ заједничке свима који тај језик користе као материју – односно, система значења који одређеној групи живих омогућава да осете сродност са својим мртвим прецима. У првом случају, реч је о синхронијском откривању односа међу јединкама; у другом, о дијахронијском откривању односа међу генерацијама (2000: 12).

‘Трансмисија’ је дакле додатни моменат који прати комуникацију, и рекло би се, по Дебреовим речима, да је то додатак међуиндивидуалном дијалогу: међугенерациски проток информација који свој израз и свој трезор у који те информације дотичу – има у ‘колективном’ памћењу.

Ваља узгред напоменути да категорија ‘базичне личности’ није друкчије схватљива него као социо-психолошка категорија која се односи на просечног члана датог колектива и носиоца ‘колективног памћења’. Али ће ‘базична личност’ бити носилац и карактерних црта датог колектива, његових знања, предрасуда, удела у економском животу, заступник идеја и перспектива итд. – једном речи: колективног духа и ‘друштвене свести’ – културе у најширем смислу термина.

2. Оно по чему се људи препознају као настављачи лозе, као ‘јединке сличне прецима’, не мора према томе бити само језик, већ и телесне и карактерне црте, начин живота, обичаји итд. Али ако у центар пажње поставимо језик, онда он није само сведочанство ‘односа међу генерацијама’, већ и чувар традиције, ма шта ми под тим појмом разумели. А у жижи тог појма јесте ‘колективно памћење’, заправо ‘предање’ – које је у неком облику својствено и данашњем човеку: јер сет анегдота о симпатичним, храбрим, вредним, духовитим итд. ближим или даљим прецима и њиховим животима и делима (или ‘делима’), које живе у свакој породици или ужој заједници – није ништа друго него нека врста ‘предања’ у зачетној фази развоја.

а) Данашње форме никако не доживљавају више развојне фазе што су забележене у облику прозних и песничких остварења каква су живела у прошлости сваког познатог народа на Земљи. У обликовању ‘предања’ учествује сваки појединац не само уносећи у њега сопствено искуство, већ поседујући и реалну могућност креирања и формом и садржајем заправо врло еластичних производа људског ума, прилагодљивих индивидуалном укусу и

дару 'аутора' (певача, причаоца-приповедача итд.). У 'предању' је по правилу остварен општи 'дијалог', односно свеопшти процес актуелне културе и традиције, и искоришћавања свих њених вредности, како у колективној, тако и у индивидуалној употреби и стваралаштву сваког члана понаособ. Народне приче преносене су с колена на колена у безбројним варијантама, као што су и народни епови варирали од певача до певача итд.

б) Али предање није представљало само низ занимљивих прича, бајки, песама, мудрих изрека итд. којима су људи прекраћивали време, већ је то у дугим вековима усмене културе био чувар памћења о прошлости, као и носилац животних начела и регулатор животне праксе. 'Предање' наравно није сам дијалог, већ база за тај друштвени процес која настаје постепеним таложењем духовних добара у колективном сећању. То је трезор релативно устаљених вредности у који се слива искуство генерација, а којима бива мотивисана комуникативна активност појединаца и читавог друштва усмене културе.

3. У новије доба, у доба 'Гутембергове галаксије', усмена традиција постепено уступа место огромном комплексу писаних докумената који колају међу људима и народима прекорачивши границе традиције и у ширину и у дубину смисла, у ширину спознаје света и дубину прошлости. У њему видну улогу почиње играти, сем интуитивне спознаје света и мудрости у коју је кондензована, – и наука са својим истраживачким подухватима неслућених размера, економија која великом делу човечанства доноси благостање, религија са својим моралним назорима и напорима да они живе пуним животом у народу, политика са својим идејама о оптималном уређењу друштва итд. Тај се комплекс, одражен на особен начин у свести појединца и колектива – данас назива 'погледом на свет' или сл.

а) Овај комплекс има и даље улогу регулатора, јер у највећој мери одређује садржај и функције индивидуалног члана друштва, али он у толикој мери надраста појединце да се удео ових у стварању његовом готово никако не осећа. Поготову га не осећа сам просечни појединац као резултат својих менталних потенција, већ искључиво као наиндивидуалну моћ која њиме влада, која се једнострано намеће као сила која обликује његова схватања и његов начин деловања – као 'јавно мњење'.

б) 'Јавно мњење' писменог доба сасвим је друкчије од 'предања', и по карактеру и по односу људи у њему и према њему. Овде није сваки појединац

овлашћен да мења устаљене идеје и њихове склопове. Та част припада горњим слојевима друштва и изузетним појединцима, подржаним од стране ‘институција’, тј. у крајњој линији државе. Просечан члан друштва има прилику само да се користи вредностима наталоженим у збиркама знања, правним актима, идеолошким трактатима и др. Он је објекат и присилни конзумент, а не субјекат и стваралац колективних вредности. Дијалог се прекида, и уместо вишесмерног протока информација и њиховог спонтаног таложења у колективној свести, имамо једносмерни пренос од извора на корисника.

в) Ако говоримо о ‘трансмисији’, онда се тим термином може означити управо овакав једносмерни проток менталних производа људи и духовних вредности које из њих проистичу³. ‘Трансмисија’ није остварљива без неке погонске силе, што и сам Дебре нејасно увиђа и на свој начин описује као ‘институционализацијски’ моменат, који за резултат има стварање ‘резервата’ специјализованих података итд. – које Дебре (2000: 19) изгледа сматра управо ‘медиолошком’ појавом:

Медиолошка анализа уноси ред и подређује школу образовању, музеј излагању, библиотеку читању, радионицу учењу заната, лабораторију истраживању, цркву исповедању вере и сл.

Своју мисао Дебре илуструје описом библиотека као специфичних сабирних и дистрибутивних центара наталоженог знања:

Нема библиотеке иза које не би стајао неки краљ, калиф, првосвештеник, владар, сенат, скупштина, председник, институт, ред или универзитет. Иако је библиотека заслужна за контакте међу ученим људима, не може се сакрити њено институционално порекло као продужетка и допуне организованог заједници... То је... невидљиви извршилац трансмисије, чији је библиотека видљиви медијум, али не и покретач. Тачније речено, управо је та установљена заједница она која складиште претвара у важан чинилац, омогућујући тако и сопствени опстанак (школа, црква, ред, нација и сл.). Библиотека представља

³ Клајн и Шипка (2008: s. v.): „1. преношење, пренос, 2. техн. а. пренос снаге с мотора или с главне погонске машине на друге машине, помоћу зупчаника, преносних каишева и сл. б. уређај помоћу кога се обавља такав пренос снаге. 3. пренос информације од пошиљаоца до примаоца посредством неког медија“.

допуна неопходну за развој заједнице, али средство преноса се не покреће само од себе, већ и само мора бити претходно подстакнуто неким органским захтевом (2000: 17–18).

4. Под ‘органским захтевом’ најлогичније је разумети налог носиоца моћи по чијој иницијативи, под чијим руководством бива учињен одбир и сачињена збирка чињеница и њихових тумачења која одговара концепцији иницијатора. Посебно је важно нагласити ‘тумачење’, које припада категорији идеолошких вредности усмерених на покриће воље и захтева иницијатора и руководиоца акције прикупљања и усмеривача рада оваквих ‘резервата’. На тај начин се обликују назори прималаца информација, док је у супротном смеру њихов доток осујећен непостојањем механизма за пријем оцена читалаца о књигама и њиховим владајућим коментарима, или допуна које би евентуално могле уследити.

а) Слично ствар стоји нпр. са политичким идејама, које настају у главним штабовима партија, странака или покрета и шире се у таласима и концентричним круговима на чланство, симпатизере и остале који су допрли у орбиту њиховог деловања. Тако настаје ‘јавно мњење’ као колективна појава и ‘поглед на свет’ појединца. Најснажнија полуга у стварању ‘јавног мњења’ заправо је штампа, а уз њу радио и телевизија – средства и облици ‘јавног информисања’; а то пре свега значи: деловања државног апарата и његових ‘органа’ на ‘јавно мњење’.

б) Основицу ‘јавног мњења’ чине идеолошки и други назори владајуће клике. Са свим овим појединац се суочава ступајући у свакодневни живот, као и са притисцима да се укључи у ову или ону струју ‘јавног мњења’; али с тим он сам мора да изађе на крај. Са развојем ‘средстава јавног информисања’ тај се слој колективних идеја осамостаљује и постаје снага која све више замењује традицију и њене завете, које замењује идеологија са својим императивима. Појединац нити је у могућности да утиче на ‘јавно мњење’, нити га прихвата без остатка као апсолутну истину, већ је у позицији да процењује и оцењује сопственим умом шта је за њега прихватљиво, а шта не: да се држи сопственог ‘погледа на свет’. Међутим, приватно мишљење остаје у оквиру личности, а ‘грађанин’ је обавезан да се држи налога обликоватеља ‘јавног мњења’.

Непридржавање владајућих идеја, и евентуални покушај јавног исповедања сопственог ‘погледа на свет’ – могу бити друштвено непожељни⁴.

5. Али и ‘поглед на свет’, боље ‘погледи на свет’ као базична политичка категорија, око чега су се водиле велике борбе у прошлим вековима, избијале револуције и крвави ратови, јер је створена фама да је ‘поглед на свет’ укотвљен заправо у самом корену људске егзистенције, у економским односима, у савести људи итд. – пред нашим очима ступа у позадину и уступа место новим појавама које обликују мисли и ставове појединаца и колектива.

а) Развој и напредак медија добио је јак подстицај проналаском интернета, и поновним отварањем могућности вишесмерног протока информација, опет свако може постати иницијатор информативног акта. Али је појединац у тим условима изложен несавладивим струјањима из најразличитијих праваца, која заправо у крајњој инстанци одређују карактер новог типа ‘јавног мњења’, а тај тип је добро погођен термином ‘виртуелни свет’. Овај је углавном саткан од ‘илузија’, представљених у „сликама које ријалити енџин може да произведе“ (Јовановић и Симић 2015: 221) у ‘низу трикова’. Те слике више не морају ништа договати реалности већ бити креиране у пропагандним центрима и лабораторијама за изградњу ‘виртуелног света’ као колективног погледа на свет. Појединац додуше има утисак да и сам учествује у том гигантском процесу, јер му технички уређаји омогућују да своју мисао, коментар или било какву флоскулу угради у општи фонд. Али тиме се не ствара целовит систем колективних идеја, него индивидуални импостат остаје на периферији у скупу хетерогених додатака централном резервоару брижљиво конципираних и вешто грађених ‘водећих идеја’, ‘хипертекстова’ или сл., којима је мрежа ‘линкова’ и ‘иконица’ водич кориснику према централним зонама.

б) Он ступа у фингирани дијалог са општим мишљењем и предрасудама, из чега настаје оно многогласје о којем – наравно, са других позиција –

⁴ Опозиција између ‘приватне личности’ и ‘грађанина’ врло је снажан фактор у формирању карактера људи – и често води диспропорцији супротстављених схватања у самом појединцу, амбиваленцији у ставовима и понашању. Отуђењу личности, како би рекли психолози. Борба против унутрашњих супротности и за усаглашеност међу идејама и осећајима представља данас важан моменат у васпитању и уопште у животи људске личности.

изванредно танан суд даје М. Бахтин (1989: 32) као о игри у коју ступа индивидуална реч:

Конципирање предмета помоћу речи је(сте) сложен чин: сваки ‘проказани’ и ‘оспорени’ предмет с једне стране је осветљен а са друге затамњен разноглас(н)им друштвеним мишљењем, туђом речи о њему, и реч улази у ту сложону игру светлости и сенки, напада се њоме, у њој изоштрава своје сопствене смисаоне и стилске контуре. Конципирање предмета помоћу речи отежава дијалогски узајамни однос у предмету са различитим моментима његове друштвено-вербалне осмишљености и могућности ограђивања [...] Ако интенцију такве речи, то јест оријентисаност на предмет, замислимо као зрак, онда се жива и непоновљива игра боја и светлости у фасетама слика коју граде неће објашњавати преламањем зрака-речи у самом предмету [...], него њеним у оној средини туђих речи, оцена и акцената кроз коју пролази зрак оријентишући се ка предмету: друштвена атмосфера речи која окружава предмет приморава на игру фасете његове слике.

Бахтин пропушта прилику да у своју расправу укључи и улогу ‘колективног’ мишљења, јавног мњења или сл. Но ако се вратимо својој теми, морамо утврдити да се игра око ‘виртуелног света’ води тако да на крају увек у први план избија ‘владајући’ сноп идеја. Друштвена атмосфера достиже такву густину да и не пропушта зрак до предмета о којем говори Бахтин, већ га задржава у мрежи својих одсјаја и приморава га на кружење у сфери ‘јавног мњења’, које онда постаје празна бука лишена односа према реалности и правог смисла. Управо такав карактер има ‘јавно мњење’ кад је изложено деловању модерних ‘информативних медија’, у чији су круг данас укључена и класична ‘средства јавног информисања’; она између осталог служе и као средство, а и као припремни ‘курс’ за приступ интернету. У овој дисертацији су сви описани као ‘медији’ (в. даље), а наука о медијима названа је ‘медиологијом’.

в) Но ваља додати још нешто што сугерира Леви-Стросова (1966: 110) теорија ‘дивље мисли’. Строс наравно проучава претцивизацијске фазе развоја људског мишљења и говора. Говор, чим се издвоји из хаоса прачовекових крикова, ствара системе знакова за изражавање идеја и за споразумевање, а то је услов настанка друштвених система из несвесно

организованих првобитних хорди. Ево како Леви-Строс резонује о рађању мисли и језика:

Оно што је значајно и на спекулативном и на практичном плану, јесте очигледност дистанци [хоће свакако рећи дистинкција, које су услов и пратилац сваке ситематизације, па и језичко-мисаоне], више него њихова садржина; чим се појаве, оне образују систем којим се човек може служити као мрежицом, која се, ради дешифровања, импостира у говор [...], у коме се, захваљујући мрежици, појављују прекиди и контрасти, то јест формални услови за пренос поруке са одређеним значењем. Теоријски [...] [ово] показује како било који систем диференцијалних дистанци [одн. дистинкција] – чим добије карактер система – омогућава организовање једне социолошке материје на коју делује историјска и демографска еволуција [...]

Дакле јасно: првобитни систем споразумевања био је у присној вези са настанком социјалних система, на које делују „историја и демографска еволуција“, а која је услов и пратилац настанка општег мишљења, много касније јавног мњења или сл. Но сем првобитне, постоје и у историји човечанства, дакле у развијеним цивилизацијским системима – такође изузеци, индивидуе или скупови индивидуа отпорних на нивелацијске процесе и тиранију јавног мњења. То су личности високе духовне моћи и моралних начела који од околине прихватају оно и онолико колико одговара њиховим чврсто и независно од те околине изграђеним схватањима. Такве индивидуалности сваки сигнал и пропагандну флоскулу пропуштају кроз сопствени ум, вреднују је, те прихватају или одбацују, остајући изван и изнад поменутих нивелацијских и деградацијских процеса у развоју просечног човека. Читати новине, између осталог, у тим условима значи прикупљати чињенице за сопствено схватање „историјске и демографске еволуције“ свога доба.

1.3. О МЕДИЈСКОЈ КОМУНИКАЦИЈИ, КУЛТУРИ И ОБЛИЦИМА ИЗРАЖАВАЊА

1. „Медијска култура” – по Д. Келеру (2004: 5-7) – „[...] користи и слику и звук. Различити медији – радио, филм, телевизија, музика и штампани медији, као што су часописи, новине и стрипови – дају приоритет слици или звуку, или комбинацији ова два израза, усмеравајући своје дејство на широки спектар доживљаја, осећања и идеја [...] Медијска култура намењена је широком аудиторijуму, због чега се бави савременим темама и проблемима, односно, усмерена је искључиво на актуелна питања, и отуда ствара обележја и симболе савременог друштвеног живота”.

Медијска култура је истовремено и култура високе технологије, која примењује најсавременија технолошка достигнућа. Она представља важну област економије, један од најпрофитабилнијих њених сегмената, и то онај који све више добија глобални значај. Медијска култура тако представља облик техно-културе, која спаја културу и технологију у нове облике и конфигурације, стварајући нове типове друштва у којима медији и технологија постају организацијски принципи. Представе медијске културе показују ко има моћ а ко је нема, коме је допуштено да употребљава силу и насиље, а коме није. Оне драматизују и легитимизују моћ постојећих сила, и показују слабијима да им, уколико не пристану да се уклопе у постојеће стање, прети изолација и смрт. Због тога је, за оне који су од колевке па до гроба изложени медијима и потрошачком друштву, веома важно да науче како да схватају, тумаче и критикују њихова значења и поруке. У савременој медијској култури, доминантни информативни и забавни медији представљају суштински и често непризнати извор културне педагогије; они нас у великој мери уче како треба да се понашамо и шта треба да мислимо, осећамо, верујемо, чега да се плашимо и шта да желимо – а шта не.

а) Све што је човек пронашао да би себи олакшао живот и учинио га удобнијим има своју светлу, али и тамну страну. Ватра, експлозив, електрицитет, атомска енергија итд., стављени у службу побољшања квалитета живота, учинили су невероватна чуда којих и нисмо свесни, а која су равна онима из бајки наслеђених из старине. Али сва та епохална открића носе собом

и унутрашњу драму која од човека апсолутно захтева вештину и опрез ако не жели подлећи им и нестати као индивидуа или као врста. Нарочито као врста, јер кондензоване природне силе у многим од тих проналазака, у сукобима међу људима и државама, већ су показале трагичне резултате.

б) Ништа мање опасности не крију се ни у необичном проналаску који је заправо омогућио све остале – а то је језик, и то су облици његовог постојања и деловања. Један од тих облика јесу комуникацијски медији. Келер мисли да се невоље које доноси језик могу избећи појачањем културног нивоа човечанства. „Стога, стицање критичке медијске писмености може у великој мери да помогне појединцима и грађанима да се лакше носе с овим заводљивим културним окружењем. Стицање способности тумачења, критиковања и одолевања медијским манипулацијама помаже појединцима да се оспособе за стварање бољег односа према доминантним медијима и култури. Оно може ојачати суверенитет личности према медијској култури и обезбедити јој већи утицај у сопственој културној средини, као и писменост неопходну у стварању нових облика културе“ (Келер 2004: 6).

в) Медији су необична појава, на први поглед лака, јефтина и удобна као увек доступно средство разоноде. Но у суштини то је врло разноврсна и разуђена материја чија су егзистенција и начин деловања на људски ум још увек велика загонетка, и вероватно ће бити разрешена тек кад буде касно за превентивно или терапеутско деловање. Публицистика као културна делатност, према томе, разливена је у безброј канала којима је омогућен приступ човеку из свих углова – јавних и скривених.

2. У публицистици постоји велики број родова и врста, тј. жанрова (како се у теорији новинарства обично говори) писмених (новинска информација, чланак, коментар, преглед, писмо, памфлет, полемика и сл.) и усмених (јавни наступ, говор, реферат, разговор). Термини жанр, род, врста итд. потичу из књижевне теорије (РКТ 1992: с. v. В. и: Живковић 1963). У такве се категорије сврставају „књижевна дела која имају извесне заједничке и само њима својствене особине, при чему се обично не прави разлика да ли је у питању књижевни род или врста, односно подврста“.

а) Према дефиницији О. Ахманове (1966: 32), жанр представља тип говора који је одређен датим ситуацијама са назначеним циљем употребе. Г. Солгањик (1973: 19) одређује жанр као релативно устаљену композиционо-

говорну шему, у којој се изражава одређени апстрактни однос говорника према предмету и садржају. Бахтин (1980: 54) заступа становиште да су језички или функционални стилови исто што и „жанровски стилови одређених сфера људске делатности и општења“, а да репертоар жанрова „расте у оној мери у којој се дата сфера развија и постаје сложенија“.

б) А када кажемо облици новинарског изражавања, новинарски жанрови, форме новинарског стварања, новинарске врсте – онда под тим, по Д. Славковићу (1973: 92), „подразумевамо вест, извештај, интервју, белешку, коментар, репортажу итд. Шта је све то? Одговор је, на изглед, лако дати – у називу стоји и објашњење: облици, форме, жанрови, кроз које или помоћу којих новинари саопштавају чињенице, мисли, идеје, ставове; начини презентирања одређених садржаја, у нашем случају, новинарских садржаја. Шта је, пак, новинарски садржај? Једноставно информација, у ширем значењу те речи“. Дакле, облици новинарског изражавања били би карактеристични начини којима се обликује одређена грађа ради објављивања у средствима масовног комуницирања.

в) „Жанр је дакле“ – мисли Р. Животић (1993: 11), – „општи термин којим означавамо типичну форму новинарског изражавања, а пошто форма зависи од теме и циља – у питању су садржајно-композицијске и лексичко-стилске особености. Жанр се, дакле, не одређује једном, већ целином карактеристика, тј. узимају се у обзир доминантне особености. Тиме се не пориче да на карактер жанра [...] битно утичу индивидуалне способности аутора“.

3. У првим фазама новинарства, као средство обликовања, служио је искључиво језик. Појавом филма, радија и телевизије, у облике новинарског казивања укључују се и оптички и нелингвистички акустички системи знакова, иако је и у тим условима већини новинара језик најважније средство изражавања. М. Марко каже да „новинарску врсту можемо означити као писмено, звучно или сликовно саопштење политички актуелних, друштвено значајних, нових или поново установљених, документарно титулисаних догађаја или идејних израза“ (1972: 16–17). Са тог становишта, са становишта употребе различитих сигнала, односно техничких средстава помоћу којих се саопштавају

одређени новинарски садржаји, постоје три врсте облика новинарског изражавања: а) писани, б) говорни (аудитивни) и в) сликовни (визуелни)⁵.

4. Као што је у претходним интерпретацијама довољно наглашено, нису сви текстови објављени у новинама – новинарске врсте. Новинарски рад, у односу на друге сличне делатности (оне које се тичу писања) има, наравно, понечег заједничког, али далеко више само себи својствених обележја. Литерарни одломци (или романи у наставцима), научне анализе, општеполитичке студије или уско стручни прилози – сви ти текстови који се такође објављују у средствима масовног комуницирања, у основи се разликују од новинарских жанрова, иако, самим чином објављивања у штампи, на радију или телевизији, добијају неке атрибуте новинарског израза. Па ипак, то нису и не могу бити чисти облици новинарског изражавања, јер не поштују битне принципе стварања тих облика.

„Сваки новинарски текст (као и информација коју доноси) мора да има следеће елементе: новост, актуелност, истинитост и важност или занимљивост; они се, дакле, обавезно налазе у свим облицима новинарског изражавања – у вести и извештају, у коментару и интервјуу, у репортажи и подврстама њиховим. Заправо, основу новинарске врсте чине новост, актуелност, истинитост и важност или занимљивост (зависност форме од садржаја). То је та заједничка нит жанрова и оно што их одваја од свих других врста људске делатности које имају, бар на изглед, сличности са новинарством (књижевност, пре свега); то је предуслов стварања било ког новинарског жанра“ (Славковић 1975: 127).

5. Новинарски производ добија одређен знаковни облик пре свега у зависности од информативне функције (циља, намере, задатка) коју у себи носи сваки садржај (чињеница) у информацији, и тежње (жеље) новинара (уредника, власника листа) да постигне одређени утицај (ефекат) на понашање људи. „Конкретна форма, конкретна композиција и конкретна језичко-стилска обрада – само су спољни изрази ове основне функције новинарског производа“.

Са садржинског аспекта – „постоје две основне врсте облика новинарског изражавања: информативни и аналитички (ангажовани, они који изражавају ставове и мишљења и отворено казују своје оцене). У прву групу

⁵ Исп о томе више у.: Славковић 1975: 125–126.

информативних облика спадају: *вест* (са подврстама: фото-вест и филмована вест), и *извештај*. У другој групи аналитичких облика налазе се: *коментар*, са подврстама: белешка (осврт), друштвена хроника, чланак, рецензија, карикатура, као специфичан ликовно-уметнички и новинарски производ и, под одређеним условима, козерија и сатира; *интервју*, са подврстама: конференција за штампу, округли сто, анкета, изјава; и *репортажа*, са подврстама: цртица, односно 'фичер' и, под одређеним условима, фељтон.

6. Друштвене околности креирају друштвену свест. Некад су језгро друштвених норми чиниле религија, наука, уметност и филозофија (као општи облик свести). Свест савременог човека о себи и о друштву које га окружује формира се, међутим, у непрекидној комуникацији свих врста и нивоа. На тај начин она се мења и обликује. Друштвена свест постала је талац информације, ухваћена у мрежу сопствене тежње да се развија и учи. У сталној, колективној инерцији, којом се преплићу и саплићу држава и друштво, створила се посматрачка позиција овог вишесмерног процеса. Та тачка посматрача зове се јавност. Да јавност не би остала пука формалност, формира се јавно мњење, појавни облик јавности, опишљива чињеница у којој информација постаје комуникација.

а) На креирање јавног мњења утиче држава са својим апаратом, парламентаризам, црква, уметнички садржаји за шири аудиторијум, али и средства јавног информисања у свим својим видовима. Две су заједничке претпоставке од којих друштвени чиниоци изводе своју методологију. Сви покушавају да остваре доминантан утицај на јавно мњење, и сви користе језик (и ликовне облике) за спровођење свог утицаја. И сви мање, више или потпуно користе медије за креирање друштвене свести.

б) Тако медији постају моћно средство пропаганде, оруђе којим је могуће свакодневно па и у сваком тренутку дефинисати јавност и човекову позицију у њој. Медији нису само карика између човека и колективитета, они су супстрат људске комуникације, простор у коме се сучељавају сви актери јавног живота; и тако се створио тројни савез: предмет општења, говорник и прималац. Три тачке које синхронно чине медијски простор.

7. Временом су медији успостављали стил којим су најлакше могли да пренесу информацију и изврше своју мисију оличену у утицају на јавност. Особине стила модификовали су време и околности, али је он увек био слика

тренутка, хроничар времена. Тако је о језику и о стилским одликама медија могуће говорити само у категоријама простора и времена. Пошто је публика важан фактор у јавној комуникацији, овај стил је назван публицистичким. Публицистички стил се одликује специфичним изразом који највише зависи од жанровске опредељености. Језички елементи који реализују овај стил увек су у служби преношења поруке, и зато публицистика тако широко захвата у језички систем. Публицистика бира стил којим ће на најразумљивији и најбржи начин пренети поруку најширој публици. И зато се стилистика не бави само језиком у новинарским жанровима, већ упоредо и процесом преношења информације. Према начину преношења поруке публицистички стил се рашчланио на новинарски и монографско-публицистички вид. У оба вида задатак новинара јесте да пренесе чињеницу и убеди примаоца у истинитост те информације. Средства која ће при том користити зависе највише од жанра у којем је текст уобличен.

а) „Жанр је мања скупина дјела унутар врсте, која садржи све особине које има врста али и неке друге“ (Солар 1991: 117), и детерминисан је карактером информације и интенцијом аутора. Медијски жанрови одређени су медијем, функцијом, обликом и садржајем, те се њиховим профилисањем актуелизује конзумност публике. Сваки жанр има своју унутрашњу логику система и израз који из те логике произлази. Постоји по Лукачу (1998: 71) трипартитна подела жанрова на: а) фактографске: вест, извештај, интервју; б) белетризоване: репортажа, уметничка критика (једним делом), фељтон, хумористички текстови, карикатуре; и в) аналитичке жанрове: уводник, коментар, колумна, мале форме (белешка), уметничка критика (једним својим делом).

б) Д. Жлендер (1967: 66–67) сматра да систематизација новинарских жанрова захтева да се у обзир узму формална и садржајна мерила. У формалном погледу, информација би се могла поделити на два дела: на такозвану писану информацију и фотографију, односно илустровану информацију (пошто се она не може третирати само као додаток тексту). Са становишта садржаја, новинске информације деле се у три основне групе. У прву групу спадају сви облици новинарског изражавања који имају, пре свега, за циљ да упознају јавност са чињеницама, дакле облици *фактографског карактера* (потпуна, непотпуна и проширена вест – извештај, затим фактографски интервју и фото-вест). Другу

групу сачињавали би жанрови који износе оцене, мишљења и ставове о одређеним чињеницама, односно о догађају, дакле, *аналитички облици* (коментар, чланак, аналитички интервју, рецензија и фото-коментар). Трећу групу представљале би новинарске врсте код којих аутор жели да јавности дочара атмосферу о чињеницама, односно догађају, те да живо и сликовито изрази своја осећања и свој однос према догађају. Ови облици новинарског изражавања обично се називају *белетристичким* (репортажа и фото-репортажа). Осврт, белешка, цртица, друштвена хроника итд. по својој основној унутрашњој грађи, композиционој архитектури и начину тематске обраде немају карактеристике жанрова, већ могу бити само видови одређеног жанра.

в) Чешки аутор К. Длоухи (1973: 12) исто тако дели жанрове на три групе – фактографске, аналитичке и белетристичке, док совјетски теоретичари Н. Г. Богданов и Б. А. Вјаземски (1973: 54) прихватају, истина условно, две врсте жанрова: информативне и публицистичке (исп.: Славковић 1975: 128–129).

г) По М. Марку (1972: 31–32): „Новинарска врста (појава) је језичка репродукција догађаја која пролази кроз призму стваралачког субјекта (стварност ухваћена схватањем субјекта и његовим ставом према њој, претворена, репродукована у другој супстанци – језичкој). Некада је новинарска врста идејна производња која се не ослања на непосредно посматрање и на директну репродукцију догађаја, већ на субјективно сазнање и хтење. Она је, затим, не директни одраз, већ некако одраз тог одраза, конзервисаног у мислима субјекта [...] Неке новинарске врсте постају то зато што полазимо од извесног догађаја, или од одређеног презентовања идеје. Друге, пак, врсте настају тако што су догађај или презентовање идеје индиректни подстрек, стварање које значи изражавање субјективног мишљења и осећања (белешка, есеј). Простим регистровањем догађаја настаје вест, а на основу објашњења догађаја постаје коментар“.

8. Међутим, у штампи нарочито (а на радију и телевизији знатно мање) налазе се и друге врсте прилога (рубрика) које су у слабој вези са уобичајеним облицима новинарског изражавања.

а) То су, на пример: роман, прича, рубрика ‘лекар вам одговара’ или ‘правник вам одговара’, затим, шах, па лов и риболов, ‘да ли знате’, кутак за филателисте, аутомобилисте и, најзад, стрип и огласи. Да ли су то прави

новинарски производи? Ако нису – откуда у штампи, а ако јесу – зашто подлежу или не подлежу принципима новинарског изражавања?

б) „Пре свега, треба рећи да су новине веома богат мозаик састављен од безброј различитих и разнобојних каменчића и да, и по томе, одражавају сву шароликост и богатство живота. Ове рубрике и прилози нису све прави новинарски производи, иако већина од њих носи у себи неку информацију чија садржина, очигледно, има какве-такве везе и додирне тачке са људском активношћу, пре свега. Нису прави новинарски производи јер им недостају – како кад и како у којој рубрици – по неки од основних елемената пуне информације: или права новост, или актуелност, или важност, а у неким од прилога, као у роману или причи, чак нема ниједног од тих елемената. Објављивање ових рубрика у штампи, пре свега, доказ је чињенице да се води рачуна и о оној људској природној потреби за разонодом, забавом, за хобијем који за појединце значе веома много. Дакле, и тим својим делом материјала штампа (и не само она) испуњава једну од њених значајних функција – рекреативно-забавну, – поред тога што може позитивно да утиче у образовно-културном смислу“ (Славковић 1975: 130–131).

9. У поглављу – ‘Новинарски алати’ (2005: 49–104) – Шт. Рус-Мол даје преглед најважнијих новинарских средстава. Реч је о коришћењу стилских форми, о језику, као и о примени бројева и статистика. Из обиља облика, могућих стилских форми (жанрова), којима се публици представљају новости, – Рус-Мол издваја четири основна типа новинарског текста: вест, репортажу, односно чланак, коментар и интервју. У нашој књизи полази се од упрошћене класификацијске схеме и за основу узима критериј припадности текста новинском стилу. По томе смо новинске текстове разврстали у две групе: у новинске у ужем смислу, или праве новинске текстове, и специјалне новинске текстове. Први су по функцији информативни, као што је горе речено, а други сем информативне имају и друге посебне намене. Аутори по правилу говоре и о новинарском тексту уопште, и о његовом стилу – са гледишта ‘како треба’, а не ‘како јесте’, дајући тако прилично идеализовану слику новинарства. Ми ћемо се држати литературе у излагању о основним својствима новинских текстова, а у прегледу примера трудићемо се да покажемо новинску реалност.

10. На крају овог одељка потребно је осврнути се на један термин у теорији ‘јавних информација’ који се у литератури занемарује. То је ‘циљна

група'. Под тим се обично подразумева скуп људи, социјална средина или сл. којима су новинарски производи намењени као конзументу. Нпр. видећемо да су спортске вести намењене углавном младим људима, а постоје специјални женски часописи, дечја и омладинска штампа итд., а ми смо склони помисли да сем оних којима је намењена јавна новинарска реч, често се као конзументи јављају и друге социјалне групе (нпр. за спорт се интересују и људи већ зашли у године итд.). Укупност конзументата чини медиолошку публику, а посебне групе примарни су 'потрошачи', али не и једини.

1.4. ЖАНРОВИ У УМЕТНОСТИ И НОВИНАРСТВУ

Ваља сада у једно сакупити оно што је представљено као шаролика слика схватања различитих аутора. Овде је дат наш прелиминарни поглед на теорију жанрова, тј. новинарских врста. У даљем току расправе ми ћемо формулисати сопствени став, а овде је пренето оно што се нашло у нашој бележници сачињеној приликом ширег увида у проблеме како се третирају нпр. у теорији књижевности и новинарства, као претходни општи поглед на проблематику.

Теорија жанрова данас обухвата књижевност, новинарство и науку. За свој предмет има проучавање конкретних остварења. Наука је систематско и поуздано сазнавање стварности, тј. описивање, објашњавање, проверавање. Корен речи „жанр“ (фр. *genre*, лат. *genus*) јесте – врста, род, па је жанр – као ознака врсте – разликовна категорија.

У предтеоријско време схватање уметности је синкретичко. Синкретизам је настао у доба обреда и ритуала, тј. у доба митске свести. У синкретизму је постојало изражајно средство: глас, игра, звук/музика. Синкретизам је кад се све те активности доживљавају као једна. Таква схватања су превазиђена још у античко доба, са развојем духовних потанцијала, и потребом за подробнијим увидом у њих.

Постоје класичне, модерне и постмодерне теорије о жанровима.

- класичне – дескриптивне, вредносне, нормативне

- модерне – побуна против норми (иновирање жанрова)

- постмодерне – релативизовање, деконструкција, софистиковани

жанрови

(XX век)

1.1. У науку о књижевности спадају три дисциплине: историја, теорија и критика. Жанрови се класификују према предмету. Они су представљени као емпиријски, а не логички скуп категорија.

Хијерархија жанрова:

- ниски жанрови – комедија
- високи жанрови – трагедија
- средњи жанрови – на прелазу

Канонизација је стандардизација жанрова, и настала је у историји уметности.

а) Књижевним родовима се обухвата подела књижевности, а врши се на основу општих особина књижевних дела. Према важећим схватањима базични родови књижевности јесу: лирика, епика и драма. (Постоје и друге: народна и уметничка поезија и проза, те и фикционална и нефикционална):

- лирика – садашњост
- епика – апостериорност
- драма – антериорност

б) Ова подела је настала на основу проучавања књижевних дела са сличним особинама и као резултат осталих родовских подела. Платон је узео као критеријум улогу песника. Узимао је 3 врсте примера: 1) песник говори у своје име (као субјекат: лирика); 2) када поред речи песника постоји неки други субјекат (еп); 3) песник се уопште не појављује него говоре други ликови уместо њега (драма).

в) Аристотел је имао више критеријума. Поделио је књижевност према предмету, тј. према слици стварности. Постоје дела у којима се људи приказују као изузетна бића, хероји. У другима се показују као мање вредна бића. У трећима су људи просечни (слични данашњим људима). Такође, правио је разлику према средствима – проза или стихови.

- Genus dramaticum – дијалог
- Genus narrativum – наратив/монолог
- Genus commune – мешани

г) У XVII веку настала је тројна подела на лирику, епику и драму. У XVIII веку Гете је рекао да је то најприроднија подела књижевности.

- Лирика – емоција која траје у тренутку излагања
- Еп – ранији догађај

- Драма – догађај чије разрешење тек треба да се догоди.

Лирика – дела умерене дужине у којима се конкретизује једно осећање стварности; лирски субјект – тумач песме; монолошки говор; говор у стиху или лирска проза; време доживљаја је бескрајно.

Епика – кратке и дуге форме; дужина зависи од предмета; наратор не износи емоције и не успоставља емоције, говори објективно; приповеда полифоно (чују се други гласови). Епски песник приповеда наиндивидуални доживљај света. Време – после времена догађаја. Излаже се да би се сачувало од заборава.

Драма – као текст и позоришна представа. Главни утисак је диверсификовани уметнички утисак (свако има свој доживљај стварности). Дијалогски – сукоб који треба да се реши.

1.2. У новинарству – сем жанровске диференцираности, а и пре ње, постоји подела новинских текстова према рубрикама. Рубрикама су се у старије време сматрала „места која је писар означавао мањим словима, а затим рубрику испуњавао иницијалима, црвеним мастилом“. У штампи рубрика најпре „означава одвојене делове текста на истој страни, па затим тематску поделу у периодичним публикацијама, посебно новинама (спортска р. и сл.)“ – У: РКТ 1992: s. v.).

Рубрике:

- спољнополитичка – пописна мрежа
- унутрашња политика – спортска
- привредна – деск
- културна – новинарска рубрика
- градска хроника

а) Теорија информација, која је важна и за новинарство, настала је средином XX века. У теорији информација, информисање се своди на један процес слања и примања поруке преко канала и на основу дефинисаног кода. После се ово развило у теорију комуникација, у којој је процес преношења поруке, информације такође, али је главно оно што је између пошиљаоца и примаоца.

б) У Америци разликују две врсте жанра: news (информативни) и story (интерпретативни), у који спадају остали жанрови: вест, извештај, колумна, есеј и др. У Европи постоје три категорије: фактографски, аналитички и

белетризовани. У Француској постоје: вест, извештај, обрађене теме, вести из рубрике или са терена, интервју, коментар, анегдотска вест (са ироничном поентом). У коментарима се разликују уводници, цртице и критике.

Постоји седам новинарских жанрова у ужем смислу речи: вест, извештај, коментар, интервју, репортажа, фељтон и чланак.

1.2.1. Интерпретативно-ауторски жанрови

а) Сваки новинарски текст садржи интерпретацију и информацију. Чак и у вести постоји елемент интерпретације. Извештај, чланак, коментар и уводник поготово садрже ове информативне и интерпретативне елементе. Због субјективне, ауторске интерпретације – названи су ауторским жанровима.

Есеј је одређена врста дела у књижевности, филозофији и науци. Први писац есеја је Француз Мишел Монтењ, а после њега су тај термин преузели енглески писци, а најпознатији је Бекон. Писали су о свакодневним појавама из живота. Есеј је био форма испитивања, изношења ставова и врло је прихваћена због отворености према свим темама и због обраде тих тема. Данас постоји есеј као новинарски жанр. Новинари користе особине есеја, али у информативном смислу. Ови есеји су дугачки до три странице. Морају имати актуелну тему, тј. морају бити у складу са медијима. Новинар износи субјективну интерпретацију те теме, и при томе мора бити добро обавештен, требало би да познаје довољан број чињеница; требало би затим да располаже довољним мисаоним капацитетима да би могао вршити селекцију података; и најзад да понуди своју личну интерпретацију са намером да он буде први који на тај начин говори о том догађају. Есејиста је новинар са искуством који познаје интерпретативну вештину. Американци би за есеј рекли да је то жанр мишљења.

Колумна је, етимолошки (лат. *columna*) – стубац у рукописним књигама, када се писало руком, са великим маргинама. Нови новинарски жанр настао је развојем коментара. Информативно-интерпретаторски коментатор покушава да објасни догађај који је релевантан за јавност, те колумниста говори у своје име, желећи да одабрани догађај покаже другачије од јавности. Обично су колумнисти духовити, склони обртању смисла догађаја, и обично је реч о новој теми.

Поводом расправе о колумни вредно је поменути релевантне радове хрватских аутора. Ј. Грбелја и М. Сапунар (1993: 144) овако схватају колумну⁶: „У данашњем новинарству/новинству колумна је полихисторово поље исказивања, сусретања, полемизирања, разилажења; увесељавања, уозбиљавања или кроничарења; упозоравања, додворавања или коментирања; ауторски поглед на свијет у којем живимо“. Из оваквог разумевања колумне излази да је она све што се пише за новине, и све већ како се може писати за новине. То је прешироко узет и дефинисан појам колумне. Описујући намену и одлике појединих новинских родова, ни Бешкер не спомиње колумну (1996: 157), она за аутора остаје у значењу сталне рубрике, док је за Д. Јуку (2007: 98) колумна новински род. Међутим, у књизи *Увод у новинарство* (Маловић 1996: 53–55) истиче колико је важно познавати карактеристике новинских облика јер: „не пише се на исти начин вијест, биљешка, репортажа или коментар“.

С. Липовчан (2006: 36–51) у расправи о облицима новинарскога изражавања спомиње вест, извештај, приказ, расправу, трактат, научно-популарно дело, дијалог, интервју, разговор, панел-расправу, репортажу, осврт/рецензију, коментарисани извештај, коментар, уводник, критику, оглед или есеј, подлистак или фељтон и полемику. Овде нема колумне ни тзв. новинске приче ни као посебног рода, нити као врсте неког од наведених новинских родова. Миховиловић сматра (2007: 107) да је дошло до редукције некадашњих новинских форми и да је данас „најцјењенија новинска врста оно што се у англоамеричком новинском жаргону назива 'scoop'. То није новинска форма него било који материјал који изазове опћу позорност јавности [...] Ти материјали могу по форми бити различити, једном ће то бити сензационална вијест, други пут резултат новинског истраживања, трећи пут интервју“.

Портрет је преузет из сликарства и потиче од француске речи *portrait*. У новинарству постоји као форма прилога, дискурса у ком новинар описује фигуру, а портретисана личност мора бити занимљива за најширу јавност. Новинар је обавезан да презентира информације о тој личности, али се очекује и интерпретација тих података. Физички, унутрашњи, тј. психолошки опис

⁶ Бишкуп (1981: 107) у својој теорији новинских жанрова не спомиње колумну, а ни Пленковић (1987: 54–68) у новинарске родове не убраја колумну, ни као род, ни као рубрику.

личности увек је везан за неког истакнутог појединца, те и овде говоримо о тзв. ауторском жанру.

Фелџтон је стара новинарска форма, а израз је преузет из француске речи *feuilleton* – листић, подлистак. Тај прилог се обично штампа у доњој трећини странице, и то је обично био прилог из књижевности. У том смислу, фелџтон није актуелан, нов, често није ни значајан, али може бити занимљив. Данас се пише као опширан прилог из свих области живота, али теме су обично историјске, или му је предмет излагања живот значајних политичара и уметника. Његова предност је у томе што даје допунску информацију читаоцима о некој теми која је некад била значајна.

Репортажа (фр. *reportage* скупљање вести и обавештавање јавности) јесте одређена својим информативним елементима, стилским потенцијалом, али и количином информација. У репортажи није реч о актуелном, значајном догађају, већ је то опширнија интерпретација и дескрипција неког догађаја, који је важан за неког појединца. Она је нека врста новинарске илустрације онога што може бити значајно за појединца као припадника друштва, а може укључити емоцију и лични доживљај новинара. Она најуспелија – представља уметничку слику живота.

Путопис је настао у књижевности и науци. Имао је свој златни период када је био веома писан у XVIII и XIX веку. Обично је реч о опису путовања по непознатим, далеким пределима и сусрета са људима. Развојем нових медија, међутим, путопис губи на атрактивности, али се ипак не губи сасвим. Данас је то ауторски допринос описивању и сазнавању неке земље и неког предела.

Хумористичко-сатирични облици у новинарству нису чисти новинарски жанрови, али могу бити писани за новине, поготово кад је нека актуелна тема у питању.

хумореска – хумор

сатирична прича – критика

козерија – разговор у интимном тону

афоризам – сажета мисао у једној реченици

анегдота – шаљива прича из живота

1.2.2. Интерпретативно-дијалогски жанрови

Ови жанрови односе се на објављивање и интерпретацију релевантних мишљења појединаца и група људи (чланова власти, партија, научних радника, уметника, естрадних личности итд.).

Интервју је најотворенија новинарска форма, а долази из дијалога између новинара и интервјуисане личности. Његова форма је динамична и непредвидива, и чак има нечег драмског у њему, што је најчешће резултат различитих позиција саговорника. Укупан ефекат највише зависи од припреме новинара и његове способности да води тај разговор. Квалитет, наравно, зависи од интервјуисане личности – од њене способности да на атрактиван начин изложи своја сазнања и ставове. Интервју може да се ради *ad hoc* (без припреме), али по правилу се припрема.

Анкета је форма која је настала у науци. Потиче од француске речи *anquette* – истрага – према томе, примарно је она значила метод истраживања. У новинарству је то једна врста новинарског прилога, слична интервјуу, јер настаје по принципу питање – одговор, али се разликује по томе што има више саговорника. У анкети није циљ шта појединац мисли, него да се покаже разноврсност мишљења јавности. Може имати једно или више питања, и те анкете могу да буду дуге или краће. Питања се постављају случајним саговорницима да би се добио што разноврснији узорак испитаника, а зависно од сврхе анкете – могу се припремити читави упитници. Даље се може вршити анализа, тј. обрада одговора. Анкета као форма има своја ограничења: обично су саговорници просечни људи; а уз то – анкетом се може манипулисати.

Изјава је форма директног говора у новинарству. То је информација која се шаље без посредовања и дораде, и долази директно од извора информације. Изјава је лично мишљење неког појединца, која се објављује у склопу неке друге новинарске форме (извештаја или репортаже), и тада је она у функцији илустрације. Вредност изјаве зависи од личности која је даје, јер се објављује име и презиме личности.

Округли сто је посебан облик интерперсоналне комуникације и дијалогске размене мишљења о унапред одабраним темама. Тај облик се примењује у јавном комуницирању. Реч је о равноправним учесницима и

демократски вођеној комуникацији, и по правилу се позивају најбољи познаваоци одабране теме.

Трибина је стара форма из друштвено-политичког живота. Одликује је непосредна комуникација. За њу се може рећи да је информативна новинска форма.

Полемика – гр. „полемос“, што значи рат, препирка, свађа, вештина препирања – по својој је природи најоштрија размена мишљења о некој теми. Медији врло радо објављују полемике, јер им се тако диже тираж (гледаност, слушаност, читаност). Она увек значи победу једног и пораз другог мишљења, те је важна за учеснике, јер управо они желе да придобију публику. Овде су, разуме се, аргументи пресудни, али неко може и својим темпераментом да надокнади недостатке у аргументацији. Полемика почиње нападом једног полемичара на другог, или на појаву, а наставља се одбраном и противнападом.

Памфлет је форма најжешћег критичког јавног напада, јер се противник излаже дисквалификацији, осуди. Памфлет има елементе дискурса, али је његова специфичност у томе што је беспошtedна критика и осуда, па је често дозвољено вређање противника, цинизам и грдња. Разликују се блажи и оштрији памфлети у зависности од оштрине – први је у границама критике, а други прелази те границе.

1.2.3. Интерпретативно-критички жанрови

Ови текстови углавном за предмет имају научне, стручне написе, књижевна и друга уметничка дела, друштвена збивања, њихови актери итд.

Рецензија је форма која постоји у науци и стваралаштву уопште. То је стручна дескрипција и оцена неког дела – објективна оцена.

Приказ је нешто слободнија форма критичког оцењивања, јер се овде као информација појављује општи утисак о делу.

Критика је информација о делу, али таква да садржи суд о вредности дела.

Друштвена хроника је жанр у коме се обично критикују неке друштвене појаве – неправда, немар и сл. Данас је много теже исправити негативности у друштву само на основу критике, и зато друштвена хроника губи на значају.

Новинска критика је форма информисања о најзначајнијим остварењима у разним облицима стваралаштва. Она садржи информацију о том остварењу – интерпретацију. Разликује се од рецензије и приказа, који су често експертске и стручне оцене, а новинска критика је суд јавности о неком остварењу. Она је важна због две своје димензије: прво је због ширег друштвеног смисла и значаја дела које је оцењивано, а друго је због утицаја на развој стваралаштва у одређеним областима. Ствараоци покушавају да своје стваралаштво доведу до највише друштвене релевантности и онда се тај стандард друштвене важности успоставља тек у пракси друштвеног вредновања, тј. као новинска критика. Предмет новинске критике могу да буду научна дела и сва остварења за која постоји шири друштвени интерес и оцена вредности тих дела.

Новинска критика уметничког дела тиче се романа, изложбе, позоришног комада и сл. Оно што је овде специфично јесте анализа и оцена естетских вредности тог дела. Критичар треба да конкретизује уметничка значења, да опише лепоту коју то дело представља, али треба да изрази значење и оцени вредност са становишта актуелног тренутка, тј. са становишта емотивних могућности и потреба човека. У том смислу, критичар треба да кореспондира са делом и са публиком. Исто тако, треба да оцени вредност егзистенције савременог човека, а посебно естетску димензију те егзистенције.

1.2.4. Еволуција новинских жанрова

Промене у новинарству и у врстама дела стална су и неминовна појава. Жанрови се мењају, једни се губе, настају нови, на основу појачавања вредности елемената, као што су информативност, критичност, креативност и оригиналност. Други аспект развоја огледа се у томе, што они жанрови који се преузимају из књижевности, науке, филозофије, обично се претварају у новинарске жанрове. Есеј је овде најбољи пример, као и путопис, тако да се може очекивати у еволуцији све већа спецификација новинарских елемената управо у мешовитим жанровима, да би се добили што чистији новинарски текстови.

1.2.5. Сродности и разлике новинарских и књижевних жанрова

Новинарски и књижевни жанрови имају заједнички предмет – људску егзистенцију. Они представљају важну област новинарског умећа. И једни и други се стварају на основу значења – артикулацијом значења. Представљају израз човека и његове креативности, тј. способности да гледа свет око себе, да га перципира, да га учини релевантним за човека. Разлика је у томе што су књижевна дела уметничка дела, тј. остварења која о стварности говоре на уметнички начин – изражавају естетику и етику људског постојања. Новинарско дело треба да информише о стварности и да је интерпретира на друштвено релевантан начин. Уметник може да измисли стварност, док је новинар обавезан да је само опише.

1.5. ТЕМА И ПРЕДМЕТ ИСТРАЖИВАЊА

1. У прегледу досадашњих истраживања сусрели смо се са великим бројем схватања и категоријалних појмова. Ово поглавље замислили смо као сопствени водич кроз свет новинарских врста, дакле као кратак приказ врста, њиховог садржаја и специфичних структурних својстава. Но пре свега ваља рећи да научне области које обухвата тема наше докторске дисертације јесу лингвистика и стилистика текста, функционална, општа, дескриптивна и нормативна стилистика, те новинарство, медиологија, жанристика и вербатологија. Њен предметни опсег обухвата следећа тематска поглавља: 1. УВОД, 2. НОВИНАРСКЕ ФОРМЕ У ТЕОРИЈИ И НАСТАВНОЈ ПРАКСИ, 3. ПРЕГЛЕД НОВИНАРСКИХ ВРСТА – 3.1. ПРАВИ НОВИНСКИ ТЕКСТОВИ, 3.2. ПОСЕБНИ НОВИНАРСКИ ОБЛИЦИ, 3.3. ПРЕЛАЗНЕ НОВИНАРСКО-КЊИЖЕВНЕ ВРСТЕ, 3.4. МЕШОВИТЕ НОВИНАРСКЕ ВРСТЕ, 3.5. МАРКЕТИНШКЕ НОВИНСКЕ ФОРМЕ, 3.6. ПЕРИФЕРНЕ НОВИНСКЕ ФОРМЕ, 3.7. ИНТЕРНЕТ НОВИНАРСТВО, 4. ОПШТИ ЗАКЉУЧАК, 5. ЛИТЕРАТУРА.

2. У прегледу новинских врста поћи ћемо од општих и језичко-стилских особина текста, па ћемо за основу класификације узети разлику између правих и осталих новинских текстова. Кренућемо, према томе, од штампе као кључног појма, а завршити са тзв. интернет новинарством. Изостала је класификација и интерпретација која би била функционално стилистичка, и која би за услов имала нпр. дистинкцију 'озбиљног' и 'забавног', одн. ревијалног новинарства,

итд. То је широка област која захтева нешто друкчију истраживачку методологију и обраду грађе, а није честито ни начета.

1. Прави новински текстови

Вест је основни облик новинарског рада – због вести је настало и због ње живи новинарство: она је главно оправдање постојања штампе, радија, телевизије и агенција. За Вл. Јисла (1971: 37), Д. Славковића (1975: 133), Рус-Мола (2005: 27–28) и многе друге медиологе – вест је основни новинарски жанр. Постоји више различитих дефиниција вести, али се оне, углавном, све свODE на следећу: *вест је такав облик новинарског изражавања преко којег се јавност, у најкраћим цртама, упознаје са неком чињеницом из живота* (исп.: Славковић 1975: 134; Рајнвајн 1988: 33; Бјелица 1983: 15; Животић 1993: 21; Коњик 2006: 33; Тошовић 2002: 245–246).

Извештај је – по мишљењу Р. Животића (1993: 49) – типично информативни новинарски жанр, а по Д. Славковићу (1975: 167), има врло много сличности са вешћу. Вл. Јисл (1971: 21–23) и М. С. Черпахов (1971: 33), међутим, сматрају да особеност извештаја произлази директно из његове тематике: свет извештаја су значајни политички и јавни догађаји; у извештају се првенствено ради о мислима људи који су ту учествовали, о тумачењу онога што су рекли.

Коментар се у књижевној и научној прози (РКТ 1992: s. v.) још код античких грчких и римских писаца сматрају „успомене као основни материјал за доцније писање историје [...] Као такви, коментари су постали школски узор лат. прозе, и један од основних школских текстова у хуманистичком образовању. У филозофском смислу коментар означава стручне белешке уз старе и сувремене текстове“. У новинарству се слабо прави разлика између коментара и њему сродних форми: белешка, осврт, чланак, друштвена хроника или рецензија и др. Зато ћемо и ми све ове форме подвести под заједнички појам коментара.

Чланком се сматра краћи напис у различитим областима писменог изражавања. У ‘Речнику књижевних термина’ (РКТ 1992: s. v.) стоји да је то: „Невелик састав у прози који својим садржајем чини целину, а објављује се у дневним, недељним и периодичним новинама, књижевним и научно-стручним

часописима, зборницима итд.“ Чланак је облик новинарског изражавања у коме се, свестраном анализом чињеница, објашњава нека актуелна појава или догађај, при чему се користе научни докази да би се указало на природу појаве и последице које може имати по заједницу.

Белешка је „врста краћег написа којим се саопштавају неки резултати научног истраживања или неке новости из света науке и књижевности. Од свих написа које убрајамо у тзв. научну прозу белешка је по обиму најужа и има за циљ пре свега информацију о некој новини“ (РКТ 1992: s. v.). У новинарству је то, како се најчешће сматра, краћи коментар, односно коментар са мањим претензијама и о мање значајној друштвеној теми – обрађује само једно питање и објашњава или тумачи само то питање. Стручњаци у томе уочавају основну разлику између коментара и белешке.

Репортажу теоретичари књижевности сврставају у граничне књижевне врсте које су заједничке поетској речи и новинарству. Ми ипак не сматрамо да је репортажа изједначива са приповедним формама уметничке прозе, и то из два разлога. Прво, репортажа се одликује духовитошћу и свежином израза, али ретко прелази у сферу уметнички дубоког сликања. И друго, репортажа по правилу за предмет има реалне догађаје и личности, и само се изузетно уздиже до уметничке фикције. Репортажа се у теорији новинарства сматра једним од највиших облика новинског текста.

2. Посебни новинарски облици

Теоретичари новинарства у посебну групу издвајају текстове који се тичу дијалошких и полилошких говорних догађаја. Углавном се овде помињу интервју, округли сто, конференција за штампу и изјава за медије. У класификацији Р. Животића (1979) округли сто и конференција за штампу наведени су као типични ТВ жанрови. У разматрања која се тичу округлог стола и конференције за штампу спадају и корисна запажања о монологу и дијалогу (1979: 237–238), која су на трагу опсежније анализе Д. Станојевића (2004). Питање дијалошких форми у новинарству ми смо обрадили из аспекта дијалога уопште (у медијима), али смо пазили на то да наша истраживачка усмереност не буде реторичка, што би стилистичка разматрања учинило маргиналним.

Теоретичари књижевности (РКТ 1992: 291–292) о *интервјуу* говоре као о врсти тзв. документарне књижевности, која је „одраз у великој мери нараслог значаја специфичне функције и тенденције савремених медија“. У Речнику САНУ (1971: 784) ‘интервју’ се дефинише као: „(енгл. interview) разговор новинара с друштвеним, политичким, културним или каквим другим јавним радником (најчешће о актуелним и важним питањима) намењен објављивању у штампи, на радију, телевизији или др.; чланак о таквом разговору“. Интервју се међутим среће и у науци као средство за прикупљање научних података. Према томе, примарно значење термина тиче се самог разговора, овде у сврху припреме грађе за новински или научни итд. текст. А тек секундарно и на сам тако сачињен текст. У теорији новинарства о интервјуу се могу наћи различита схватања, о којима ће подробније бити речи у поглављу посвећеном овој теми.

У речнику књижевног језика (РМС 1967–1976) *изјава* се дефинише као: „1. усмено или писмено изношење, читавање [...] 2. Саопштење [...]“. Речник лингвистичких термина (Симеон 1969) садржи следећу дефиницију изјаве: „исказ, навод, извјешће, приказ; изјавна реченица; реченица (комуникативна, исказ) на коју се као реакција показују неки знакови пажње [...]“. Нигде се у цитираним дефиницијама не помиње изјава за новине и јавност уопште. А изјава је један од облика новинарског изражавања, често веома погодан да би се нешто ново рекло, објавило, саопштило, ближе објаснило или протумачило, покренула акција, осудио неко или нешто или оправдао нечији потез. Ми се овом питању, на одговарајућим примерима – нешто детаљније посвећујемо у истоименом поглављу.

Д. Ђурић (2003) конференцију за штампу дефинише двома одредницама, *Конференција за новинаре* (194) и *Прес конференција* (307). Ове одреднице говоре о истој новинарској форми. У обема се помиње и термин *конференција за штампу*, за који се каже да је заменио термин *прес конференција*, да би се у новије време раширио термин *конференција за новинаре*. У обема дефиницијама (које су заправо две верзије једне дефиниције) стоји да конференцију за штампу сазива функционер или институција поводом нових догађаја, мера и акција „из појединих делокруга јавних институција [...]“. Ради се, заправо, о званичном облику информисања који нека институција може примењивати и периодично, без изразитог повода. О томе ће нам посведочити анализа примера у одговарајућем поглављу.

Округли сто по правилу сазивају листови и часописи да би објавили – најчешће ауторизовани – извештај о разговору, сажет или у целини, у једном броју или у наставцима. На радију и телевизији ‘округли сто’ емитује се уживо или као снимак. Ђурић (1997: 499) округли сто дефинише као „разговор стручњака о једној теми коју треба продубљено осветлити. Ми смо округли сто схватили као неку врсту интервјуа или конференције за штампу, стога што он има елементе и једног и другог, али и нечег само себи својственог.

Анкета је „скуп изјава (мишљења, ставова, гледања) више људи само о једном актуелном питању из било које области друштвеног живота. Према Вл. Лислу, „анкета, у ствари, није ништа друго до збир паралелних интервјуа с више лица, у једном великом, опсежном интервјуу, иако се разговори воде самостално и одвојено“ (1971: 31–32). Р. Животић је мишљења да анкета има статус самосталног жанра. Анкету смо објаснили као скуп мишљења више људи различитих категорија о једном проблему, мада се до тог мишљења може доћи одговорима не само на једно већ и на више питања.

3. Прелазне новинарско-књижевне врсте

Кратка прича (РКТ 1992: 403) представља „сасвим одређен жанр, којег осим краткоће карактеришу још неке компоненте, а прије свега добро организована радња, усмјерена ка одређеном циљу, који је готово неумитан. Могући су обрти који, непредвиђени у условима свакодневног живота, дјелују неочекивано и снажно, те тако у минималном простору остављају максималан утисак. Идеална структура к. п. одликује се јединством радње, тона, расположења и утисака, а дуга је управо толико да се може прочитати у једном даху. Њен језик је по правилу једноставан и сугестиван, без маниризма, кићености и високе стилске орнаментике“. Кратка прича, по истом извору, донекле подсећа на новелу, али и на фељтон, али се од њих одликује – како ће и анализа наших примера показати – „новим начином приказивања човјека у његовој конфронтацији са стресовима савремене техничке епохе“.

Фичер или *цртица* – јесте облик новинарског изражавања који се, по правилу, допада читаоцима, слушаоцима или гледаоцима, јер је лако, пријатно штиво, неоптерећено бројкама и подацима, детаљ из живота. „Цртица је донекле мала репортажа“ – истиче Ж. Митровић (1960: 81). Цртица и репортажа су врло

блиски родови, и по начину прилаза, и по начину обраде. То су једини облици новинарског изражавања око којих се Теоретичари често колебају: новинарство или литература. Ми ћемо у истраживању овог медиолошког облика доћи до уверења да је реч не о уметничкој, већ о новинској форми.

Портрет је мешовита форма која се развила у готово самостални жанр. Њена успешност повезана је са чињеницом да се у свету медија готово све окреће око људи и њихових личности. Реч је обично, како наши примери потврђују – о врсти репортаже која говори о некој личности у жижи интересовања јавности, која је значајна у науци, уметности, спорту, политици или некој другој сфери човековог интересовања.

Роман у листу, није, наравно, новинарска категорија; него припада – литератури, додуше лакшој, забавног карактера. За разлику од првих штампаних романа у наставцима, који су били објављивани на месту за фељтон, испод црте, па и носили назив *роман-фељтон*, данашњи романи у наставцима се објављују преко целе стране. Циљ је његов, недвосмислено потврђује наша грађа – углавном да разоноди читаоце.

Фељтон не спада у чисте новинарске облике, али се већ поодавно одомаћио у многим нашим листовима, па се повремено може чути и на радију. Ф. Врег (1964: 193) сматра да је „фељтон публицистичка проза објављена испод линије“. У фељтонске прилоге се убрајају литерарне врсте, прилози из разних подручја уметности и фељтонистички облици научно-популарне литературе. Утврдили смо да им је тематика веома разнолика: доминирају политичке, економске, социјалне, литерарне и историјске, али и теме из свих области живота и људске активности. Као такав, фељтон није типичан облик новинарског текста, и то не само зато што га најчешће пишу људи изван редакције (писци, историчари), већ више стога што нема наглашене журналистичке елементе.

Козерија (фр. *causerie* ‘разговор, ћаскање’) у РКТ (1992: s. v.) дефинисана је на следећи начин: „Кратак књижевни прозни састав (понекад и у стиховима), обично новински есеј или фељтон у слободном, лежерном тону и језику, у коме се на занимљив и забаван, духовит, често и хумором проткан начин говори о разним актуелним збивањима, појавама и личностима“. По дефиницији, дакле, козерија је варијанта фељтона са есејистичким примесама у стилу, а анализа

грађе утврдиће нас у уверењу да је духовитост израза приближава шаљивој причи, пре свега.

Сатира је (РКТ s. v.) – „књижевно дјело у којем је на подругљив и духовит начин изражена оштра осуда једног друштва или људских мана. Њен основни циљ је да укаже на друштвене или моралне слабости, пороке и злоће, да их извргне руглу и подсмјеху и да на тај начин допринесе њиховом отклањању [...] Данас под сатиром не подразумевамо неки формално посебан књижевни жанр колико специфично изражен пишчев став према приказаној стварности, посебан тон његовог казивања и нарочит начин изградње лика у његовом дјелу. Због тога с. може означавати различите врсте књижевних дјела, без обзира да ли су писана у стиху или прози [...]“. У новинарству се сатира, с обзиром на однос према суседним жанровским формама, може сматрати варијантом козерије са оштрије израженим критичким ставом према стварности коју приказује. Сатирични тон данас преовлађује једино у разрачунавањима међу политички или како друкчије супротстављеним друштвеним групама (нпр. политички супротстављеним партијама, присталицама различитих идеолошких, верских, каткада и научних и уметничких струјања), и карактеристичан је за разне врсте памфлета, критичких осврта, полемичких написа итд. Ми ћемо анализирати два примера из нешто даље прошлости, када су политичке страсти биле израженије него данас, а притисак цензуре много већи – па ипак су се неки ставови, и најоштријим пером исписани, појављивали у штампи.

Појава и развој *штампе за децу* у тесној је вези са појавом литературе за децу као самосталног вида књижевности. И једно и друго је у књижевности и периодици појава новијег датума. Дечја периодика је била „главно жариште и медиј који писану реч чини широко приступачном, не само школским колективима и ђацима, као организованог читалачкој групацији, већ младима уопште на различитим ступњевима узраста“ (Петровић 2001: 128). У томе је највећи значај штампе за децу, што је афирмисала дечју књижевност, створила дете-читаоца и допринела да се ова литература осамостали у посебан књижевни вид.

Новинска књижевна критика је, по спољашњој форми, део новинарства, а по суштини она је део књижевности. Функционална је и сврсисходна кад достигне виши интелектуални ниво, а у пракси то је најчешће текућа критика, или критика ‘из дана у дан’. Иако не ретко омаловажавана, дала је значајан

допринос развоју сложеније књижевне критике, која често прераста у есејистику. И управо посебно место и у књижевном стваралаштву и у критици – има књижевност за децу. О данашњој књижевној критици М. Недић каже да је „веома аналитична, ерудитска, методолошки и поетички разноврсна, теоријски утемељена, често у томе и доста помодна, али и субјективна, импресионистичка, генерацијска, и медијски, чак и страначки функционализована“ (www.politika.rs).

Карикатура је општи уметнички и стилистички појам, а најпознатија је у ликовној уметности. Према дефиницији у ‘Речнику књижевних термина’ (1992: 338–339), то је „начин представљања, у књижевности, и нарочито у ликовној уметности, особа, догађаја и појава, при којем се – издвајањем неке карактеристичне, спољашње или унутрашње црте и својства и њеним намерним наглашавањем, појачавањем и преувеличавањем – производи комичан утисак и ефекат”. Р. Животић (1993: 117), Н. Г. Богданов и Б. А. Вјаземском (1973: 46–47), као и Пјер Крижанић (1951) имају значајна и за истраживање подстицајна тумачења карикатуре.

4. Мешовите новинарске врсте

Дописи читалаца и сл. популаризацијске форме вероватно се помно прате у свакој редакцији, и утичу на смер њиховог деловања. Реаговања се каткада објављују у новинама и штампају се у посебним рубрикама (‘Наша пошта’, ‘Дописи читалаца’, ‘Међу нама’ или сл.), али у другим медијима се презентују на друге начине. Језик и стил тих прилога није могуће сврстати у јединствену категорију јер потичу из најразличитијих средина, од људи неједнаког образовања и склоности према писању или усменом изразу.

Некролог је посебна врста портрета – он пружа могућност да се сведе биланс читавог једног живота и чак читавог раздобља. Мало где се испољава толико неукуса и испада као у некролозима. У новинама, домаћим и страним, некролог се објављује под називом *In memoriam*. Заправо, то је информативни прилог о умрлом и мора бити дневно актуелан. Аутори овог жанра не морају бити новинари већ добри познаваоци живота и дела умрлог, обично из исте професије. Некролог и новински прилог *In memoriam* јесу исто у погледу циља и садржине.

У дисертацији смо покушали одговорити и на питање које још форме, сем некролога, могу спадати у категорију сталешких вести.

5. Маркетиншко новинарство – огласи и рекламе

„Маркетинг” – мисли Ф. Џефкинс (2003: 6–7) – “није само дистрибуисање робе од произвођача до крајњег корисника. Он обухвата све фазе од стварања производа до постпродајних активности. Једна од њих је и оглашавање“. *Оглашавање* је делатност чија се историја, типологија и класификација може посматрати из више углова и на више начина. Има више класификација и дефиниција реклама и огласа, и ми ћемо настојати да у одговарајућем одељку принципе и категорије тих класификација не само представимо, него и да њихову верификаторску снагу проверимо на пробраним примерима. На овоме месту напоменућемо да је граница између реклама и огласа начелно јасна, али практично често неухватљива. Ми ћемо поћи од факта да је реклама по природи ствари праћена сликовним додацима, док је оглас у начелу најчешће вербална структура без ликовне пратње.

6. Периферне новинарске форме

У периферне новинарске форме уврстили смо *стрип* и *енигматику*. Тешко је дати интегралну дефиницију стрипа. То сведочи о комплексности његове појаве. Овоме у прилог иду и речи Васе Павковића у књизи *Слатки стрип* (2001): „Енциклопедије и речници, али што је још чудније и теоретске књиге које се баве овим појмом, углавном избегавају кратко и јасно дефинисање“. Наши енигматичари могу се похвалити великим успехом и иновативношћу. Захваљујући проучаваоцима попут Владете Тривунца, Мирослава Лазаревића, Јована Недића, Јована Живковића и других, добијамо значајан увид у област српске енигматике и њеног стваралаштва. Њихови радови нам омогућавају да видимо разноврсност енигматских облика и проучимо њихова основна правила како за решавање, тако и за стварање, а осим тога, дају нам и увид у неке занимљиве анализе које се тичу пре свега употребе српског језика у овој области.

7. Интернет новинарство

Интернет новинарство свакако пружа више могућности, почевши од прикупљања информација, преко њиховог обликовања до самог излажења текста. У данашње време, у електронском издаваштву, чланак и реклама су јасније, али не потпуно одвојени захваљујући хиперлинковима. Неретко се дешава да је исти новинар аутор и самог новинског и рекламног текста, тако да је њему самом веома тешко да повуче јасну границу између рекламе и вести, зато што и сама реклама има све одлике вести. За то је потребан веома висок ступањ професионалности и стална свест о томе о чему се говори у чланку и шта је потребно пренети читаоцима.

1.6. ТЕОРИЈСКА ПОСТАВКА, МЕТОДЕ, ЦИЉ И РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

1. Циљ нам је да у докторској дисертацији – анализом адекватних и бројем довољних примера – покажемо да у суштини, информативни, аналитички, сатирички, полемички, дискусионни, књижевноуметнички или какав други публицистички жанр – поред ‘занатских’ захтева које мора испунити у погледу информативности, актуелности, друштвеног значаја и сл., – има своје језичке и стилске особености.

1.1. Представу о новинарском стилу не можемо стећи на основу неке готове теорије, или позајмити из теорије књижевности, већ на основу грађе из написа новинара, на основу неких конвенција које владају у стилу једног новинара, или групе новинара, или новинара уопште у одређеном раздобљу и у одређеном медију (штампа, радио, телевизија). Смисао проучавања новинарских порука огледа се у првом реду у њиховом описивању и сређивању језичких средстава с обзиром на њихову информативну, едукативну и рекреативну функцију, и с обзиром на њихов значај у друштву. „Читава привредна и духовна активност једног колектива” – мислимо (Симић–Јовановић 2002: 80) – „нпр. једног народа – у крајњој линији су део јавности, образују јавно мњење, управљају њиме и усмеравају његов развој“.

1.2. Као посебан вербатолошки систем – новинарски стил прилагођава се потребама јавног информисања: избором предметности и избором знакова за

приказивање изабране тематике. Као део стваралачке праксе – остварује значајну језичку и стилску ширину, покривајући целокупан опсег савременог живота и задовољавајући интересовања широког круга читалаца. Као најчешћа лектира масовног читаоца – утиче на промену става корисника или на утврђивање постојећег. Као самостална језичка и стилска категорија – новинарски стил утиче на општу писменост, језичку културу и укљученост у систем информисања.

2. Ми смо у овој студији лингвистичким и стилистичким, ближе речено: вербатолошким, социолошким и медиолошким методом, обрадили различите форме новинског дискурса као прилог проучавању тзв. новинарске стилистике, али и жанристике и медиологије уопште. При томе смо за полазиште узели стање у истраживачком процесу и настави новинарства на Филолошком факултету у Београду, и покушали да проширимо та истраживања увођењем нове тематике, и по могућности да помогнемо у теоријском прецизирању појма 'жанр', посебно новинарског. За филолошке студије начелно је важна (и корисна) и информација о новинским родовима и врстама. У првоме делу свога истраживања сажећемо различита схватања и у ствари пропуштена кроз сопствене ставове о језику и стилу стечене на студијама и у пракси. Било је дакле важно потрудити се да се добије релативно кохерентан низ тематских партија, као и једнозначно протумачена теоријска грађа за потребе аналитичког приступа материјалу, а и у настави новинарства у оквиру филолошких студија и у средњој школи. Иако је пажње вредан велики број монографија о новинарству уопште, те и један број студија о новинским облицима, – може се приметити да су та истраживања доминатно нелингвистичка (онда када су интегрална), већина их је социолошко-културолошке оријентације, а немали број је просто дезактуелизован. Анализа различитих новинских текстова показала је да новинарство није уметност, а није ни занат. Новинарство је друштвена делатност слична политици (из чијег је крила поникла), затим просвети, науци итд. Ту наравно спада и уметност, чија искуства, као и искуства других поменутих активности, бивају уграђивана у новински текст. Све то намеће комплексан научноистраживачки приступ овој материји – који смо ми назвали лингвистичким и стилистичким, а који ипак није само то, већ укључује и социолошка, општа вербатолошка и друга методолошка средства анализе и интерпретације.

а) Такође, нашој се истраживачкој пажњи наметнуло уверење да новинарство доживљава успон и да се осамостаљује у делатност посебне врсте. Такав закључак сугерирају и компетентне речи М. Бандића о новинарству у *Речнику књижевних термина*. (РКТ 1992: s. v.) По њему, новинарство се колеба између службе властима и слободе сагледавања друштвених појава, сензационализма и високих естетских идеалима свога доба, вулгарног израза улице и језичког стваралаштва највишег ранга итд. Зато се новинарство не може поставити у једну раван, нити дефинисати у једнозначним појмовима и терминима. Мислимо да се новинарству са истим правом као и све остало – мора порећи некаква ‘интердисциплинарност’, пре свега услед семантичке испражњености израза који се често среће у различитим друштвеним истраживањима.

б) Ова дисертација требало би не само да представља допуњена досадашња истраживања о новинским формама, већ, пре свега, да понуди нову анализу досад научно неразматраних облика – јер поред расправе о уобичајеним проблемима жанрова (који су обрађени у првом делу дисертације), садржи поглавља чији је предмет у науци о језику и стилу новинских жанрова сасвим нов.

в) Прикупљање грађе за анализу текстова проведено је на два начина – један је путем електронских издања новинских текстова, и он је доминантан, а други је везан за мануелни поступак преписивања новинских прилога. Грађа је анализирана најчешће из нашег најелитнијег дневног листа *Политике*, али и из *Вечерњих новости*, и других специјализованих листова – а углавном у периоду од 1999. до 2018. године (за неке новинске форме обратили смо се и старијим бројевима *Политике*, оним после педесетих година 20. века). Наша претходна истраживања биле су нам од користи за даљи увид у природу новинског текста, јер смо на тај начин унапредили методологију прикупљања и анализе текстова.

3. Промена животног темпа савременог човека променила је очекивања читалаца. Медији морају брзо и ефикасно да пренесу информацију, а она мора бити ослобођена свих детаља који нису неопходни за њено разумевање. У том смислу, појава интернета је својеврсна револуција у информисању. Та врста „убрзања“ је довела у питање и сам смисао постојања новина као медија, а посебно потребу за аналитичким (и белетристичким) жанровима. Они су се одржали, иако су се са првих страна „повукли“ у унутрашњост новина или у

забавно-ревијалну штампу, али су се и прилагодили новонасталој ситуацији. Новинске странице све су усредсређеније на вест у најелементарнијем смислу.

Уз то, списак литературе на крају нашег рада унеколико указује – и по себи – на теоријску постављеност наше теме и истраживачку интерпретативност (те и аргументативност) у сусрету са предметом истраживања ове проблематике. Квантитативно доминирају радови из теорије новинарства, исп.: Бандић 1992, Берг 2007, Бјелица 1983, Бјелица и Јевтовић 2006, Бојд 2002, Бретон 2000, Бригс 2006, Валић-Недељковић 2002, Васић 1995, Ворен 1970, Врачар 1974, Vreg, F. (1964), Grbelja i Sapunar 1993, Давичо 1956, Даглас и Ијтул 2001, Дебре 2000 и др.⁷; а остатак теоријске основе релативно је равномерно распоређен на дисциплине које се мање или више методолошки и тематски додирују са новинарством. Исп.:

(а) Поетска стилистика и књижевна теорија: Вагић 2012, Велек и Ворен 1985, Грицкат 1967, Живковић 1963, Јакобсон 1966, Јовановић 2005, Јовановић 2006, Јовановић 2007, Јовановић 2009, Ковачевић 1991 и др.⁸;

⁷ Delić 1986, Драгинчић-Зупан 1986, Dulibić 2009, Ђорђевић 1974, Ђурић 1983, Ђуричић 1990, Дејл 2007, Животић 1979, Животић 1981, Животић 1988, Животић 1993, Ивков 1995, Итјул и Андерсон 2001, Јанковић 2006, Јисл 1971, Јевтовић и др. 2014, Јовановић 2010, Јовановић–Лазаревић 2005, Карвашова 1969, Келнер 2004, Кнежевић 1980, Коадик 2005, Ковач и Розенстил 2006, Кон 2001, Корни 1999, Криžанић 1951, Куртић 2005, Лазаревић 1999, Лукач 1998, Лекић 2008, Максимовић 2010, Маловић 1996, Маловић 2005, Манович 2001, Марко 1972, Miladinović 2013, Милановић 2000, Милановић 2002, Милановић 2005, Милановић 2006, Милојевић 2004, Монков 1973, Najhold 2013, Недељковић 1985, Новосел и др. 2006, Нордфорс 2010, Обрадовић 1958, Ogilvy 1985, Павић и Товирац 2008, Павковић 2001, Пауновић 2003, Peddick and King 2001, Петковић 2005, Прокорљевић 2013, Рајнвајн – Младенов 1980, Рајнвајн 1988, Ракита 2003, Robert 2004, Рош 2001, Рус-Мол 2005, Славковић 1973, Станојевић 2004, Станојевић 2010, Stanojević 2014, Стевановић 1969, Тајлер – Даглас 2004, Татаренко 2009, Тодоровић 1965, Тодоровић 1998, Тодоровић 2002, Томић 2004, Тривунац 1998, Тривунац 2006, Тривунац 2008, Тривунац 2009, Туцаков 2000, Ћириловић 1998, Финци 1956, Чакар 1990, Чичовачки 2002, Цефкинс 2003, Шипка 2004.

⁸ Ковачевић 2000, Ковачевић 2012, Милисавац 1965, Младенов 1974, Силић 1967, Симић 2000, Симић 2001, Симић и Јовановић 2015, Скерлић 1925, Скерлић 1967, Solar 1991, Teofilović 1998, Хаузер 1966, Христић 1968.

(б) функционална стилистика: Вујевић 2008, Јовановић и Симић 2004, Коњик 2006, Милановић 1998, Младенов 1980 и др.⁹;

(в) лингвистика и семилогија комуникације: Бишкуп 1981, Вучинић 2015, Еко 1973, Ивановић 2006, Јевремовић 2001, Коделупи 1995, Маричић 2002, Морис 1975 и др.¹⁰;

(г) теорија функционалне писмености: Вранеш 2006, Грицкат 1966, Еко 2000, Клеут 2008 и др.¹¹;

(д) теорија текста: Arnheim 1988, Валгина 2003, Гловацки-Бернарди 1991, Гловацки-Бернарди 2004, Јовановић и Симић 2009, Јовановић и Симић 2015;

(ђ) теорија прозе: Абот 2009, Бахтин 1980, Бахтин 1989;

(е) лингвистика исказа и надисказних структура: Ахманова 1966, Белић 2000, Гортан-Премк 2004, Катнић-Бакаршић 1999, Кликовац 2010, Ковачевић 1995, Ковачевић 2009, Кожина 1993, Радовановић 1990, Радовановић 1997, Ратмаир 1991, Рашовић 1989, Стевановић 1991.

Јасно се намеће закључак да је задатак нашег истраживања у овој дисертацији поглавито био изместити тежиште интерпретација из добро развијених нелингвистичких и нестилистичких истраживања на терен лингвистике, вербатологије, жанристике – једном речи, медиологије у правом смислу речи. У томе налазимо методолошку новину када је реч о истраживању новинских форми, а у резултатима тога истраживања видимо могућност даљег проучавања новинских форми – како засебно узетих, тако и системски.

⁹ Младенов 1987, Петровић 1989, Русимовић–Миленковић 2012, Силић 2006, Симић и Јовановић 2002, Тошовић 2002, Шкиљан 1989.

¹⁰ Остин 1994, Павловић 2004, Рот 2004, Собел 1981, Stojković 2002, Томић 2003, Фром 1986, Хабермас 1969, Чејни 2003, Џоунс 2001.

¹¹ Кукинг 2003, Марковић 1981, Ораић Толић 1990, Стефановић 1976, Столац 1991.

2. НОВИНАРСКЕ ФОРМЕ У ТЕОРИЈИ И НАСТАВНОЈ ПРАКСИ

2.1. ПРЕТХОДНА РАЗМАТРАЊА – О МЕТОДОЛОШКО-ТЕОРИЈСКИМ АСПЕКТИМА ПРОУЧАВАЊА НОВИНСКИХ ФОРМИ

1. Новинарство – како рекосмо горе – окарактерисано је као *умеће* (исп. о томе више у: Јовановић 2010). Значи, није новинарство уметност, а није ни занат. Новинарство је друштвена делатност слична политици (из чијег је крила поникла), затим просвети, науци итд. Ту наравно спада и уметност, чија искуства, као и искуства других поменутих активности, бивају уграђивана у новински текст. У новинама се сусрећемо са писаном и, по правилу, писменом формом текста. То може бити директан сусрет са језичком културом, а у сваком случају са једним њеним аспектом – а то је језичка норма. Гледано семантички, сваки текст, те и новински, изграђује свој смисао тако што се партикуларни значењски сегменти компонују у јединствену глобалну структуру. Обично је та структура најављена експлицитно већ насловом ако је он информативне природе, или пак алузијама и асоцијацијама ако је наслов експресивне или фигуративне природе. Како ће садржај текста или његова порука бити примљени код ученика и студената – сигурно да у великој мери зависи од бројних интелектуалних, образовних, социјалних и других карактеристика личности самих реципијената. Кључ за отварање простора новинарског умећа, а пре свега упутство шта може учинити наставник или професор да би новинску поруку учинио пријемчивијом – главна је претпоставка овога одељка наше дисертације.

а) Коадик (2005) истиче да се четири научне дисциплине и четири практичне делатности: библиотекарство, музеологија, документаристика и новинарство – баве изучавањем информације. За Умберта Ека (1973) информација је једна активна количина, она је нешто што се додаје ономе што већ знамо и што нам се приказује као оригинална тековина. Т. Ђорђевић (1974) под појмом информације подразумева пре свега новинску, и разуме је као мисаони садржај изражен у форми интерпретације или објашњења чињеница, и њена је основна функција пружање нових сазнања о свету који нас окружује. Једно излази из оваквих интерпретација – новост чини срж информације.

Новинска информација, међутим, има и један културолошко-психолошки спецификум – она мора бити актуелна и занимљива за масовног реципијента.

б) Социологија, комуникологија и лингвистика комуникације, те посебно теорија новинарства, тј. журналистика, на крају и етика и естетика комуникације, – феномен комуникације осветљавају поглавито кроз семиолошку призму. Теоретичари журналистике, као Д. Славковић (1975) и Ј. Јовановић (2010)¹², на пример – новинарство сматрају једним од средстава за ‘масовно комуницирање’. Масовно комуницирање они дефинишу као процес размене информација у коме постоји механизам преношења порука изражених, пре свега, речима и сликом.

2. Ми овде полазимо од тезе да новинска комуникација означава чин слања информације од њеног ствараоца и ирадијатора до примаоца, али ће се питање комуникације најављеном темом нужно ограничити на перспективу жанровске диференцијације новинског дискурса, и на њену употребу у настави језика и књижевности, тј. употребну вредност са методичког становишта.

а) Први, и основни, комуниколошки смер објашњив је новинским текстом као инспиратором: посредством текста читалац прима информацију о одређеном саопштењу, и тако задовољава своју потребу за обавештеношћу, а истовремено на свој начин реагује на поруку. Други комуниколошки смер, тј. реакција читалаца или тзв. фидбек – аутор овом приликом у разматрању заобилази. Медијски комуникативни процеси нису само интерактивна појава између два или више субјеката, или две или више група субјеката, већ њихов сплет ствара услове за формирање, развој и стабилизацију тзв. ‘јавног мњења’: културне атмосфере датог колектива¹³.

¹² Јовановић у својој књизи о новинарству има поглавље посвећено новинској информацији и средствима масовног комуницирања (2010: 42–52). Тамо се даје преглед изабраних мишљења, углавном лингвистичке оријентације – о феномену мас-медија.

¹³ Управо Ф. Врег (Vreg 1973) истиче да је процес комуницирања међу људима елементарни људски посредник у процесу друштвене размене мисли и ставова. На истој теоријској линији стоји и Ј. Хабермас (Habermas 1969) који јавно мњење схвата као систем културно наследних и језички организованих резерви значењских модела који репрезентују мишљење колектива. А круг теоријских истомишљеника о јавном мњењу проширују и Р. Симић и Ј. Јовановић у својој књизи *Основи теорије функционалних стилова* (2002).

б) Један од изразитих медијатора јавног мњења јесте управо новинарство, јер је оно у савременом друштву толико нарасло да је постало најважнија област интелектуалног општења међу људима. На радију и телевизији, у електронској пошти, интернету итд. – овај вид друштвеног живота далеко је превазишао књигу и остале облике јавне вербалне делатности уопште. Главна функција новинарства – према ставу изнесеном у 'Лексикону новинарства' (1979) – састоји се у обавештавању јавности о свим битним чињеницама стварности неопходним за упознавање света у коме живимо, и без чега се људско понашање не може ефикасно остваривати.

3. У филолошком приступу новинском медију готово је немогуће избећи текстолошки приступ, јер је, по природи ствари, текст писмени производ стваралачког чина новинара. Његова композиција и језичка обележја условљена су жанром, али и индивидуалним стилем¹⁴. Садржаји новинских текстова могу бити веома разнолики јер се свеукупно друштвено искуство таложи у свакодневном животу и посебно у језику, и даље усмерава према медијима. Само се условно и грубо може говорити о информативним, едукативним, политичко-пропагандним или забавно-образовним садржајима. У свима њима једна општа комуникативна тежња остаје иста: учинити информацију доступном масовном адресату. На питање како то спровести – Вл. Петровић даје одговор у својој књизи *Новинска фразеологија* (1989), објашњавајући је употребом уобичајених, стандарних облика и конструкција: морфолошких, лексичких, фразеолошких и синтаксичких средстава. Не треба, разуме се, искључити ни оне ређе случајеве – тежњу новинара да разбију монотонију укалупљених, шаблонизираних израза, па у ту сврху траже нов, свеж израз. Ако је естетички¹⁵ критериј претпостављен уметничкој комуникацији, онда је он на исти начин пожељан у новинској, посебно у неким њеним жанровима, на пример, у репортажи, карикатури и сл. – али и даље није у истој равни са етичким.

4. У прегледаној литератури уочен је напор теоретичара да теоријски, методолошки и термилошки разграниче новинске форме, а у овој ћемо се

¹⁴ О стилским аспектима новинске речи исп. Јовановић 2010; Тошовић 2002; и Младенов 1980.

¹⁵ О томе исп. следеће истраживање: Кон 2001.

тачки разматрања ми – у контексту овдашњих истраживања – осврнути укратко и на медиолошке врсте. У начелу, и само донекле у ослонцу на *Новинарске жанрове* Р. Животића (1993) – препознали смо следеће новинске вербатолошке форме: 1) праве, 2) посебне, 3) прелазне, 4) мешовите, 5) маркетиншке, 6) периферне и 7) интернет новинарство.

а) У праве новинске форме сврставају се вест, извештај, коментар, чланак, белешка и сродне врсте, књижевна критика, приказ и рецензија, и карикатура. У посебне форме спадају интервју, конференција за штампу, округли сто, анкета и изјава. У прелазне – репортажа, кратка прича и цртица, фељтон, и роман и прича у листу. Мешовите форме су портрет, сталешке форме и некролог. У маркетиншке новинске форме спадају новински огласи и рекламе. Периферне су форме стрип, укрштенице и енигматика. И коначно, интернет новинарство има, с једне стране, и текстовне врсте које подсећају на праве новинске, има, међутим, с друге стране – и различите хибридне и нове форме.

б) Према дефиницији О. Ахманове (1966: 32), жанр представља тип говора који је одређен датим ситуацијама са назначеним циљем употребе. Г. Солгањик (Г. Ј. Солганик, 1973: 19) одређује жанр као релативно устаљену композиционо-говорну схему, у којој се изражава одређени апстрактни однос говорника према предмету и садржају. Бахтин (1980: 54) заступа становиште да су језички или функционални стилови исто што и „жанровски стилови одређених сфера људске делатности и општења“, а да репертоар жанрова „расте у оној мери у којој се дата сфера развија и постаје сложенија“.

в) Совјетски теоретичари Н. Г. Богданов и Б. А. Вјаземски (1973: 54), прихватају, истина условно, две врсте жанрова: информативне и публицистичке (исп.: Славковић 1975: 128–129), а М. Марко сматра да „новинарску врсту можемо означити као писмено, звучно или сликовно саопштење политички актуелних, друштвено значајних, нових или поново установљених, документарно титулисаних догађаја или идејних израза“ (1972: 16–17). Са тог становишта, са становишта употребе различитих сигнала, односно техничких средстава помоћу којих се саопштавају одређени новинарски садржаји, постоје три врсте облика новинаског изражавања: а) писани, б) говорни (аудитивни) и в) сликовни (визуелни)¹⁶.

¹⁶ О овим облицима новинаског изражавања уп.: Славковић 1975: 125–126.

5. Оваква теоријски постављена жанровска диференцијација има свој практично-употребни еквивалент у дневним листовима. Наиме, рубрицизираност новина довољан је по себи композициони разврстач тема и стилова, па и читалачке публике. Обједињене у рубрике – теме су на одређени начин систематизоване по областима, обрађене у појединим жанровима и врстама текстова, а увек у складу са интенцијама и постављеним циљем новинара, његовим интересовањем, способностима, укусом итд.

2.2. О НОВИНАРСКИМ ФОРМАМА И ЖАНРОВИМА У НАСТАВНОЈ ПРАКСИ

1. Новинарство у наше доба има велики значај у комуникацији, а и у животу људи. Зато је неопходно његово увођење у школску наставу, јако што се већ и догађа.

1.1. Шта може учинити наставник да би новинску поруку учинио пријемчивијом?

а) Поред избора садржаја занимљивих ученицима одређеног нивоа образовања, или избором општепознатих, те и актуелних садржаја и форми, – наставник преко препознатљивих формално-садржинских израза и конструкција – уводи ученике у рецептивни простор новинског дискурса на начин на који је ученик 'навикнут'. Један од методичко-методолошких задатака наставника биће да оне новинске текстове које не пишу сами публицисти, већ научници или уметници, теоријски 'умекшавају', тј. ослобађају га од чврсте терминологије или енигматског стила. С тим у вези, у наставној пракси треба избегавати публицистичке текстове о политичким збивањима, на пример, на међународној сцени, јер ћемо тамо наићи на језик дипломатије и интернационалну фразеологију, пре свега на ону која је стилски на посебан начин обележена.

б) У овом смислу, и сама, условно речено, категорија прималаца поруке, а то су ученици – морају бити предмет научне опсервације. Они нису стихијски укључени у сферу масовне комуникације – као јавност, као публика или маса (с тим што овај последњи термин може имати негативну конотацију), – они су у масовну комуникацију укључени, пре свега, преко наставно-образовног програма.

1.2. Ширина и друштвени утицај новинарства далеко премашују могућности његовог општег увођења у наставу, стога је потребно рационално захватити га и обухватити школским плановима.

а) У настави је пожељно иступати теоријски економично и аналитички-практично, те у том смислу овде се сматра да је добро поћи од упрошћене класификацијске схеме, и за основу узети критериј припадности текста новинском стилу. По томе би новинске текстове ваљало разврстати у две групе: у новинске у ужем смислу, или праве новинске текстове, и специјалне новинске текстове (овај практични предлог – ауторов је и теоријски; в. *Уводна разматрања*, т. 5/а). Први су по функцији информативни, а други сем информативне имају и друге посебне намене. Уз то, теоретичари по правилу говоре и о новинарском тексту уопште, и о његовом стилу – са гледишта ‘како треба’, а не ‘како јесте’, дајући тако прилично идеализовану слику новинарства. Препоручљиво је наставнику држати се литературе у излагању о основним својствима новинских текстова, а у прегледу примера ваљало би да се потруди да покаже новинску реалност.

б) За основношколски ниво препоручљиво је обрађивати писмене форме медијског дискурса, и то не све, већ оне једноставније: вест, интервју, извештај, коментар и репортажу. За средњошколски ниво наставе могућно је писменим формама придружити и неке усмене, нпр.: реферат или разговор о некој актуелној друштвеној, боље – културној теми.

2. Стога, стицање критичке медијске писмености може у великој мери да помогне ученицима да се лакше носе са својим културним окружењем.

а) Стицање способности тумачења, критиковања и одолевања медијским манипулацијама помаже им, заправо, да се оспособе за стварање бољег односа према доминантним медијима и култури. „Оно може ојачати суверенитет личности према медијској култури и обезбедити јој већи утицај у сопственој културној средини, као и писменост неопходну у стварању нових облика културе“ (Келнер 2004: 6). То подразумева селекцију одређених тема и одређених новинских жанрова ради њиховог методичког ‘привођења’ настави српског језика и књижевности. А то, по себи, подразумева и одређено методолошко калибрирање новинске грађе, као и лингвистичко сондирање, а код појединих новинских форми – и књижевно-критичко и књижевно-теоријско тумачење.

б) Зашто укључивати, према потреби – и књижевно историјску и критичку интерпретацију? Наиме, новинарство је на својим почецима преузимало одређене моделе књижевно-уметничког говора, па се у свом даљем развоју непрестано удаљавало од књижевности, да би се данас ослањало не само на писмени израз већ и на друге кодове (визуелне, звучне и др.). А модерна књижевност је, такође, увелико иновирала традиционалну матрицу коришћењем нових изражајних средстава и поступака, – показала је способност апсорбовања свих облика језичке комуникације и њиховог активирања у поетском¹⁷ сликању света. На такву помисао наводе и компетентне речи М. Бандића о новинарству у *Речнику књижевних термина*, где стоји да је оно и по тематици и начину њеног представљања имало значајног удела и на књижевни израз уопште.

3. Када кажемо облици 'новинарског изражавања', или боље: новинског умећа – или новинарски жанрови, или форме новинарског стварања, тј. новинарске врсте – онда под тим, у настави матерњег језика, треба подразумевати 'вест', 'извештај', 'интервју', 'белешку', 'коментар', 'репортажу' итд.

3.1. (а) Прво методолошко-методичко питање мора бити: шта је све то? Одговор је, на изглед, лако дати – у називу стоји и објашњење: то су облици, форме, жанрови, кроз које или помоћу којих новинари саопштавају чињенице, мисли, идеје, ставове; начини презентирања одређених садржаја, у нашем случају, новинарских садржаја. (б) Друго методолошко-методичко питање јесте: шта је, пак, новинарски садржај? Најбоље је у настави инсистирати да је то једноставно информација, у ширем значењу те речи. (в) Трећи методолошки корак јесте конклузивни, тј. дефиниција. Дакле, облици новинарског израза били би карактеристични начини којима се обликује одређена грађа ради објављивања у средствима масовног комуницирања. (г) Четврти корак мора бити сумирајући, и он се остварује тек након проведене анализе репрезентних примера доминантних новинских жанрова.

3.2. На овом интерпретативном ступњу жанр се одређује као типична форма новинарског умећа, а пошто форма зависи од теме и циља – важно је

¹⁷ Поједини облици новинарског израза, чини се управо они маргинални, као што су рекламе – прагматичком инструментализацијом, доприносе формирању квази-естетског искуства.

ученицима скренути пажњу на то да су у питању садржајно-композицијске и лексичко-стилске особености. (а) Глобални закључак проистиче из свих претходних методолошких корака, и тиче се комплексне дефиниције жанра. (б) Жанр¹⁸ се, дакле, не одређује једном, већ целином карактеристика, тј. узимају се у обзир доминантне особености, са нагласком да на карактер жанра битно утичу индивидуалне способности писца, новинара.

4. На средњошколском нивоу наставе ваљало би ученицима скренути пажњу на чињеницу да нису сви текстови објављени у новинама – новинарске врсте. Новинарски рад, у односу на друге сличне делатности, тј. оне које се тичу писања – има, наравно, понечег заједничког, али далеко више само себи својствених обележја.

4.1. Литерарни одломци или романи у наставцима, научне анализе, опште политичке студије или уско стручни прилози – сви ти текстови који се такође објављују у средствима масовног комуницирања, у основи се разликују од новинарских жанрова, иако, самим чином објављивања у штампи, на радију или телевизији, добијају неке атрибуте новинарских текстова. Па ипак, то нису и не могу бити чисти облици новинарског изражавања, јер не поштују битне принципе стварања тих облика.

4.2. У идентификацији новинског текста од помоћи ће наставнику бити инсистирање на препознавању оних елемената које мора имати сваки новинарски текст, као и информација коју тај текст доноси: новост, актуелност, истинитост и важност или занимљивост.

а) Након идентификације ових композиционо-семантичких, тематских и(ли) стилских елемената, методички је пожељно аналитички утврђивати – на одговарајућим текстовним узорцима – како се они обавезно налазе у свим

¹⁸ „Жанр је мања скупина дјела унутар врсте, која садржи све особине које има врста али и неке друге“ (Солар 1991: 117), и детерминисан је карактером информације, стилем и интенцијом новинара. Медијски жанрови одређени су медијем, функцијом, обликом и садржајем, те се њиховим профилисањем актуелизује конзументија. Сваки жанр има своју унутрашњу логику система и израз који из те логике произлази. Постоји по Лукачу (1998: 71) трипартитна подела жанрова на: а) фактографске жанрове: вест, извештај, интервју; б) белетризоване жанрове: репортажа, уметничка критика (једним делом), фељтон, хумористички текстови, карикатуре; и в) аналитичке жанрове: уводник, коментар, колумна, мале форме (белешка), уметничка критика (једним својим делом).

облицима новинарског израза – у вести и извештају, у коментару и интервјуу, у репортажи и подврстама њиховим.

б) У синтетичком погледу на анализирани текстове, тј. након уочених истих или сличних особености – наставник са ученицима покушава одредити на основу квалификацијских црта, оне више, типске – класификацијске и категоризацијске. То се остварује на тај начин што се поменуте карактеристике схватају као заједничка нит жанрова и оно што их одваја од свих других врста људске делатности које имају, бар наизглед, сличности са новинарством (књижевност, пре свега). То је, ваља нагласити, предуслов стварања било ког новинарског жанра.

5. Конкретна форма, конкретна композиција и конкретна језичко-стилска обрада – само су спољни изрази ове основне функције новинарског производа. У том смислу, методичко-методолошка стратегија морала би бити заснована на утврђивању поступака и извора релевантних за новин(ар)ски облик изражавања.

5.1. У завршним разредима основне школе, а посебно у средњој школи (и опет посебно у филолошким гимназијама), важно је истаћи да је структурно-композиционо уобличење новинског текста пре свега у зависности од његове информативне функције – од циља, намере или задатка који у себи носи као садржај. Други важан моменат тиче се препознавања тежње или жеље новинара¹⁹ да постигне одређени утицај на понашање људи.

а) Најважније је – са садржинског аспекта гледано – скренути ученицима пажњу да постоје две основне врсте новинарских облика: информативни и аналитички. У прву групу информативних облика спадају: *вест* (са подврстама: фото-вест и филмована вест), и *извештај*. У другој су групи ангажовани текстови, тј. они који изражавају ставове и мишљења, и отворено казују своје оцене – *коментар*, са подврстама: 'белешка' ('осврт'), 'друштвена хроника', 'чланак', 'рецензија', 'карикатара', као специфичан ликовно-уметнички и новинарски производ и, под одређеним условима, 'козерија' и 'сатира'; *интервју*, са подврстама: 'конференција за штампу', 'округли сто', 'анкета', 'изјава'; и *репортажа*, са подврстама: 'цртица', односно 'фичер' и, под одређеним условима, 'фељтон'.

¹⁹ На овом образовном нивоу боље је не постављати могуће смисаоне алтернате типа: уредник, власник листа и сл.

б) Обе врсте информативног новинарства ваљало би обрадити у настави, а што се тиче ангажованог новинарства – требало би издвојити само глобалне форме, док се подврстама или поджанровима може прићи селективно.

5.2. Анализом различитих новинских израза наставник заправо проводи методичку навигацију према теоријском и апстрактном мишљењу ученика – разуме се, увек примерено њиховим перцептивним могућностима. На тај начин се долази до закључка да се новинарски стил одликује специфичним особеностима које највише зависе од жанровске опредељености. У анализи треба даље поставити питање не само лингвистичког статуса језичких јединица у новинском тексту, већ и питање њихове комуникативне вредности. А на тај се начин може утврдити да су језички елементи који реализују новински стил, у ма ком његовом жанру, увек у служби преношења поруке, и зато новинарство тако широко захвата у језички систем. Управо због тога новинарски дискурс бира стил или начин излагања којим ће на најразумљивији и најбржи начин пренети поруку најширој публици. И зато је важно, са стилистичког аспекта – проучавати не само језик²⁰ у новинарским жанровима, већ упоредо и процес преношења информације.

6. Овим замишљеним методичко-методолошким путем – наставник се поново враћа жанру, тј. осветљава га са различитих методолошких и интерпретативних инстанци. У наставној пракси систематизација²¹ новинарских жанрова захтева да се у обзир узму формална и садржинска мерила.

1. У формалном погледу, информација би се могла поделити на два дела: на такозвану писану информацију и фотографију, односно илустровану информацију (пошто се она често не може третирати само као додатак тексту). Са становишта садржаја, новинске информације деле се у три основне групе.

6.1. У прву групу спадају сви облици новинарског израза који имају за циљ, пре свега, да упознају читаоца са чињеницама, дакле, облици *фактографског карактера* – то су информативне новинске форме (о којима је горе било помена: потпуна, непотпуна и проширена вест (извештај), затим

²⁰ У поглављу 'Новинарски алати' (2005: 49–104) – Шт. Рус-Мол даје преглед најважнијих новинарских средстава. Реч је о коришћењу стилских форми, о језику у суштини, као и о примени бројева и статистика. О вањезичким и симболичким средствима у новинским текстовима писала је и Јовановић (2010: 230–265).

²¹ О томе више у: Жлендер 1967: 66–67.

фактографски интервју и фото-вест. Како је ово најчешћа новинска форма, препоручљива је као најчешћи пример анализе новинског текста у наставној пракси, – и показаћемо на неколико изабраних примера интерпретативни модел²². Класична вест се најчешће појављује у средствима масовног комуницирања.

Земан спалио боксерице пред новинарима

Праг – Чешки председник Милош Земан изненадио је новинаре када је пред њих довео двојицу ватрогасаца у заштитној опреми који су запалили велике црвене мушке боксерице. „Жао ми је што сам учинио да изгледате као мали идиоти, стварно то нисте заслужили“, рекао је Земан, преноси АП и Тањуг. Чешки активисти су 2015. године заменили чешку заставу на прашком замку боксерицама, а црвене боксерице, тумачи АП, симболишу Земанове блиске односе са Русијом и Кином.

(Политика, 16. 06. 2018, стр. 3)

Вест треба, дакле, да буде састављена тако да се чињенице опет коментаришу само чињеницама (исп.: Карвашова 1969: 43).

6.2. Проширена вест приближава се извештају:

Пукла брана на реци Бусур

Ванредна ситуација на територији целе општине Петровац на Млави. – Евакуација због предострожности

У Петровцу на Млави јуче је ванредна ситуација проширена на територију целе општине, пошто је због јаке кише пукла брана на реци Бусур. Поплављена су села Лопушник, Орешковица, Табановац, Крвије, Велико и Мало Лаоле и добар део Петровца на Млави. Штету је претрпело скоро 20 насеља, а угрожена су и водоизворишта која пијаћом водом снабдевају пола општине.

У селима општине Жагубица бујице су однеле делове пута.

Услед обилних падавина и велике количине воде на путу, на снази је обустава саобраћаја на деоници Петровац на Млави – село Бошњак, саопштили су у ЈП „Путеви Србије“.

Душко Нединић, командант штаба за ванредне ситуације, рекао је да су екипе на терену, преноси локални портал „Тркnews“.

Одлуком штаба за ванредне ситуације обустављен је рад вртића и школа на територији општине Петровац на Млави.

Министар државне управе и локалне самоуправе Бранко Ружић изјавио је јуче да ће Влада Србије изаћи у сусрет потребама свих општина у којима је, услед невремена, дошло до штета.

Помоћник министра и начелник Сектора МУП за ванредне ситуације Предраг Марић изјавио је да се предузимају све неопходне оперативне и превентивне мере на одбрани од поплава.

Ауто-мото савез Србије препоручио је возачима да не користе путеве у овој области, а уколико је путовање неопходно саветује им се пуна опрезност, јер поред већег присуства воде, на коловозу су могући наноси земље и муља што додатно представља опасност у вожњи.

(Политика, 16. 06. 2018, стр. 9)

Ваљало би – на основу датог примера – упутити ученике на квантитетску разлику у вербализацији вести, те указати на разне поступке експланације,

²² Овде је извучен део грађе који се у даљем тексту (на новим примерима) анализира са другог гледишта.

аргументације, експликације и других редувантних елемената излагања, који овај новински текст удаљава од форме чисте вести и приближава га извештају. Ови текстовни елементи²³ наративно воде основну тему²⁴ у правцу удаљавања од основне информације. У ту сврху упослени су различити искази-текстеме који новински вербатив приближавају административно-политичком.

6.3. За наставну праксу треба одабрати фото-вест која је визуелно снажна и упечатљива, а препоручује се и да буде убедљива и сугестивна.



Република Српска

У РС почела настава за 165.700

основаца и средњошколаца

И министар водио децу

Аутор: Екипа „ЕуроБлица“ |

Блиц, 04.09.2007. - 10:26

Ова вест је један од визуелних (сликовних) начина новинског изражавања. Може се рећи да садржи неке од елемената новинског израза, као означног аспекта и зато представља информативни облик, али се може приметити да информација није толико важна. У овој вести можемо добити одговоре на свих пет питања (ко, где, када, шта, како). Дакле, ово је једна визуелна вест, тј. фото-вест која сликом саопштава свој садржај, тумачи догађај, а употпуњена је са врло мало текста, тачније само једном реченицом, која нам даје кључну информацију, и упечатљивим насловом, који је само додатно прецизира.

6.4. Филмована вест се знатно разликује од фото-вести. Забележена на филмској траци она има изванредне квалитете јер догађај приказује управо онакав какав је – у кретњи, у свим његовим фазама.

²³ Исп.: Поплављена су села Лопушник, Орешковица, Табановац, Крвије, Велико и Мало Лаоле и добар део Петровца на Млави. // Услед обилних падавина и велике количине воде на путу, на снази је обустава саобраћаја на деоници Петровац на Млави – село Бошњак [...] // Одлуком штаба за ванредне ситуације обустављен је рад вртића и школа на територији општине Петровац на Млави.

²⁴ Исп.: У Петровцу на Млави јуче је ванредна ситуација проширена на територију целе општине, пошто је због јаке кише пукла брана на реци Бусур.

[Nakon što temperatura poraste za par stupnjeva otopit će se led na polovima, podići razina mora, a postoji opasnost i od novog ledenog doba](#)

METRO | 06:30 | 06.12.2009 | 24sata



(1) За стварање вести потребан је релативно строг план изградње, и њена композиција треба да личи на пирамиду. Језички кратке, јасне и некоментарисане вести садржајно треба да буду одређене одговорима на помињаних пет питања²⁵. У врху вести стоји најважнија информација, о којој се у литератури говори као о 'климаксу првог принципа'. Важност²⁶ информације додатно се истиче и у наслову рубрике. У првом реду, обично одштампаним масним словима, садржана је суштина 'вести', која треба да садржи одговоре на питања, и да не понавља формулације наведене у наднаслову, да не би коришћењем истих реченица постала досадна за читање. Извештавање се затим шири, пратећи по важности, од важнијих ка мање значајним. Посматране с краја, реченице вести би требало да буду све краће, не губећи на информативности садржаја.

(2) На основу свих изнетих ставки, можемо закључити да је вест концизна, актуелна форма, која треба да пружи велики број информација уз ограничење броја слова, јер је једна од њених претпоставки управо сажетост. Осим тога, она мора да поштује начела писања, а то су, подсетићемо се, јасност, концизност, тачност, живост и складност.

II. Сад се враћамо започетој подели новинских текстова према садржинском критерију, издвајајући другу групу коју би сачињавали новинарски жанрови који износе оцене, мишљења и ставове о одређеним чињеницама, односно о догађају, дакле, *аналитички облици* – као што су: коментар, чланак, аналитички интервју, рецензија и фото-коментар.

²⁵ Број елемената креће се од три или пет до седам и више – Ко? Шта? Када? Где? Како? Зашто? Одакле? И сл.

²⁶ Новинска вест се одликује посебном техником; значај вести се истиче местом у листу, графички – обликом и величином слова, допуњује сликом или цртежом (што јој повећава снагу аутентичности), или, ако су вести мањег значаја, објављују се у низу.

Препоручљива је у настави примена сличног интерпретативног модела који је спроведен у анализи вести.

III. Трећу групу представљале би новинарске врсте код којих аутор жели да јавности дочара атмосферу о чињеницама, односно догађају, да живо и сликовито изрази своја осећања и свој однос према догађају. Ови новинарски облици обично се називају *белетристичким* (репортажа и фото-репортажа). Осврт, белешка, цртица, друштвена хроника итд. по својој основној унутрашњој грађи, композиционој архитектури и начину тематске обраде, немају карактеристике жанрова, већ могу бити само видови одређеног жанра.

7. На основу проведених анализа и интерпретација – наставник може приступити уопштавању, тј. и дефинисању новинарске врсте.

7.1. Новинарска врста (жанр) представља језичку репродукцију догађаја која пролази кроз призму стваралачког субјекта, то је стварност ухваћена схватањем субјекта и његовим ставом према њој, претворена, репродукована у другој супстанци: језичкој. Некада је новинарска врста идејна производња која се не ослања на непосредно посматрање и на директну репродукцију догађаја, већ на субјективно сазнање и хтење. Она је, затим, не директни одраз, већ некако одраз тог одраза, конзервисаног у мислима субјекта (уп.: Марко 1972: 31–32). Неке новинарске врсте постају то зато што се полази од извесног догађаја, или од одређеног презентовања идеје. Друге, пак, врсте настају тако што су догађај или презентовање идеје индиректни подстрек, стварање које значи изражавање субјективног мишљења и осећања (исп.: 'белешка', 'есеј'). На крају, поједностављено би било, али и пожељно – закључити да простим регистровањем догађаја настаје вест, а на основу објашњења догађаја постаје коментар.

7.2. Тек на средњошколском нивоу, или у додатном раду са најуспешнијим ученицима, треба скренути пажњу на чињеницу да се у штампи нарочито (а на радију и телевизији знатно мање) налазе и друге врсте прилога (рубрика) које су у слабој вези са уобичајеним облицима новинарског изражавања. То су, на пример: 'роман', 'прича', рубрика 'лекар вам одговара' или 'правник вам одговара', затим, 'шах', па 'лов и риболов', 'да ли знате', 'кутак за филателисте и аутомобилисте' и, најзад, 'стрип' и 'огласи'.

а) Прво се треба упитати да ли су то прави новинарски производи. Ако нису – откуда у штампи, а ако јесу – зашто не подлежу принципима

новинарског изражавања. Пре свега, треба рећи да су новине веома богат мозаик састављен од безброј различитих и разнобојних 'каменчића' и да, и по томе, одражавају сву шароликост и богатство живота. Ове рубрике и прилози нису све прави новинарски производи, иако већина од њих носи у себи неку информацију чија садржина, очигледно, има какве-такве везе и додирне тачке са људском активношћу, пре свега јавном или објављивом. Нису прави новинарски производи јер им недостају – како кад и како у којој рубрици – по неки од основних елемената пуне информације: или права новост, или актуелност, или важност, а у неким од прилога, као у роману или причи, чак нема ниједног од тих елемената.

б) Објављивање ових рубрика у штампи, пре свега, доказ је чињенице да се води рачуна и о оној људској природној потреби за разонодом, забавом, за хобијем који за појединце значе веома много. Дакле, и тим својим делом материјала штампа (и не само она) испуњава једну од њених значајних функција – рекреативно-забавну, – „поред тога што може позитивно да утиче у образовно-културном смислу“ (Славковић 1975: 130–131).

2.3. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

1. У овом поглављу покушали смо скренути пажњу на текстове или жанровске форме у новинарству, и утврдити место новинарске стилистике у наставној пракси.

а) Питање је, дакле, како функционална стилистика уопште, и новинарска посебно, квантитативно и квалитативно учествују у организацији наставе предмета који се зове српски језик, односно матерњи језик, и какви су им практични и методички циљеви. Како новинарство бира стил којим ће на најразумљивији и најбржи начин пренети поруку најширој публици, – тако се стилистика не бави само језиком у новинарским жанровима, већ упоредо и процесом преношења информације.

б) Композиција и језичка обележја новинског текста условљени су жанром, али и индивидуалним стилем, тако да њихова стилистичка анализа, иако условљена општим принципима лингвистике и стилистике текста уопште, – у великој мери зависи од новинских родова и врста, тј. жанрова: како

писмених (новинска информација, чланак, коментар, преглед, писмо, памфлет, полемика и сл.), тако и усмених (јавни наступ, говор, реферат, разговор).

2. У методичком приступу новинарским формама важан је одбир садржаја – препоручују се општепознати и актуелни текстови, а пожељно је и да су занимљиви. Пожељно је, такође, да су за ученике ти текстови перцептибилни.

а) Ваљало би најпре скренути пажњу на чињеницу да језички систем поседује свој стилски потенцијал и ван, и пре сваке употребе. Питање је како ћемо у комуникацији, писменој или усменој, искористити тај потенцијал. Може се поћи од тога да језички систем има неке своје нивое, подсистеме – фонолошки, морфолошко-творбени, синтаксички, те и лексички. Управо настава граматике прати ове хијерархијски постављене нивое. Ту су још и други системи: фразеолошки, паремиолошки, као и друге изоловане (идиоматизоване) форме, и коначно – ту је и функционално раслојавање језика по стиливима у чијем се опсегу прати новинарски дискурс.

б) Новинарска стилистика има широк репертоар тема значајних за упознавање вредности језичког система, његовог функционалног капацитета, а олакшава и разумевање језика у употреби – како у комуникативној уопште, са свим својим разноврсностима, тако и у медијској употреби посебно.

в) Од великог је методичког значаја успоставити везу између часова граматике и часова функционалне стилистике, тј. у овом случају новинарске. Довољно је поћи од питања – какав је језик који налазимо у новинским формама? Шта је то што ствара утисак 'посебног језика'? Да ли су језичка и стилска норма исто? Како су повезане језичка култура и новинарска стилистика? Да ли су све стандардне форме и стилски успешне?

в1) На синтаксичком плану, у проучавању новинског текста – стилистички су релевантни, на пример, ред речи, те и дужина исказа, па тип исказа, оптимална форма за дату комуникативну ситуацију. То су важна питања стилизације исказа и текста у целини.

в2) На лексичком плану интересантно је пратити парадигматску варијацију речи – синонимију, антонимију, хомонимију, паронимију, и како ове појаве доприносе избегавању понављања и монотоније у новинском говору, и како се у белетризованим новинским формама на овај начин остварује експресија: игра речи и друге стилске фигуре – метафора, метонимија, синегдоха.

v3) Фразеолошке, пословичке и друге форме у новинским текстовима посматрају се као готови обрасци који имају не само стилистички, већ и културолошки значај. Ученици увиђају како збир значења појединачних речи није једнак значењу фразеолошке конструкције. На томе се врло очигледно могу разматрати основна и пренесена значења. Сем тога, наставник упућује ученике и на то да неки функционални стилови имају сопствену фразеологију, а у томе се издваја управо новинарство.

3. Друго што сматрамо важним у настави језика, а посебно у настави књижевности – јесте језик у белетризованим новинским текстовима. Препознаје се стилизација језика у овим формама, као и начин изградње текстовне композиције. Поставља се питање: како се језичке јединице изводе из неутралне позиције, тј. како се активирају? Одговор на ова питање може бити један за основношколски ниво – то су стилске фигуре. За средњошколски ниво – треба разграничити сложене стилске операције, тј. фигуре, од простих – као што су варирање квантитета, квалитета и интензитета.

4. Крајњи је закључак наших разматрања да се у настави српског језика и књижевности може наћи простора за наставу како других језичких формација, функционалних стилова и сл., тако и новинарског текста, који већ дуго заузима врло важну позицију у културној комуникацији, и који заслужује пажњу проучавалаца и школске праксе. Колико ће се ићи у ширину и дубину проблема, зависи наравно од општег расположивог времена, као и релативног значаја овематерије у настави језика. Гледано семантички, сваки текст, те и новински, изграђује свој смисао тако што се партикуларни значењски сегменти компонују у јединствену глобалну структуру. Како ће садржај текста или његова порука бити примљени код ученика – сигурно да у великој мери зависи од бројних интелектуалних, образовних, социјалних и других карактеристика личности самих рецепијената.

На средњошколском нивоу наставе ваљало би ученицима скренути пажњу на чињеницу да нису сви текстови објављени у новинама – новинарске врсте. Новинарски рад, у односу на друге сличне делатности, тј. оне које се тичу писања – има, наравно, понечег заједничког, али далеко више само себи својствених обележја.

4.1. Што се тиче одбира школског градива из области новинарства – утврдили смо да се литерарни одломци или романи у наставцима, научне

анализе, опште политичке студије или уско стручни прилози – у основи разликују од новинарских жанрова, иако, самим чином објављивања у штампи, на радију или телевизији, добијају неке атрибуте новинарских текстова. То према томе нису и не могу бити чисти облици новинарског изражавања, јер не поштују битне принципе стварања тих облика, а изучавају се бар делимично у оквиру наставе књижевности.

4.2. Сем проблема идентификације новинског текста, и у оквиру тога, наставнику ће од битне важности бити инсистирање на препознавању оних елемената које мора имати сваки новинарски текст, као и информација коју тај текст доноси: новост, актуелност, истинитост и важност или занимљивост.

а) Након идентификације ових композиционо-семантичких, тематских и(ли) стилских елемената, методички је пожељно аналитички утврђивати – на одговарајућим текстовним узорцима – како се они обавезно налазе у свим облицима новинарског изражавања – у вести и извештају, у коментару и интервјуу, у репортажи и подврстама њиховим.

б) У синтетичком погледу на анализиране текстове, тј. након уочених истих или сличних особености – утврдили смо даље да наставник са ученицима мора покушати да одреди, на основу квалификацијских црта, оне више, типске – класификацијске и категоризацијске црте њихове. То се остварује на тај начин што се поменуте карактеристике схватају као заједничка нит жанрова и оно што их одваја од свих других врста људске делатности које имају, бар наизглед, сличности са новинарством (књижевност, пре свега). То је, ваља нагласити, предуслов стварања било ког новинарског жанра.

2) Литерарни одломци или романи у наставцима, научне анализе, опште политичке студије или уско стручни прилози – сви ти текстови који се такође објављују у средствима масовног комуницирања, у основи се разликују од новинарских жанрова, иако, самим чином објављивања у штампи, на радију или телевизији, добијају неке атрибуте новинарских текстова. Па ипак, то нису и не могу бити чисти облици новинарског изражавања, јер не поштују битне принципе стварања тих облика.

4.2. У идентификацији новинског текста од помоћи ће наставнику бити инсистирање на препознавању оних елемената које мора имати сваки новинарски текст, као и информација коју тај текст доноси: новост, актуелност, истинитост и важност или занимљивост.

а) Након идентификације ових композиционо-семантичких, тематских и(ли) стилских елемената, методички је пожељно аналитички утврђивати – на одговарајућим текстовним узорцима – како се они обавезно налазе у свим облицима новинарског изражавања – у вести и извештају, у коментару и интервјуу, у репортажи и подврстама њиховим.

б) У синтетичком погледу на анализираних текстове, тј. након уочених истих или сличних особености – наставник са ученицима покушава одредити, на основу квалификацијских црта, оне више, типске – класификацијске и категоризацијске. То се остварује на тај начин што се поменуте карактеристике схватају као заједничка нит жанрова и оно што их одваја од свих других врста људске делатности које имају, бар наизглед, сличности са новинарством (књижевност, пре свега). То је, ваља нагласити, предуслов стварања било ког новинарског жанра.

3. ПРЕГЛЕД НОВИНАРСКИХ ВРСТА

1. У првом одељку излагања које следи обрађене су форме *правих новинарских текстова* (вест, извештај, коментар, чланак, белешка и сродне врсте, књижевна критика, приказ, рецензија, карикатура); у другом су одељку анализирани *посебне новинске форме* (интервју, конференција за штампу, округли сто, анкета, изјава); у трећем – *прелазне форме* (репортажа, кратка прича и цртица, фељтон, роман и прича у листу); четврто поглавље посвећено је *мешовитим формама* (портрет, сталешке форме, некролог); у петом су *маркетиншке форме* (новински огласи, рекламе); у шестом *периферне форме* (стрип, укрштенице, енигматика); и у последњем седмом *интернет новинарство* (интернет комуникација у новинарству, интернет новинарство).

2. Место је за поновљену напомену да је овај рад урађен у контексту изучавања новинарства на Филолошком факултету у Београду, које је најпре оријентисано према језичко-стилским, затим према текстолошким и вербатолошким приступима, и даље: има скраћени и стога нужно сужени карактер. Овај текст замишљен пре свега као пут проширења тематике на целину предмета. Даље, мислили смо да је корисно приказати што ширу

литературу, па смо цитирали разноврсне приступе, делом директно, а делом преко доступних извора (кључне студије о којима смо били ослоњени јесу *Увод у новинарство* Д. Славковића, *Изражавање новинара* Р. Животића, и *Лингвистика и стилистика новинског умећа*, Ј. Јовановић).

3.1. ПРАВИ НОВИНСКИ ТЕКСТОВИ

3.1.1. ВЕСТ

3.1.1.1. Опште напомене

1. „Вест је основни облик новинарског рада; због вести је настало и због ње живи новинарство – она је главно оправдање постојања штампе, радија, телевизије и агенција“ (Јисл 1971: 37). Вест је основни новинарски жанр, и то не само по свом садржају, већ и по форми у којој се тај садржај у новинама саопштава. Овој констатацији чехословачког теоретичара треба додати да су сви облици (жанрови) новинарског изражавања заправо проистекли из вести, односно да основу, кичму, садржину свих тих облика чини вест. „Једном речи: у новинарству – вест је основа свега“ (Славковић 1975: 133).

а) „Постоји више различитих дефиниција вести, али се оне, углавном, све своде на следећу: *вест је такав облик новинарског изражавања преко којег се јавност, у најкраћим цртама, упознаје са неком чињеницом из живота* (појавом, догађајем, који, ако представља радњу, има увод, развојну нит и закључак)... Вест мора да буде актуелна, истинита и да буде важна, односно занимљива“ (Славковић 1975: 134).

б) Код Љ. Рајнвајна (1988: 33) налазимо следећу дефиницију вести: „Вест је најбрже и најсажетије обавештавање јавности о догађају, појави, проблему или личности који имају шири или општи друштвени значај, за које постоји општедруштвени интерес или интересовање“. Дакле, да ли ће нека информација бити уобличена у вест, зависи од екстралингвистичких фактора, њеног друштвеног значаја, интереса и интересовања јавности. Рајнвајн (1988: 50) издваја три екстралингвистичка фактора која су допринела обликовању модерне

вести: корисник јавне информације као друштвени чинилац, те простор у штампи и време²⁷, као технолошки чиниоци.

в) М. Бјелица (1983: 15) одређује вест са синтаксичког аспекта: „Што се језичких средстава којима се обликује тиче, вест се може окарактерисати као такав облик новинарског изражавања који се ствара најмањим бројем речи [...]“. Семантички аспект вести је у литератури прескриптивно дат на следећи начин: „Све у вести мора бити казано *потпуно јасно и сасвим једноставно*, то јест, никада и никако двосмислено, иако ваља тежити вишезначности појединих израза, која само повећава брзину и интензитет схватања и деловања вести“ (Рајнвајн 1988: 34).

г) „Вест је основни новинарски жанр“ – мисли Р. Животић (1993: 21); – „основни зато што сви новинарски жанрови, без обзира на облик и медиј (штампа, радио, телевизија, агенције), садрже неку новост или вест; новинарски – зато што је типичан за новинарско стваралаштво (и на радију и телевизији, а не само у новинама)“.

2. Иако представља најкраћи новинарски жанр, вест пружа различите могућности за обликовање информације. Језичка и нејезичка средства која новинар има на располагању да би дао форму поруци коју шаље многобројној и шароликој читалачкој публици можемо сматрати „широком скалом изражајних могућности и начина обликовања“ новинске вести (Рајнвајн 1988: 59).

Вест је током свог развоја доживела преображај, постала крајње кондензована, а „њена доминантна својства постала су: почетак сачињен од једног од пет²⁸ битних чињеница (одговора на питања – ко, шта, зашто, када и где), затим, најужи избор бираних речи, кратке реченице, потпуна јасноћа, истурена поента, једноставно изражавање и лака читљивост, слушаност и видљивост“ (Рајнвајн 1988: 35).

3. Када говоримо о прагматичким карактеристикама вести, морамо имати на уму „непосредни утицај листова и часописа на људску свест и начин мишљења“ (Бјелица 1983: 15). Однос према реципијенту има удела у обликовању информације, јер би новинар „морао стално имати у виду њихову

²⁷ „Вест, уопште, живи највише један дан, после чега је 'бајата', а то значи да је престала да буде новинска вест. Толики временски оквир јој намеће дневна штампа“ (Рајнвајн 1988: 51).

²⁸ По некима се вест састоји од шест, а по некима од седам чињеничких кругова, в. даље. – В. и т. 11 овог поглавља.

намену и функцију, моћ њиховог деловања, делотворности и утицајности, њихову сврсисходност, ефикасност и ефектност. А мислити на то значи бринути се о свом читаоцу, слушаоцу и гледаоцу, о најмногољуднијем кориснику јавне информације и поруке“ (Рајнвајн 1988: 92). Уважавање прагматичког аспекта вести нужно је стога што исту вест „о истом догађају на исти начин новинар прави, истовремено, за чистача улица или избацивача смећа и за професора универзитета или врхунског научника или највишег политичара“ (Рајнвајн 1988: 194). За разлику од осталих реципијената јавне речи, новинарска публика је „универзална“; циљна група су сви.

Стил изражавања новинара условљен је особеностима и законитостима различитих жанрова, као и специфичностима канала којима шаљу своју поруку до реципијената. Новинска вест не може бити обликована на исти начин као вест у другим медијима, нити би им одговарала у облику који има у штампи. „Како физичка својства канала одређују природу кода, новине могу бити канал само за поруке остварене писаним поткодом вербалног кода или визуелним кодом, реализованим у виду цртежа, илустрације или фотографије“ (Васић 1995: 27). Рајнвајн (1988: 24) сматра да је понављање потребно на радију и телевизији, али не и у штампи. „За вест у штампи понављање и једне реченице је недопустиво до те мере да се сматра да не би ваљало поновити чак ниједну реч!“ (Рајнвајн 1988: 24). Новинска вест даје на увид детаље, док „телевизијске вести не треба да буду толико концизне као на радију, а ни тако детаљне као што могу и треба да буду у штампи“ (Рајнвајн 1988: 24). Вест у штампи добија одређено место на страни, одређену страну, начин прелома, величину слова, фронт, графичка средства, бараж (’антрфиле’)²⁹ – све у зависности од њеног друштвеног значаја, док ће у другим медијима у ту сврху послужити друга средства. „Природа новинарског посла, а посебно израда дневних новина – брзина којом се ради и мисли, број наслова које треба формулисати, недостатак времена, кадра и сл., отежава испуњавање ових циљева, те се употребом нејезичких, графичких средстава (већа слова у односу на текст, другачији

²⁹ Исп.: Клајн–Шипка (2008: s. v.): „уметак у тексту, обично уоквирен, мали напис убачен у већи чланак“. – Ј. Јовановић, 2010: 122, уместо неудобног термина ’антрфиле’ предлаже ’бараж’.

модел, боја и сл.) надопуњују вербална средства, а текст чини ‘видљивијим’“ (Коњик 2006: 33).

Б. Тошовић (2002: 245–246) као битне особине сваког публицистичког текста издваја актуелност, оперативност, скретање пажње на оно о чему се саопштава и сензационалистички метод пласирања информације. На овом месту су за нас посебно значајне последње две карактеристике које су међусобно повезане јер, како на истом месту каже Тошовић, – сензационалистички метод пласирања информације повећава тираж, привлачи пажњу, појачава популарност, провоцира и шокира.

4. Вест не мора бити снабдевена насловом, али углавном јесте. Текст вести, у најкраћим цртама – пошто се одговори на питања: ко, где, када, шта, како или зашто и, евентуално, од кога потичу подаци и шта ће бити даље – јавност обавештава о једној или више чињеница: о неком догађају, о извесној друштвеној или природној појави, о некој личности, при чему то обавештење мора бити ново, актуелно, истинито, важно или занимљиво „Истина је, дакле (Славковић 1975: 135–137), основни критеријум у селекцији информација [...] Други важан елемент је начин интерпретације једне вести, односно чињенице у вести. Шта то значи? Вест која за предмет обавештавања има један одређен догађај (или појаву) не може се свести само на упрошћен опис тог догађаја. Свака вест мора да садржи и допунске, секундарне чињенице, али и такозвану вредносну компоненту“. По Т. Ђорђевићу (1974: 13): „Вредносна компонента у структури једне информације, у ствари, само је друго име за оно што условљава начин интерпретације самог догађаја. Различита образложења једног те истог друштвеног догађаја у форми информације, само су израз разлика у проценама условљеним различитим вредносним системима из којих су изведени критеријуми за оцену тога збивања“.

а) *Актуелност*. – По Славковићу: „Брзина, временско трајање од догађаја до емитовања вести о том догађају – мерило је актуелности [...] Актуелност има у себи два елемента: а) време збивања догађаја – недавно, тек завршено, и б) време објављивања вести о том догађају“. Неблаговремено објављена вест – није вест. „Актуелне вести разликују се од строго актуелних по томе што не морају да се емитују одмах – неколико сати после догађаја у радио-емисији или сутрадан у листу. Период њихове актуелности је дужи, па ипак ограничен, и зависи, пре свега, од самог догађаја, од дужине трајања тог догађаја, а престају

да буду актуелне оног тренутка када је догађај временски завршен“ (Славковић 1975: 140–141).

б) *Истинитост*. – То се (не само у вести него и у осталим новинарским производима) сматра основом доброг и правог новинарства. Уместо истине, у вестима се каткада пласирају полуистине или ‘криве истине’. Славковић мисли (1975: 142–143) да се то дешава због немара, несвесно, што је и најчешћи случај, али и због незнања или невештине новинара, који није успео у једном догађају или појави да ухвати, односно пронађе суштину ствари, па ће тако погрешно обавестити читаоце, слушаоце или гледаоце. Међутим, неистинама се често храни пропагандно новинарство, из убеђења или под притиском из центара моћи. За нетачним, неистинитим, лажним и злонамерним вестима следи по правилу деманти као новинарска категорија којом се нешто пориче, оповргава, побија нека тврдња, односно исправља извесна вест. Деманти је фактички исправка, али у пракси, у дневној употреби, постоје и извесне разлике у схватању ова два појма. Исправка се објављује само на захтев оштећене стране и ако се нетачном информацијом наноси повреда личности, угледу, правима и интересима. Деманти се, међутим, може објавити и после тог временског рока, и не само на захтев оштећене стране која, по правилу, није личност већ организација, орган, влада једне земље, парламент, политичка партија или стручно удружење, и стога има официјелни карактер. С правом се сматра да деманти нема онај и онакав ефекат какав са собом носи измишљена вест, и то из два разлога: а) вест се објављује на ударном месту и пошто доноси нову, обично неочекивану чињеницу, оставља већи и јачи утисак, дуже се задржава у памћењу, и б) деманти се, по правилу, објављује на мање видљивом месту, у углу стране, и штампан је ситним словима (нонпарелом), тако да га, објективно, незнатан број људи запази. Деманти се заправо схвата као лажна исправка која нема значаја за утисак који се желео постићи.

в) *Значај*. – Значај је релативна категорија: нешто је мање а нешто више важно – што зависи од места, услова и времена, од друштвене средине, од нивоа цивилизације и културе одређене средине, и посебно од друштвено-економске средине. „Елеменат важности у вести може да буде и апсолутна категорија, наравно у изузетним околностима и када се ради о изузетним догађајима који ће сваког човека, без обзира на то где живи и које му је социјално порекло –

интересовати, обрадовати или узбудити. То су они догађаји који потресају свет: пре свега ратови, природне катастрофе“ (Славковић 1975: 144–145).

г) *Занимљивост*. – Многе вести не тичу се значајних догађаја, па ипак су ‘угледале светлост дана’. У њима, као садржај, доминира нота занимљивости, необичности, бизарности, па и чуда, дакле, још један елеменат вести који, иначе, не сусрећемо у такозваним озбиљним вестима. „Нарочито су интересентне вести у којима се говори о занимљивостима из науке и технике, и, уколико су добро направљене, могу да одиграју значајну улогу у васпитању младих људи, као лако, поучно и привлачно штиво“ (Славковић 1975: 145).

5. Техника прављења вести схвата се као скуп правила за обликовање овог жанра. „То су: правило пет питања, правило ‘глава-клин’, правило ‘глава вести’ (‘лид’), правило опадајућег значења чињеница, односно обрнуте пирамиде и правило одложеног дејства или успореног дејства или накнадног дејства.

‘Правило о пет основних (битних) питања, плус једно или плус два питања’ [...] значи да свака вест мора да одговори, пре свега, на пет (или шест) основних питања: ко, шта, где, када и како или зашто [...] Прва четири одговора служе за идентификацију чињенице у вести, а у одговору на питање: како или зашто – садржано је објашњење, донекле, тумачење, а понекад и став према чињеници о којој се говори. Неки теоретичари, речено је горе, иду у последње време и даље, па захтевају да у вести буде и одговор на шесто питање: откуда потиче информација, па и на седмо питање: шта после [...] Вест састављена на основу правила ‘пет питања’ названа је ‘АП-овом главом’, према агенцији Асошијетид прес, која ју је прва употребила. Међутим, одговори на сва питања стављени у једну, прву реченицу, оптерећују вест, чине је гломазном, замршеном и зато, често, неразумљивом [...] Долази се до новог правила ‘глава-клин’, која је основана на кључним чињеницама или на сржи вести. Секундарни елементи као што су извор података, ближи подаци о личностима и оно што је претходило догађајима остављају се за други или трећи параграф [...] Које је питање прво? [...] Одговор на питање ‘ко’ имаће примат ако се ради о некој обично познатој личности, која је нешто учинила или изјавила [...] Одговор на питање ‘када’ ставиће се на почетак ако је време одигравања догађаја најважнији елеменат вести [...] Одговор на питање ‘где’ имаће примат ако је место одигравања догађаја најважније у вести [...] Одговор на питање ‘шта’ ставиће се на почетак вести у овом случају [...] Одговор на питање ‘како’ или ‘зашто’ биће у првом онда када је потребно одмах објаснити узроке

или начин на који је до њега дошло [...] Стављање извора података на прво место – дакле одговор на питање ‘одакле’ – обично се чини онда када постоји скептичан став према податку од кога се извештач унапред ограђује, с једне, и онда када се навођењем извора жели да да аутентичност податка, с друге стране [...]

Шта је, заправо, ‘глава вести’ или ‘лид’? То је правило по коме се у врх вести, одмах на почетку, ставља најважнија чињеница, одговор на једно од питања који истичу најглавнији елеменат чињенице (догађаја, појаве, човека) [...] Поједини теоретичари новинарства, правило главе вести називају и правилом опадајућег значаја чињеница или правилом обрнуте пирамиде“ (Славковић 1975: 146–148).

У изузетним случајевима, вест се може писати и на други начин: не првом реченицом директно у срж најважније чињенице. „Напротив, прва реченица може да буде драмски увод у догађај о коме се говори, нека духовита примедба, један карактеристичан детаљ, чак поетски детаљ који ће привући пажњу, заинтриговати аудиторијум, нешто необично – једна реч или реченица која даје боју и тон, мирис оним чињеницама које следи [...] Овакав начин писања назива се правилом одложеног дејства, успореног дејства, или накнадног дејства“ (Славковић 1975: 159).

6. Постоје различите поделе вести на врсте: пре свега, према тематици коју обухватају, односно према садржају вести. С тог становишта, уопште узев, постоје унутрашње-политичке, спољно-политичке, привредне, културне, спортске вести, занимљивости, вести из градског живота. У начину обраде, дакле, у форми, у композицији, у језичкој или филмској обради у којој се појављује – постоје две врсте : а) писане (па штампане или изговорене), и б) визуелне (оне које сликом саопштавају свој садржај) (уп. код Славковића 1975: 150).

а) *Писана вест* јесте основни облик вести. Такве вести заступљене су у свим средствима информисања, а деле се: а) на вести основног типа, б) интерпретативне вести, в) вести у низу и г) остале вести.

(1) Вест основног типа је комплетна вест, она која у себи садржи све принципе стварања ове новинарске категорије, а посебно правило пет питања. Поред тога, прави се са главом (лидом), композиционо чврсто и једноставно,

језички чисто, језгровито, конкретно и прецизно. Као класична вест, најчешће се појављује у средствима масовног комуницирања.

Тадић се вакцинисао против новог грипа

Председник Србије Борис Тадић вакцинисао се јуче против новог грипа. Тадић се вакцинисао на свом радном месту, у згради Председништва на Андрићевом венцу.

Председник Србије прошле седмице је рекао да чека резултате анализе да ли је на ногама преболео нови грип, како би се, ако резултати буду негативни, потом вакцинисао.

Бета (*Политика*, 31. 12. 2009, стр. 3).

Пренаглашено пропагандна вест о председнику Србије праћена је фотографијом на којој се он смеши док му сестра убризгава серум у десну надлактицу. Чин председника државе за поруку има: вакцинишите се против новог грипа. Ово, како видимо, унеколико проширена вест малим коментаром о ономе што је претходило описаном важном чину: председникова изјава.

(2) Интерпретативна вест нешто објашњава, тумачи, коментарише – у идеолошко-политичком смислу, пре свега; отворено, директно усмерава, дакле. „То се постиже изношењем неких чињеница или подсећањем на неке раније чињенице, њиховим повезивањем, вештим ређањем једних за другим и то тако да се закључак, суд, оцена о једном догађају сами по себи наметну. Постоји и други начин: пошто се у вести дају сви битни елементи једног догађаја, у последњој реченици се изнесе нова чињеница која изазива потпуни обрт – демантује раније поређане чињенице, или их ставља под сумњу, или их објасни у сасвим другом светлу. П. Карвашова (1969: 43) истиче да „интерпретативне вести не значе незаинтересовано саопштавање догађаја, излагање чињеница у такав облик и таквим редом да, саме по себи, придобију читаоце, слушаоце и гледаоце за суштину мисли. Вест треба, дакле, да буде састављена тако да се чињенице опет коментаришу само чињеницама“.

Умало судар авиона над Београдом

Авион „боинг 777“ израелске компаније „Ел ал“ са 120 путника у понедељак око 20 часова замало је избегао судар са „Ер Франсовом“ летелицом у ваздушном простору Србије. Директорат цивилног ваздухопловства Србије саопштио је да је дошло до нарушавања норми за раздвајање између француског ваздухоплова на линији Париз–Софија и израелског авиона на линији Тел Авив–Њујорк. Према писању израелског листа „Хаарец“ авиони су се мимоишли на висинској раздаљини од свега 300 метара.

Контрола летења је о догађају обавестила српске ваздухопловне власти, које су одмах обавиле инспекцијску контролу. Ваздухопловни инспектор Директората цивилног ваздухопловства Републике Србије утврдио је помоћу видео-снимка да је узрок нарушавања норми тај што се посада француског авиона није придржавала инструкција контроле лета.

„Ер Франсова“ посада примила је и исправно поновила задату инструкцију за снижавање висине до 10.650 метара, али је из непознатих разлога авион спустила још за 91 метар испод одобрене висине. Директорат цивилног ваздухопловства саопштио је да је у том тренутку израелски „боинг“ био удаљен 3,5 наутичких миља и на висини од 10.346 метара. О поменутом догађају и резултатима анализе обавештене су ваздухопловне власти Израела и Француске.

М. Л. (*Политика*, 31. 12. 2009, стр. 2).

Овај текст може се сврстати и у следеће поглавље, јер има много елемената извештаја. Али како су остали подаци подређени кључној вести о избегавању судара авиона, узимамо да су ти елементи вести узети да би послужили као подлога за коментар о раду београдске контроле летења. Вероватно је овде могуће наћи и елементе званичног саопштења са циљем да се поменута Дирекција заштити од евентуалних последица.

(3) Вести у низу имају једну главну карактеристику, а то је: стално, континуирано обавештавање о једној чињеници, одн. догађају, континуирано праћење свих фаза тог догађаја. Одавде произлази и специфичност вести у низу: када доносе нови моменат у одређеном догађају, обавезно морају да подсети на најважнији елеменат тог догађаја, јер се с правом претпоставља да су читаоци, слушаоци или гледаоци заборавили тај главни елеменат догађаја. „Вест у низу“ – пише Д. Жлендер (1970: 45–46) – „мора, пре свега, да садржи основне, битне, најважније елементе старог, наравно, у најкраћим цртама, и то оне елементе који одражавају континуитет догађаја. Још одређеније, вест у низу мора да садржи, када је већ реч о објављеној чињеници, обавезно основну чињеницу догађаја (кулминациону тачку) која је била мотив обавештавања јавности“. Вести у низу нарочито су погодне за радио и ТВ станице – преко таквих вести прати се континуирано један догађај који траје неколико сати или читав дан и дуже, из сата у сат, при чему је почетак вести резервисан за најновији елеменат догађаја.

Узимамо из ‘Политике’ низ вести формиран по посебном начелу: да се истакну главни догађаји протекле године (преузето је неколико првих са стр. 2):

КАЛЕНДАР ДОГАЂАЈА 2009.

Јануар

2. У пожару у новогодишњој ноћи у једном ноћном клубу у Бангкоку страдала 61 особа.

6. Испорука руског гаса преко Украјине прекинута. Без тог енергента остале су земље Балкана и Турска, а наредног дана и ЕУ.

8. Тужилаштво у Сплиту подигло оптужницу против пет особа које се терете да су 1992. починиле ратни злочин против ратних заробљеника у некадашњем хрватском војном затвору Лора у Сплиту.

9. Полагањем заклетве Барак Обама званично постао нови председник САД. Обама је први црнац изабран на највишу функцију у земљи.
10. Митрополит Кирил изабран за новог поглавара Руске православне цркве.

(4) Остале вести су заправо непотпуне јер им недостају неки од момената битних за овај облик новинарског изражавања, а пре свега један или више одговора на пет битних питања: ‘зашто’, односно ‘како’; углавном само региструју догађај или појаву. Међу тим осталим вестима налазе се: флеш, бараж, ситне вести, занимљивости, протоколарне вести и коминкеи-саопштења.

‘Флеш’ (енгл. ‘flash’ значи ‘муња’), у ствари је скраћена вест или, још боље, само део главе вести; представља најаву вести која ће касније следити и у којој ће се дати подробније, детаљније обавештење о том догађају; дакле, не одговара на сва основна питања, већ само на нека. Флеш је, вероватно, настао касније од вести, пре свега због динамичнијег живота, у коме се разна збивања одигравају такорећи филмском брзином, а представљају домен интересовања људи, па према томе и штампе, радија и телевизије, као и због све развијенијих телекомуникационих средстава.

Бараж (‘антрфиле’) је необавезна информација о необавезној чињеници, успут ухваћеној – карактеристична је само за штампу, и објављује се, по правилу, уоквирена, а сложена је обично нонпарелом (ситнијим словима) или курзивом да би се и графички одвојила. Бараж је, међутим, делимична вест јер је његова егзистенција могућа само у оквиру приказа читавог догађаја.

‘Ситне вести’ говоре о неким споредним, мање важним чињеницама, па ипак, оне имају информативне вредности, истина незнатне, и по правилу, иду без наслова, односно више вести поређају се под заједнички наслов: ‘О свему укратко’, ‘Узгред забележено’, ‘Хроника наших дописника’ итд.

‘Вести о занимљивим појавама и догађајима’ и јесу и нису вести пошто им недостаје један од битних елемената – актуелност. Догађаји о којима говоре, осим ако су у питању наука и техника или збивања у природи, спадају у делокруг необичних људских догодовшттина или њихових пасија или неких чудних појава уопште.

‘Протоколарна вест’, коминике (од франц. *communiquer* – ‘саопштити’, ‘објавити’, ‘ставити до знања’) јесте званично саопштење издато с надлежног места у коме се износе релевантне чињенице о неком догађају или проблему. Најчешће говоре о веома важним питањима којима извесна установа, предузеће,

влади́н орган или друштвено-политичка организација нешто објашњава, закључује, одбацује – истиче, дакле, став, мишљење о одређеној ситуацији³⁰.

б) *Визуелне вести* јесу вести које се ‘читају’ преко слике, оне које свој садржај саопштавају сликом, а не речима. Према техници рада, према томе да ли је слика статична или у покрету, постоје две врсте визуелних вести: а) фото-вест и б) филмована вест.

(1) Фото-вест коју наводимо није само илустрација или некакво допунско објашњење новинарском напису, већ се овде показују као релативно самостална рубрика, са свега неколико редака текста – па је опричавање слике дато са циљем и да информише, и да протумачи догађај или призор. Овде смо одабрали за пример једну занимљивост из природе:

[Najduži val na Zemlji. "crno sunce" i 'vječna' oluja samo su neki od nevjerovatnih fenomena prirode. Najčudnije su ipak marokanske koze 'penjačice'](#)

МЕТРО | 06:30 | 06.12.2009 | 24sata



(2) „Филмована вест, као и фото-вест, има и другу функцију: да сачува од заборава прошлост“ (Славковић 1975: 160).

7. Д. Жлендер (1967: 66–67) дели вести такође на две врсте: прве дају одговор на пет постављених питања, и оне би се могле назвати потпуне вести. У другу групу спадају оне које не испуњавају те услове, и то су непотпуне вести. То им, међутим, не одузима информативну вредност. Извештај је, по њему, проширена вест, тј. такав напис који садржи одговоре и на друга питања. Фото-вест је илустрована вест о неком актуелном догађају. Најзад, ту је и такозвани фактографски интервју, односно интервју који саопштава неки догађај, новост, изношењем чињеница.

8. Занимљива је и подела вести на врсте коју чини Вл. Јисл (1971: 33–36). Према њему, свака од тих врста у суштини даје одговоре на основна питања: ко, шта, где, када, како, зашто. Међутим, свака вест не даје одговор у пуној и истој

³⁰ Ове поменуте ситније поделе вести дајемо по Д. Славковићу (1975: 150, 151–159).

ширини, и истим стилем и језиком. Према томе, поред вести основног типа, формирају се, као самосталне врсте, и следеће вести: ситна вест, извештај, коминике и интервју – начин саопштавања одређене вести у форми интервјуа (исп. и: Славковић 1975: 151).

9. *Језик у вестима*. Нема сумње да квалитет вести, и њена ефицијентност, тј. утицај на свест читаоца, или слушаоца, у великој мери зависи од језика којим је она обликована. „Импулс, снагу, свежину, а пре свега заинтересованост за одређену вест“ – истиче Д. Жлендер – „не одређује форма, композиција, архитектура чињеница које она саопштава, мада се не сме негирати и њена улога. Новинска вест је, у првом реду, предмет интересовања ради онога што она садржи“ (Жлендер 1969: 49). Краткоћа је, дакле, један од основних квалитета вести. Стога се треба чувати инфлације речи која, већ по дефиницији, смањује вредност и ефекат саме вести. И не само инфлације речи. „Свака реч спада у неку категорију – каже Д. Тимотијевић (1968: 95–96). – Реч може бити књижевна, пристојна или непристојна, озбиљна или шаљива, савремена или заостала; може спадавати у научни, политички, дипломатски, административни, конференцијски, фрајерски, шатровачки језик; може бити део жаргона једне одређене професије, заната, мање или веће групе људи: спортских навијача, филмских радника, шахиста, трезвењака, филателиста, ловаца, боема, картароша; може чак имати неки посебан значај само у речнику једне породице, једног разреда у школи, једне спортске екипе, једног затвореног друштва које се окупља око одређеног кафанског стола. Свака реч, као што има своје место у граматици, има своје одређено место у времену и простору, у историји народа и географији земље, у друштву, па и у рубрикама на које се дели оно што улази у новине“. – Новинар мора врло опрезно приступати речима различитог порекла и карактеристика. Вест се уз то, по општем мишљењу, мора језички поједноставити.

10. ‘Вест’, тј. ‘поруку’ или ‘извештај’ Рус-Мол (2005: 27–28) сматра најважнијим обликом новинарског стила. „Много тога, скоро све, може бити вест“. Али у суштини „то је нешто необично, актуелно и нимало свакодневно“. Актуелност је најважнији критеријум избора вести: „она је тренутна, пролазна и без могућности посредовања у времену“. ‘Бити актуелан’ за новинара значи да се непрестано труди да теме које прати и догађаје на чијем је трагу, као и њихов даљи развој, увек изнова чини актуелним. Он то постиже, на пример,

„откривајући најсвежије појединости и саопштавајући нове ставове о неком догађају“.

11. За стварање вести потребан је релативно строг план изградње, и њена композиција треба да личи на пирамиду. Језички кратке, јасне и некоментарисане вести садржајно треба да буду одређене одговорима на седам питања³¹: Ко? Шта? Када? Где? Како? Зашто? Одакле?. У врху вести стоји најважнија информација, о којој се у литератури говори као о „климаксу првог принципа“. Важност информације додатно се истиче и у наслову рубрике. „У првом реду, обично одштампаним масним словима, садржана је суштина ‘вести’, која треба да садржи одговор на седам питања и да не понавља формулације наведене у наднаслову, да не би коришћењем истих реченица постала досадна за читање. Извештавање се затим шири, пратећи по важности, од важнијих ка мање значајним. Посматране с краја, реченице вести би требало да буду све краће, не губећи на информативности садржаја“ (Рус-Мол 2005: 28).

Рус-Мол (2005: 31) – по узору на Вајшенберга – разликује три облика извештаја: а) чињенички извештај, „који почиње најважнијом чињеницом и даље прати ток од важнијих ка мање важним детаљима“; б) извештај са заплетом, „који има одређену драмску структуру“ и в) извештај са цитатима, „који сажима изјаве из говора и дискусија, записника или из интервјуа“. У вести новинар треба да се труди да досегне објективност извештавања. „Одвајање вести од мишљења је[сте] једна од најважнијих заповести информативног новинарства“.

3.1.1.2. Дефиниција вести

Вест се може дефинисати као најкраћи облик извештавања, а најбитније атрибутне одреднице јесу: новост, актуелност и занимљивост (Славковић 1973:180).

³¹ В. т. 2 овог погл. – Број елемената креће се од три или пет до седам и више.

3.1.1.3. Стил вести

а) „Новинска вест се одликује посебном техником; значај вести се истиче местом у листу, графички – обликом и величином слова, допуњује сликом или цртежом (што јој повећава снагу аутентичности), или, ако су вести мањег значаја, објављују се у низу“ (Славковић 1973: 181).

б) Радио вест је најчешће краћа од новинске и уместо наслова има само најаву. Она је пропраћена и звучним елементима. Одликује је велика брзина емитовања и она се обично јавља у својству вести са „насловне стране“.

в) Телевизијска вест може бити емитована као говорна, као фото и као филмована вест – и комбиновано.

На структуру, стил, методе писање и обликовања садржаја утичу већ поменути публицистички императиви, па их није потребно поново наводити. Треба ипак поновити да постоји тзв. правило 5W: Who – ко; What – шта; Where – где; When – када; Why – зашто. Касније је било придодато још једно питање, али оно се није уклапало у систем 5W, пошто није почињало словом W, па није наставило да постоји у тој традицији. То питање је гласило како (how). Ово уврежено мишљење се претворило у догму, што никада није повољно, посебно за новинарску сферу, па је касније раскинуто са тим и додата су многа неопходна питања (Ђурић 1989: 115).

На основу свих изнетих ставки, можемо извести закључак да је вест концизна актуелна информација, која треба да пружи велики број информација уз ограничење броја слова, јер је једна од њених претпоставки управо сажетост. Осим тога, она мора да поштује начела писања, а то су, подсетићемо се, јасност, концизност, тачност, живост и складност. Пример 1:

„ИЗЛОЖБА ПОВОДОМ СТОГОДИШЊИЦЕ РОЂЕЊА ФИЛИПА ФИЛИПОВИЋА

Чачак, 16. децембра

У Дому културе данас је отворена изложба фотографија и докумената о револуционарном животу и раду Филипа Филиповића, првог секретара КПЈ. Отварању изложбе коју је припремио Народни музеј из Чачка, присуствовали су представници друштвено-политичког, привредног и културног живота региона Краљево и општине Чачак. Изложбу је отворио секретар ОК Савеза комуниста, Милован Гавриловић“ (Славковић 1973: 185).

У новинама су чести примери објаве венчања или смртовнице, што такође спада у категорију вести, уколико је испуњен услов актуелности.

Уколико се ради о венчању анонимних особа, објава је кратка и садржи смо неопходне податке:

1.

„Колективно венчање 400 парова у Београду
04. Мај 2008. 02:03, Извор: Радио Телевизија Војводине

БЕОГРАД – Јубиларна, десета манифестација колективног венчања „Свадба за маштање“ биће одржана данас, када ће се венчати 400 будућих брачних парова, 200 у Старом двору, а 200 у општини Савски Венац, најављено је из Градске управе. Од ове године, то је градска манифестација и уврштена је у туристичку понуду Београда. Прво колективно венчање одржано је за време НАТО бомбардовања, у мају 1999. године, када се венчало 20 парова“

(<http://www.vesti.rs/Vesti/Kolektivno-vencanje-400-parova-u-Beogradu.html>).

2.

„Јелена Симић и Драган Ћусо
Верили смо се 29.10.2009.године
Венчање је 01. маја 2010. год. у Храму Рођења Пресвете Богородице у Мркоњић Граду.
Свечаност је у свадбеном салону „Аполон“ у Језеру“

(<http://www.vencanja.com/najava.html>).

Ако се, пак, ради о венчању јавних личности, објава венчања је исцрпнија, укључени су и други подаци, најчешће у вези са припремама венчања, који се односе на гардеробу младенаца, цену церемоније и путни аранжман након обреда, популарно означеним као „медени месец“.

3.1.1.4. Закључак о вести

Вест смо схватили као кључну форму новинарске речи. Она садржи податке о предмету, кратак опис догађаја или сл., а новинар се максимално уздржава од изношења сопственог става. садржај се описује по одређеном редоследу, који је карактеристичан за новинарски текст: Наслов објављује најважније чињенице, затим долазе остале према значају и интересу који буде код читаоца. Кад је реч о ефицијентности исказа треба се водити начелима доброг стила. Ту долазимо до парадоксалне тврдње да се треба придржавати одређеног шаблона, који је примарно стереотипне природе, а затим наилазимо на опонирајућу ставку да се треба држати даље од стереотипних форми и конструкција. Обе тезе су исправне и нису искључне, већ се показују као компатибилне. Ово је нарочито оправдано у епистоларним формама које су намењене комеморативним службама, где је структура изложеног на први

поглед секундарна, а опет директно сразмерна хармонији и учинку егзегезе. О неким од тих форми биће речи касније у овој књизи.

3.1.2. ИЗВЕШТАЈ

3.1.2.1. Уводне напомене

1. „Извештај је“ – по мишљењу Р. Животића (1993: 49) – „типично информативни новинарски жанр. Примењује се у свим медијима јавног информисања и сваки му медиј даје извесне специфичности у језику и стилу [...] – Извештај као жанр је одређен структурно-композицијским моментима, који не произилазе из тема и садржина које се специфично обликују. У смислу садржине најчешће је то ‘неки значајнији догађај’, али је истина да има и таквих садржина које је могуће обликовати и у форми коментара, и у форми интервјуа, и у форми репортаже – а у њима је могуће пронаћи и вредносне компоненте“.

Пошто извештај, по Д. Славковићу, има врло много сличности са вешћу, дакле поседује готово све елементе вести, многи су га истраживачи изједначили са вешћу³². „Поједини теоретичари новинарства тврде да је извештај, у ствари, проширена вест“ (Славковић 1975: 167). Вл. Јисл (1971: 21–23), међутим, сматра да особеност извештаја произлази директно из његове тематике: свет извештаја су значајни политички и јавни догађаји, у извештају се првенствено ради о мислима људи који су ту учествовали (на одређеном скупу), о тумачењу онога што су рекли. М. С. Черпахов (1971: 33), пак, каже: „Док вест одговара само на питања ко, шта, када и где је неко нешто учинио или ће учинити, дотле извештај редовно објашњава и како и на који начин је неко нешто учинио [...] Осим тога, у извештају је неопходан резиме, вредновање и предлог“.

3.1.2.2. Дефиниција извештаја

1. „Извештај је такав облик преко кога се јавност упознаје са током (да не кажемо хронологијом или историјом“, – истиче Славковић (1975: 168), – „јер су то, ипак, шири појмови) одређеног догађаја, наравно са свим детаљима

³² В. т. 7 претходног погл.

неопходним за боље разумевање (дакле, не само битне него и друге допунске чињенице), и већ тај елемент довољан је да извештај не сврстамо у категорију вести. Јер, очигледно је да обавестити јавност само о догађају (о његовим главним чињеницама) није исто што и обавестити јавност о току једног догађаја, у коме има и важних али и такозваних споредних чињеница“.

а) „Извештај није искључиво дужи напис (понекад и вест може да буде дужа од извештаја), већ је битна разлика у садржини: извештај говори о току догађаја, а вест само региструје (констатује) тај исти догађај“³³. Извештај је такав облик новинарског изражавања преко којег се јавност упознаје са током једног догађаја или појаве (чињенице живота), пошто се опширније и са више детаља одговори на уобичајена питања: ко, шта, где, када, како или што и, евентуално, одакле потичу подаци и каква је перспектива (чињенице). Али да би извештај био потпуно спреман за штампање или емитовање, он мора да поседује и друге елементе. То су, као у вести: новост, актуелност, истинитост, важност или занимљивост, да буде кратак, односно дуг управо колико је неопходно и, најзад, да буде језички чист и коректан, поштујући основне принципе новинарског писања. Уопште, за све новинарске врсте важи правило: сваки напис мора да буде, пре свега, информативан. С тим у вези, Ж. Митровић истиче (1960: 62) „да је све што се у листу објави, по правилу, информација, све од прве до последње стране, на којој стоје огласи, све од вести до чланка. Јер, чланкописац мора да има повод, да има мотив за писање, а у том мотиву налази се информација, обавештење, које га је побудило да се у даном тренутку чланком обрати читаоцима“.

б) Слично мишљење о извештају има С. М. Гуревич, који каже (цит. по: Лисл 1971: 24–25): „Док вест претежно сажето информише о факту, о догађају, извештај говори о важним детаљима овог догађаја и о његовом току“. И поред

³³ „Међутим“ – наставља Славковић на истом месту (1975: 170), – „новинарски облици изражавања нису строго дефинисани, чисто омеђени; они су испреплетани, врло често један прелази у други, мешају се међу собом, допуњују се међусобно (испред извештаја може, на пример, да буде чиста вест, као најава догађаја). Има случајева да се у једном напису може наћи и по неколико облика у исти мах (и вест, и извештај, и интервју, и репортажа), па ипак да тај напис буде дат на врло коректан начин. Све зависи од догађаја, од онога што се жели постићи, од идејне функције написа, и изнад свега од вештине новинарског пера. Управо те чињенице и отежавају обраду новинарских жанрова“.

такве констатације, и за Гуревича извештај је само врста вести (бар га тако класификује), „чији је задатак да информише о неком догађају, пре свега, о састанку, конференцији, о спортском такмичењу, о дочеку делегације итд.“. Он такође изричито захтева да извештај има елементе оцене (Узгред речено, све оно што се објави у средствима масовног комуницирања, самим чином објављивања, носи у себи елементе оцене) (Славковић 1975: 171).

2. Композиција извештаја треба да одговара теми или догађају – мисли Р. Животић (1993: 50). – Почетак чини глава или уводни део, за којим следи обрада теме. „У том смислу су могућа три поступка: а) у глави извештаја могу се концизно поменути најважније чињенице, а затим у разради развијати тема и приказивати ток догађаја; извештај се може почети и непосредним приказивањем тока догађаја, без ‘уводне’ главе извештаја, а чињенице се упознати поступно, у њиховоме саодносу, у целини структуре; в) ако се у извештају садржи више догађаја – онда се с разлогом примењује мозаик структура“.

3.1.2.3. Врсте извештаја

Према начину обраде, композицији, постоје три врсте извештаја: прво, обичан изв., друго, репортерски, и треће, коментаторски.

1. *Обичан извештај* најчешћи је у штампи, на радију и на телевизији. То је „нормални, ’мирни’ извештај, дат коректним новинарским језиком, рађен управо на основама класичног принципа ‘пет питања’, без тежње да се донесе нешто ново у изразу, да се начином обраде, конструкцијом нити и стилем превазиђу ти устаљени новинарски принципи; свесно се иде неком врстом шаблона – у најкраћим цртама се износи не само оно што је битно у догађају, тачније у току догађаја који се обрађује, већ и оне чињенице које ближе одређују догађај, дају му рељефну димензију“ (Славковић 1975: 172).

Обичан извештај јавља се у оним случајевима када је догађај (или појава) сам по себи такав да је прихватање ове форме и најпогодније и најрационалније, па према томе и најефектније. Такви су догађаји: заседања скупштинских већа или одбора, разни скупови, дочеци и испраћаји познатих личности, прославе, свечаности, спортска такмичења итд. Управо зато што сви они имају додирне елементе и сличности, што се, по правилу, понављају из дана у дан, из месеца у

месец, или зато што им је ток идентичан (са гледишта обраде) – извештаји, по правилу, личе један на други. Зато и новинар неће погрешити ако, у свим тим случајевима, не бежи од стилског шаблона, већ га прихвата као готово једино могући начин обавештавања јавности о току одређеног догађаја.

„Обични извештаји могу да се праве на два начина: а) хронолошким праћењем тока догађаја, и б) стављањем у први план најважније чињенице догађаја. Сваки догађај (појава) саздан је од низа мање или више важних чињеница које, све заједно, уобличавају тај догађај. Те мање важне чињенице, и те најважније, поређане су хронолошким редом, каквим се и одвијао одређени догађај. Тим редом, врло често, иде и извештај – од почетка до завршетка догађаја, са свим оним детаљима између те две крајње тачке [...] Наравно, и у овом новинарском раду, у извештају, могући су промашаји различите врсте: од нетачног приказивања тока догађаја до егзибиционизма – тежње новинара да начини леп, китњаст, атрактиван извештај, при чему се обично заборави основна вредност сваког новинарског написа – информативност, чињенице“ (Славковић 1975: 173).

Више бакра и без губитака

Бор – Борски комбинат бакра је 2009. годину завршио са 22 одсто већом производњом и са мање еколошких загађења, а у новој години ће се ослободити свих губитака и са новом опремом ће дугорочно стабилизovati производњу бакра, злата и других племенитих и ретких метала.

То је новинарима саопштио Благоје Спасовски, генерални директор РТБ ‘Бор’, подсетивши да је за 11 месеци у 2009. години у комбинату произведено 21.000 тона бакра, 452 килограма злата, 2.610 килограма сребра и 12 килограма платине.

Значајно је да је све то постигнуто са 30 одсто мање трошкова и са истом опремом коју је комбинат користио и у 2008. години. У 2010. почеће дугорочна стабилизација производње и због тога ће комбинат, већ од јуна, пословати са новом опремом.

Из увоза ће стићи два нова багера, исто толико булдожера, десет највећих камиона, грејдер и бушилица. Вредност опреме је 33 милиона долара. Та опрема ће бити коришћена за откривање јаловине у борском и мајданпечком руднику, и то тамо где је руда богатија.

У минулој години ваздух је у Бору био знатно чистији захваљујући томе што су, уз помоћ Министарства за заштиту животне средине и НИП-а, уграђена три нова филтера, чиме је загађење сумпор-диоксидом смањено за 40 одсто.

Директор Спасовски каже да је посебно значајно што ће у новој години комбинат, са новом опремом и бољом организацијом посла, бити још успешнији и што ће, коначно, моћи да послује без губитака и измирује своје обавезе према држави.

(С. Тодоровић, *Политика* 31. 12. 2009, стр. 18.)

Дати извештај са конференције за штампу на крају године ауторизован је, па би се очекивала и која реч коментара из новинаровог пера. Тога, међутим,

нема. Текст је ослоњен на речи директора, који је углавном говорио о успесима и оптимистичким плановима.

2. *Репортерски извештај* представља врхунски облик новинарства, наравно ако је достигнут одређени квалитет, ухваћена права мера, а језик богат, жив, језгровит. Није потребно наглашавати да је такав домет доступан само изузетно вештим новинарима.

„Ова врста извештаја готово и нема никаквих правила. Његова форма зависи искључиво од аутора, од његове маштовитости и снаге пера, од његових запажања и од његовог начина изражавања. Између репортерског извештаја и репортаже, стога, постоје велике сличности, али и разлике, мада не тако битне. Као и репортажу, репортерски извештај посебно карактерише сочан стил, уношење занимљивих детаља, стварање атмосфере догађаја о којем се пише, улажење у читав догађај са свим оним, наизглед, ситницама које му дају тачно одређену боју. Поред тога, репортерски извештај треба да има и један топао, људски прилаз, добронамеран, са призвуком саучесништва у трагедији или радости, у стварању, односно успеху.

У чему је, онда“, – пита се даље Славковић (1975: 175) – „разлика између репортерског извештаја и репортаже? Само у два елемента: репортерски извештај мора да говори о току једног догађаја и мора одмах да се појави у радио и телевизијској емисији, односно сутрадан у листу. Репортажа, међутим, даје пресек неког догађаја (појаве или човека) – ток догађаја може се, али није обавезно, испричати – и није строго везан за време емитовања или штампања. Све остало, сви други елементи – потпуно су исти у репортажи и репортерском извештају“.

3. *Коментаторски извештај*. Као и репортерски, тако и коментаторски извештај може да досегне највиши новинарски домет. То је она врста извештаја у коме се нешто објашњава, тумачи, даје оцена, износи суд о једном догађају (или појави), и то одмах, док још траје или је тек завршен. Коментаторски извештај може да буде, у целини, критика догађаја (или појаве), али је понекад довољно у једној јединој реченици, неком врстом закључка, изнети одређену оцену. А да би се то постигло, неопходно је да новинар изванредно познаје материју о којој пише, да буде смео и храбар да каже истину, без обзира на то да ли она погодује одређеном кругу људи (Славковић 1975: 176):

За разлику од репортерског извештаја, у коме доминантну улогу имају моћ запажања и вештина пера, коментаторски извештај захтева озбиљност, студиозност и аналитички приступ теми (то не значи да и репортерски извештај не треба да има те квалитете), сталоженост, способност да се у правом моменту одабере права реч: похвала или покуда. Док новинар у репортерском извештају иде директно у срце слушаоца, гледаоца или читаоца, дотле се у коментаторском извештају он обраћа њиховом разуму. Тако начињен коментаторски извештај, не ретко, има снажан одјек: он је, заправо, ненаметљив суд о једном догађају (или појави), поред тога што у себи садржи још један веома значајан квалитет – брзину реаговања. Ту, у брзом давању оцене догађаја, понајвише долази до изражаја самосталност новинара, која не произилази из некаквих апстрактно схваћених демократских слобода. Самосталност – која допушта и ризик, и смелост, па и грешке –нераскидиво је повезана са одговорношћу новинара пред друштвом, идеологијом друштва и, наравно, пред својом савешћу. Јер, средства масовног комуницирања су огледало друштва, његов критички и стваралачки израз, па стога морају да одражавају право стање ствари, дилеме и противречности, конфликте и недостатке – дакле, све оно што се реално одиграва у том друштву“.

Година рекорда усред кризе

Ваљоница бакра у Севојну 2009. произвела више него икад за последњих 20 година

Ужице – Генерални директор Ваљаонице бакра Севојно Драган Суботић има разлога за осмех. Фирма којом руководи – а већински власник је фирма „Ист поинт“ Зорана Дракулића – једна је од ретких у Србији која ову кризу стоички подноси. И на њу одговара растом производње, већим извозом, освајањем нових тржишта, додатним инвестирањем, запошљавањем радника.

Док се други ових дана углавном сабирају колико им је у години за нама услед кризе пала индустријска производња, у Ваљаоници бакра успели су да производњу подигну за пет одсто. Стигли су на око 36.000 тона произведених вучних и ваљаних производа од бакра и легура, што је најбољи годишњи резултат у последње две деценије. Од тога у извоз, ове године вредан око 50 милиона евра, отишло је скоро 90 одсто производње.

– Имајући у виду укупно окружење и проблеме наших купаца, пре свега оних у Западној Европи, мислим да смо једна од ретких фирми у металопрерађивачком комплексу која је остварила већу производњу и од планиране и од остварења из претходне године... – објашњава Драган Суботић...

Бранко Пејовић, *Политика* 31. 12. 2009, стр. 19.

Текст се затим наставља дугом изјавом генералног директора, што за нас даље није интересантно. Напомињемо само да је извештај заправо мешовитог типа, са прилично вешто сроченим уводом и симболичким осмехом директоровим који говори о добром стању у фабрици итд., и главнином текста који изговара сам директор. Нека комбинација изјаве, интервјуа и извештаја.

г) Коментарисаним, иако не коментаторским, може се сматрати извештај о неком битном догађају или појави, где се у улози коментатора јавља сам

учесник, па извештај у по нечему личи на интервју. Ево једног извештаја о научном открићу:

Откривена два гена крива за рак мозга

Када су истраживачи Универзитета Колумбија „утишали“ два гена Ц/ЕПБ и Стат3 у људским ћелијама глиобластома, потпуно је блокирана њихова могућност да формирају туморе. Истраживачки тим сада покушава да развије лекове којима ће постићи исти ефект.

– Та два гена су главни контролни чвор болести. Када се симултано активирају, раде заједно како би укључили на стотине других гена који трансформишу ћелије мозга у веома агресивне ћелије. Ово што смо открили значи да ако успемо да зауставимо оба гена симултано, користећи комбинације лекова, то би могао да буде спас за ове пацијенте, за које до сада није постојао одговарајући третман – каже главни истраживач, др Антонио Јавароне.

Блиц, 3. јануар 2010, стр. 28.

Тумач проналаска остаје на површини проблема и говори само о терапијским моментима, а не упушта се у механизам истраживања, што је много важније са научнога гледишта, али је мање интересантно за обичног читаоца.

3.1.2.4. Спортски извештај

1. Спорт у наше време изазива посебну пажњу, не више само младих, већ и генерација које су зашле у дубље године старости. Спорт је, по новинарском убеђењу – „природна манифестација човека, његова потреба за здрављем, за такмичењем, за племенитим надметањем, за борбом, поред тога што значи и физичку и психичку рекреацију. Новинарство је прихватило овај феномен спонтано, из једноставног разлога: све што је догађај, чињеница, садржина човекове активности, у било ком виду и било ком смислу, чини суштину информације и рада средстава масовног комуницирања. Штампа, радио и телевизија (наравно и агенције) данас примају, обрађују и емитују хиљаде речи о спорту и физичкој култури, а директни преноси преко радија и телевизије чине радосне тренутке у готово свим домовима широм света. То је створило и посебан тип новинара – спортског извештача, пре свега“ (Лукач 1970: 157–158).

2. Шта је, заправо, спортски новинар? И он, као и сваки други новинар, прикупља, обрађује, пише и штампа или емитује информације из једне одређене области људске активности. То значи да је специјалиста за ту област (у новинарском смислу те речи), која је веома атрактивна за читаоце, слушаоце и гледаоце, а новинару омогућава лак, леп и лепршав начин писања, помало чак необавезан (необавезност овде никако није синоним за неистинитост). С

обзиром на то да је публика којој се обраћа многобројна и састављена претежно од младих људи, то је одговорност спортског новинара деликатна: његови написи треба позитивно да утичу на формирање свести, на морални лик младића и девојака, да изазову у њима чиста, племенита осећања, љубав према људима свих боја и раса. Није случајно спорт назван мостом међу народима.

3. Спортски извештачи, наравно, служе се свим облицима новинарског изражавања – од вести и извештаја, па преко коментара и интервјуа, све до репортаже. С те стране, нема апсолутно ничег новог и специфичног у њиховом раду. Па ипак, најчешће се служе извештајем као формом саопштавања информација, с обзиром на то да, углавном, прате токове спортских такмичења. Дуги низ година и они су у својим извештајима ишли хронолошким редом у описивању догађаја на спортским борилиштима, ‘фотографисали’ су поједине детаље, али ређе давали оцене квалитета такмичења и такмичара.

4. Данас се ради друкчије, модерније и, наравно, много боље: у првом делу извештаја обично се да оцена игре или се изнесу најдраматичнији тренуци, а онда се, објашњењима и тумачењима, читаоци, слушаоци или гледаоци шире и дубље упознају са током такмичења. „Било је нереално очекивати“ – пише С. Лукач (1970: 158) – „да ће просечан љубитељ спорта хтети да чита стручне књиге да би имао вишедимензионални посматрачки доживљај. Али, ту је новинар да кроз извештај, без досадне стручне разметљивости, занимљиво, органски укомпоновано у извештај, пружи читаоцу она обавештења која ће му помоћи да сагледа спорт и са његове друге стране, невидљиве спољној акцији. Дидактичка вредност таквог дубинског, интерпретативног извештаја је неоспорна, јер постепено мења начин посматрања, оплемењује га, даје му више димензије. Читалац почиње да разликује стилове, физичке и психолошке типове спортиста; он у спортским играма разликује тактичке варијанте; препознаје физичку кондицију, техничку припремљеност, борбене елементе. Постаје, речју, посматрач са спортском културом. Његов некад искључиво емоционални доживљај такмичења надограђује се стручно-аналитичким мисаоним елементима“.

5. Треба, међутим, рећи да спортски новинари занемарују друге облике новинарског изражавања. Мало је, пре свега, коментара о збивањима, дилемама, странпутицама у спорту и физичкој култури, онда и онаквих написа који би покретали расправу о друштвеној проблематици у овим областима и

представљали помоћ спортским организацијама у унапређењу масовних облика рада, нарочито међу омладином, а све то са циљем јачања здравља, побољшања радне способности, и сл.

6. Тренутно је, међутим, у центру пажње новинара скоро искључиво врхунски спорт, ситуација у међународним форумима и такмичењима итд., а сасвим је запостављена тема свакодневног спорта неопходног за здравље људи.

Спортске рубрике појединих листова, онако како се припремају, често могу да послуже као најбољи доказ Лењиновој констатацији (1960: 172) по којој штампа у капиталистичким земљама „тричаријама и пикантеријама“ жели да одстрани пажњу „народних маса од стварно озбиљних, дубоких и основних питања њиховог живота“. О спортистима, а нарочито фудбалерима, пише се сензационалистички, обрађују се свакојаке ситнице из њиховог живота, „па се износе и такве интимности“ – примећује Славковић (1975: 188) – „које пре одговарају стилу булеварске штампе“.

3.1.2.5. Стил извештаја

1. Следи анализа извештаја под називом *Усвојена Декларација о Сребреници*:

Ускоро и Декларација о злочинима над Србима

Колегијум Скупштине Србије, који је председница парламента Славица Ђукић-Дејановић заказала за четвртак, разматраће декларацију о злочинима почињеним над Србима на простору бивше Југославије.

Дејановићева је изјавила да је владајућа већина написала почетну верзију тог документа и додала да ће се предлог те декларације релативно брзо наћи пред посланицима.

Усвојена Декларација о Сребреници

Београд – Скупштина Србије је после 13 сати расправе усвојила Декларацију којом се осуђује злочин у Сребреници. За Декларацију је гласало 127 посланика.



За Декларацију којом се осуђује злочин над бошњачким становништвом Сребренице у јулу 1995. године, на начин утврђен пресудом Међународног суда правде, гласало је 127 посланика владајуће коалиције, док је против био 21, а један посланик није гласао. Посланици Српске радикалне странке и Либералнодемократске партије нису учествовали у гласању.

Декларацију су подржале посланичке групе За европску Србију, Г17 плус, Социјалистичка партија Србије – Јединствена Србија, Партије уједињених пензионера Србије и мањине.

Против су били посланици Демократске странке Србије и Нове Србије, а посланици Српске напредне странке напустили су салу пре гласања. Пре гласања није усвојен предлог шефа посланичке групе ДСС-а Милоша Алигрудича да посланици гласају прозивком.

У Декларацији, Скупштина Србије позива све некадашње сукобљене стране у Босни и Херцеговини и другим државама бивше Југославије да наставе процес помирења и јачања услова за заједнички живот заснован на равноправности нација и пуном поштовању људских и мањинских права и слобода, да учињени злочини више никада не би били поновљени.

Скупштина Србије изражава очекивање да ће и највиши органи других држава с територије бивше Југославије на овај начин осудити злочине извршене против припадника српског народа, као и да ће упутити извињење и изразити саучешће породицама српских жртава, пише у Декларацији.

У преамбули Декларације наведена су међународна акта на које се Скупштина Србије позвала, међу којима су Устав Србије у коме стоји да су људски животи и достојанство неприкосновени и Универзална декларација УН-а о људским правима.

Скупштина Србије пружа подршку раду државних органа задужених за процесуирање ратних злочина и за успешно окончање сарадње са Међународним кривичним трибуналом за бившу Југославију, у чему нарочиту важност има откривање и хапшење Ратка Младића, ради суђења пред Хашким трибуналом“ (31. март 2010. | 00:30 | Извор: Б92, ФоНет, Бета).

а) Ово је скраћени приказ седнице Скупштине. Новинар је преузео улогу чланкослагача са слободом да допише свој текст и избаци делове преузете грађе. У чланку који анализирамо преузете су вести из „Бете“ и „ФоНета“, а наслућује се да је новинар који је био „аутор“ из редакције Б92. Извештај испуњава једно од важнијих обележја овог жанра – имперсоналан однос аутора према тексту. Аутор постоји, али се не помиње³⁴. Он бира методолошки поступак, одлучује да не убаци ниједан цитат у краћу верзију извештаја, прави га дескриптивним и строго информативним³⁵.

б) Текст је у овом случају детерминисан насловом. У наслову се не види само предмет заседања него и коначни закључак. Тако извештај испуњава жанровску карактеристику по којој је композиција таква да се у наслову и у лиду даје ударна вест о томе да је усвојена Декларација о Сребреници. Већ од овог момента читалац одлучује да ли ће да настави са читањем чланка.

в) Аутор се одлучио за опис и нарацију, и у грађењу композиције користи различите комуникативне форме: (а) насловни блок (наслов, поднаслов,

³⁴ То је и захваљујући томе што он нема потпуно ауторство над текстом, а и зато што је пракса непотписивања аутора преузета из агенцијске праксе.

³⁵ Аутор је нешто попут логичког субјекта, логично је да је ту и кад га нема.

временску одредницу и позивање на изворе); (б) фотографија са приказом скупштинске сале (одмах после поднаслова); (в) лид у коме је семантичко језгро чланка; (г) чланак; (д) бараж ('антрфиле') у оквиру чланка; (ђ) секвенца телевизијског снимка Б92³⁶.

г) Извештај је слаган по принципу фиока, логичких целина које у новинском раду служе да уредник може лако манипулисати дужином текста. Овде је то супротан процес, јер су „фиоке“, у ствари, „извучене“ из опширнијег текста и сложене у извештај.

д) Ток догађања, који је један од значајнијих обележја овог жанра, овде је скрајнут. У извештају о Декларацији у Сребреници хронолошки ток седнице је дат али не у скраћеном облику извештаја, већ у његовој интегралној верзији. Зато има места тврдњи да је скраћена верзија по типу информативни а дужа репортерски извештај.

2. Вести и извештаји заузимају велики простор у медијима, самим тим, велики је и утицај који имају на општу, а и језичку слику. Језик и стил којим комуницирају средства јавног информисања лако је доступан најширој публици а велика је и вероватноћа усвајања језичких форми које они преносе. Информације се усвајају свакодневно, чак сваког минута, а упоредо се усваја и језик који оне доносе. Публика је најшира могућа, из свих друштвених слојева. Савремени човек све више комуницира кроз медије, пресликава и репродукује готове језичке фразе и конструкције. Што је већи медиј – већи је и његов утицај на језик. Тај утицај није занемарљив, већ је доминантан. Образовни систем том утицају не може да парира.

Стилом извештаја се не утиче само на језик већ и на друштвену свест. Медији обликују информације према њиховим потребама.³⁷ Они примају и врше утицај, па је и стил и језик све више у функцији поруке којом се креира јавност.

3. Овај извештај формално спада у публицистички функционални стил, али по језичком изразу и суштински има особине административног стила.

³⁶ Где није пропуштена прилика да се прикаже економско-пропагандни блок

³⁷ Медији примају и врше утицај. У том трансферу, обесмишљен је израз „независан медиј“; често настаје права збрка у великој жељи да се медиј додвори политичким партијама или политичким и социјалним елитама који чине њихову 'циљну групу'. Ту је и велики утицај нових или старих власника приватних медија, чија је мотивација често изван опште друштвене користи.

Административни стил се одомаћио у медијима. Зарад брзине извештавања преузете су сувопарне и безличне фразе, непотребна нагомилавања речи, клишеизирани реченичне форме и изрази. Тако је језик извештавања³⁸ осиромашен на уштрб информације.

3.1.2.6. Закључак о извештају

1. Извештај је – како следи из наше расправе – врло рашширен облик новинарске речи, према темо и највреднији пажње. Извештај је облик новинарског изражавања преко којег се јавност упознаје са током једног догађаја или појаве (чињенице живота), пошто опширније и са више детаља од вести одговори на уобичајена питања: ко, шта, где, када, како или што и, евентуално, одакле потичу подаци и каква је перспектива (чињенице). Али извештај мора да поседује и друге елементе. То су, као у вести: новост, актуелност, истинитост, важност или занимљивост, да буде кратак, односно дуг управо колико је неопходно и, најзад, да буде језички чист и коректан, поштујући основне принципе новинарског писања. Уопште, за све новинарске врсте важи правило: сваки напис мора да буде, пре свега, информативан.

Има више врста извештаја, и они се међусобно најпре разликују по предмету о којем се пише, па поред спортског – који има своје посебне језичке и стилске одлике – постоје извештаји о привредним, финансијским, политичким, па и културним и другим догађајима који заслужују пажњу новинара и могу интересовати публику. По обиму и унутрашњој структури разликују се обични, затим коментарисани извештај итд.

Пожељно је да извештај, као и већина других новинских написа, буде језички исправан и стилски привлачан: усклађен са предметом и циљном публиком, живахан и стваран у описима и објашњењима.

³⁸ То се претежно односи на кратке форме: вест и извештај.

3.1.3. КОМЕНТАР

3.1.3.1. Опште напомене

1. Коментаром се у књижевној и научној прози (РКТ 1992: s. v.) још код античких грчких и римских писаца сматрају „успомене као основни материјал за доцније писање историје (Сула, Цицерон, Цезар). Цезарови коментари о грађанском и галском рату су несумњиво стилски осмишљено дело, у којем се доследно негује једноставно излагање, прецизан израз и извесна тежња ка објективном, непристрасном изношењу чињеница. Као такви, његови к. су постали школски узор лат. прозе, и један од основних школских текстова у хуманистичком образовању. У филозофском смислу к. означава стручне белешке уз старе и савремене текстове“.

2. У новинарству се слабо прави разлика између коментара и њему сродних форми: белешка, осврт, чланак, друштвена хроника или рецензија и др. Зато ћемо и ми све ове форме подвести под заједнички појам коментара. „Коментар је јавно изражено или написано мишљење (став, оцена) о унутрашњем склопу, предисторији и последицама једног актуелног догађаја или појаве“, – сматра Славковић (1975: 196–197). – „Док информативни жанрови (вест и извештај) говоре о догађају, појави, човеку (нешто рекао или урадио), докле се коментар, као најтипичнији аналитички жанр, прави поводом догађаја, појаве, човека. Тек, дакле, када је једна чињеница живота већ регистрована, тек тада настаје тренутак рађања коментара. Већ и у овом факту појављују се два његова елемента: (1) он мора временски да се брзо веже за један догађај (или појаву, или човека), да буде строго актуелан; (2) он треба да каже нешто више о том догађају (појави или човеку), да га објасни, протумачи и да му да политичку, идејну димензију“.

Информисање је превасходна улога медија, али не и једина³⁹. Читалац, према ономе што пишу теоретичари новинарства, слушалац и гледалац по правилу тражи не само да буде на време, тачно и детаљно обавештен о једном догађају, већ и да му се он подробно објасни, да се осветли са свих страна, да се свака појава у друштву испита озбиљно, да се пронађу њени узроци и предвиде

³⁹ Исп. више о томе у: Славковић 1975: 192–193.

последнице, да се истакне дејство те појаве на укупна збивања у заједници, како у ужој тако и у широј. У служби разматрања различитих појава битних за живот друштвене заједнице, њиховог објашњавања, тумачења, давања оцене и изношења става, суда – јављају се посебни облици новинарског изражавања. То су: белешка (осврт), друштвена хроника, коментар, чланак, рецензија и сл. Ове форме веома су сличне међу собом, основни циљ чак им је приближан, али их одваја, пре свега, начин прилажења и тумачења чињеница, избор теме и поступак у обради. Између ових форми постоји, рекло би се, градација по тематици: белешка и осврт захватају неки детаљ из друштва; коментар тумачи неку појаву или неки догађај у друштву; чланак широко објашњава једну или више појава као целину, анализира их, даје им другу димензију; друштвена хроника говори о понашању људи или групе људи; рецензија се бави друштвеним вредновањем једног уметничког или научног дела. Постоји мишљење, не без основа, да су белешка, осврт, друштвена хроника и чланак само видови коментара. Од посебног значаја је и такозвани редакцијски уводник који, често, не изражава само став једног новинарског колектива, већ и став владе или политичке партије. Редакцијски уводник се код нас штампа, по правилу, на првој страни, сложен је масним словима, а текст је често уоквирен и не носи потпис аутора. На радију или телевизији редакцијски уводник иде у чело емисије, а чита га обично најбољи спикер.

3. Коментар и њему сличне форме, према томе, настају поводом неког догађаја, појаве итд., а објављују се, најчешће, као одзив на дневне актуелне догађаје и појаве, ма да могу реаговати на догађаје и појаве који нису строго актуелни, али су стално присутни или се повремено јављају у друштву. Наравно, они могу да значе и реаговање (упозорење, претходно разматрање, указивање) на будуће догађаје, на догађаје који се очекују, и то са циљем да се објасне, осветле са свих страна, да им се да шира, свеобухватнија димензија и стога су они увек ангажовани и доприносе расправи о неком актуелном питању, нарочито контраверзном. Уосталом, коментар је латинска реч и значи: објашњење, тумачење, излагање, размишљање. Коментар, заправо, жели да помоћу разума доведе до разумевања. То исто, са извесним нијансама у начину обраде и приступу теми, важи и за белешку, осврт, друштвену хронику, чланак или рецензију који дају другу, дубљу слику догађаја или појаве, указују на њихову суштину, узроке, последнице, повезаност са нечим што се обично не

види или се не може одмах видети. При свему томе, од изузетног је значаја мишљење аутора, његов закључак, осуда или похвала, замерка или критика, без обзира на то да ли хвали или куди. Наравно, то су пре свега политичка мишљења, тачније, политички ставови. Стога коментар мора да води рачуна о неколико основних елемената: – да садржи шире објашњење постављене тезе; – да укаже на проблем управо онакав какав је у том тренутку; – да изнесе чињенице у оној мери у којој се неће заобићи истина и суштина, али се неће прећи ни граница ‘апсорпционе моћи’ аудиторијума; – да укаже на узроке настанка одређене појаве; – да објасни и протумачи везу те појаве са укупним развитком друштва; – да предвиди последице; – да изрази тачан и категоричан став аутора.

Мисли се да је писање коментара припада оној категорији новинарства које би се могло назвати ‘канцеларијским’, пошто се теме узимају углавном од већ регистрованих чињеница живота, а у обради се новинар служи материјалима сређеним у документационим службама и библиотекама. Међутим, то није (или не би требало) да буде тако. Прави коментатор, као уосталом сваки други новинар, мора да буде везан за живот, човека, друштво. Само у том непрестаном контакту коментатор може да уочава теме и, што је исто тако значајно, може о њима компетентно да расуђује и да им даје одговарајуће тумачење.

4. Од тематике и циља поводом којег настаје, зависи и композиција и стил коментара. „Да би сви ови елементи нашли своје место у коментару, односно чланку и белешци, па и у друштвеној хроници и рецензији, постоји одређен начин обраде, техника рада, конструкциона нит која се, углавном, састоји из три дела: а) глава или експозиција, б) тело или труп и в) закључак или поента“ (Славковић 1975: 193).

а) Глава, или експозиција, или увод је онај део коментара (белешке, осврта, чланка, друштвене хронике, рецензије) у којем се, понекад чак и као агенцијска вест, изнесе један догађај, или једна појава, или нечија изјава, као повод, објашњење настанка тог новинарског облика. Тај повод, заправо та информација (чињеница живота садржана у њој), треба да буде актуелан, друштвено значајан, да је – или треба да буде – у средишту пажње читаве заједнице или једне одређене групе људи. Коментар је тек онда оправдан ако је погођен у право време, и ако његова убојита реч одигра извесну улогу у друштву. А то ће бити само уколико се изабере, пронађе, чак ‘ископа’, истински

значајна тема; о теми је реч у експозицији, и то тако што ће одмах бити јасно шта аутор жели да каже, докаже или да као дилему изнесе пред суд јавности.

б) Средњи део коментара (белешке, осврта, чланка, друштвене хронике, рецензије) јесте тело, или труп, или заплет, као у драми. То је веома важан део написа: у њему се износе чињенице које говоре у прилог једне или друге тезе, са тенденцијом да саме те чињенице већ наговесте закључак, који ће неминовно следити. Управо у овом делу написа новинар мора да испољи познавање материје (износећи аргументе ‘за’ и ‘против’ своје тезе), културу, инвентивност која ће му помоћи да у шуми података и чињеница одабере само убедљиве и необориве, оне који иду у прилог његовој концепцији и његовом ставу, односно закључку. У тој врсти рада, теза се не осмишљава осећањима, него рационалном анализом и синтезом.

в) Закључак или поента последњи је део коментара и „тек у том завршном делу он добија убојитост, оправдање и сврху свог настанка. То се постиже често једном једином реченицом или читавим пасусом, у резимеу у коме је садржана и основна порука... Стога, закључак мора да буде бридак, јасан, категоричан, недвосмислен. И никако не би смео да буде дат у наметљивој форми, дидактички, као да се основцима обраћа, са поштапалицом: ‘треба учинити то и то!’. „У агитацији и пропаганди“ – каже даље М. И. Калињин (1945: 34) – „треба избегавати бучност [...] Ако у својој агитацији и пропаганди будете иступали без повика, без реторике, придиковања и поучавања, а ја знам, наравно, да је то доста тешко, ваша ће агитација и пропаганда имати много делотворнији карактер“.

Има, међутим, мишљења да добар коментар не мора да дâ никакав категоричан и недвосмислен закључак, већ доношење закључка оставља читаоцима, слушаоцима и гледаоцима. Заправо, закључак спонтано произлази из аргумената изнетих у другом делу написа – у телу или трупу. Чини се да је такав начин обраћања публици далеко бољи и ефицијентнији, јер се не намеће људима, већ на елегантнији начин саопштава и нуди своју поруку.

5. И за ове врсте новинарског изражавања важе језички принципи новинарства уопште – сматра Славковић (1975: 196). „То значи да треба писати кратко, јасно, разговетно, чисто и прецизно. Стил може да буде озбиљан, академски, аналитичан (најчешће се таквим служе коментатори), али се може писати и друкчије: живо, непосредно, са атрактивним обртима, са

компарацијама, алузијама, духовитим примедбама – репортерски, дакле. Овај други начин писања нарочито се одомаћио у друштвеним хроникама, али није искључива њихова ‘привилегија’“.

Сваки догађај или појава, који се коментаришу, носе у себи црте супротности, противречности, борбе супротних ставова и тенденција, и од интерпретације новинара зависи коју ће од тих страна предочити читаоцу, слушаоцу или гледаоцу. Новинар, дакле, ‘навија’, отворено и категорички, доследно је ангажован у коментару. Већ самим избором теме он се определио за одређену страну – хтео то или не. И развијање саме теме, чињенице у информацији, њено разлагање у саставне делове, никада није неутрално: суочавање узрока и последице – што је један од основних путева коментарисања – значи усмеравање схватања, поимања информације од стране читалаца, слушалаца и гледалаца. „То значи да аутор мора добро да познаје читаву панораму догађаја или појава о којима говори, њихов настанак, развој, изгледе за крај – дакле, углавном, већ познате чињенице које треба везати и повезати у једну целину, ону која свим људима није позната, нити се баве тиме да је упознају, да сагледају њихову заједничку нит“ – мисли Славковић (1975: 205–206). – „Ново у коментару није, према томе, нова информација, већ се ново налази у аспекту, аргументу, објашњењу, тумачењу и, изнад свега, у закључку, у поруци.

Али да би могао тако да се постави као аналитичар, новинар, поред талента, јасне мисли, мора да поседује и стручно знање из области коју прати. У некој појави или у неком догађају може се сагледати оно што је сакривено само ако се много о теми зна, ако се студиозно ради. Коментар је негација сваштарства, ‘универзалних незналица’ – како се понекад и понегде новинари називају. С друге стране, новинарство није ни синоним за уску стручност у једној области; оно се, пре свега, бави људима и односима у људској заједници а и његов производ, информација, усмерен је најдиректније према људима“. Дакле, новинарство ‘оперише’ човеком, и крајњи циљ му је човек, такозвани обичан човек – читалац, слушалац и гледалац. Стога је и стручно знање новинара посебне врсте: шире је, свеобухватније, у сваком догађају или појави види човека – колико је он ту заступљен и какве ће последице по њега имати тај догађај или та појава. У коментару овај новинарски профил избија у први план, више него у другим облицима новинарског изражавања.

6. Треба, на крају, рећи да коментар, и сви остали облици новинарског изражавања овог жанра, „имају у себи изразиту ноту ангажованости, и то, по правилу, отворене, јасне, неприкривене ангажованости, далеко веће и доследније него у свим осталим новинарским врстама. А позиција те ангажованости зависи од идејне садржине листа, радио или телевизијског програма, од њихове класне припадности (чије интересе бране), али и идејнополитичког опредељења новинара-аутора коментара. Према томе, у коментару нема и не може бити неутралног става, као уосталом и у другим облицима новинарског изражавања, у којима је, међутим, тај став мање видљив, не тако уочљив и не тако отворено усмерен“ (Славковић 1975: 206).

3.1.3.2. Врсте коментара

1. Има мишљења према којима – ако се за критеријум узме садржина, идејна функција теме – постоје две врсте коментара: полемички и аналитички. *Полемички коментар* би био онај у коме се о нечему са неким разговара, нешто се разматра, оспорава и, по правилу заузима супротан став; *аналитички коментар* је онај у коме се нешто подробније излаже, осветљава са свих страна, истражују узроци и предвиђају последице. Сваки прави коментар, међутим, има елементе и једне и друге врсте и стога је погрешна оваква, чисто формална подела. Коментарисање, у суштини, значи јавно ангажовање, заузимање става, изношење оцене, а претходи му аналитичко истраживање. Чисто рашчлањавање одређене материје пре је карактеристика чланка, тачније, једна од његових карактеристика.

2. Друга подела говори о томе да постоје такозвани *обични коментари*, с једне, и *уводници*, с друге стране. Овај критеријум није чисто формални – нису само страна на којој се појављују и слова којима су сложени једина мерила приликом утврђивања врсте. У питању је садржинска вредност коментара: обичан коментар говори о обичним, дневним темама – из политичког живота или привреде, из просвете или спорта; уводник, међутим, за тему мора да има неку веома значајну појаву (догађај, учеснике), ону која у неку руку, означава извесну прекретницу у развоју друштва, или пак подржава категоричан став у некој акцији, обележава почетак извесног политичког потеза итд.

‘Форме које истичу лични став’, тј. ‘коментар’ треба да „допуни и уреди“ прилив вести, он „вреднујући и објашњавајући“ прати импулсе личних ставова из поља вести, које треба да буде што је могуће више ослобођено наноса личних ставова. Коментари треба да омогуће публици сналажење у великом броју вести и личних ставова, али и да допринесу изградњи политичке воље и контроле власти. Скоро је немогуће унапред дати схему за компоновање коментара. Поново су важни увод у причу и излаз из ње. „Вештина писања коментара је у томе да се он компонује оригинално, језички елегантно и реторички убедљиво. Док у класичном уводнику преовладава озбиљан тон, компетентност и логичност, у рецензији или у цртици пожељни су и поруга и виц, спонтаност и духовитост“ (Славковић 1975: 196).

3. Рус-Мол (2005: 137) разликује следеће форме коментара. а) *Уводник*: „истакнути, најважнији коментар свих издања неких новина или часописа, који садржи став листа/редакције“. б) *Колумна*: „коментар једног, најчешће познатог публицисте, који обично није члан редакције“. в) *Критика* као рецензија: „позоришна, филмска, музичка, књижевна. Највећи део извештавања из ових области састоји се из критика, а тиме и коментара“. г) *Сатира* и *цртица*: „лепршава сестра коментара, духовити додатак који уноси ноту хумора и нуди поенту која сме бити заједљива или саркастична“. д) „*Коментари* који су на духовит и сатиричан начин окренути локалним темама, коментари локалних догађаја“. њ) *Карикатура*: „варијанта коментара која је најближа уметности. Потпуни успех и разумевање карикатуре је ствар среће јер је таленат карикатуре дат у одређеној мери, а смисао за хумор саме публике је веома променљив“. Квалитет коментара, дакле, веома је важан, а тиме и сами ставови и вештина аргументовања. „Објављено мишљење не треба да се крије иза јавног мњења. Напротив. Сасвим супротно мишљење може да допринесе профилисању медија“.

3.1.3.3. Анализа коментара

1. Осврт на нови Закон о саобраћају свакако ваља уврстити у ред правих коментара:

И би десети децембар...!

Застрашени, преплашени, забринути аутомобилисти, дочекаше и испратише пола године најављиван десети децембар, дан ступања на снагу новог Закона о безбедности у саобраћају. А након десетог, освануо је – једанаести децембар. Другим речима, ништа епохално се није догодило, нарочито за оне учеснике у саобраћају, који су се и до сада уредно придржавали саобраћајних прописа и правила. Заправо, гро оних поштрења у санкцијама, која се тичу тешких прекршаја са угрожавањем опште безбедности или чак узроковањем саобраћајних незгода с најгорим последицама, уопште се не тиче оних учесника у саобраћају који и пре десетог децембра нису пили и возили... и уопште, понашали су се крајње одговорно, чувајући пре свега сопствену главу и имовину, а са тим и туђу.

С друге стране, ону опасну мањину неодговорних, бахатих и ликова с генерално друштвено неприхватљивим понашањем, ни раније, непрестано изнова поштравани закони, нису довели у ред. Потоње је индикативно и забрињавајуће, будући да показује карактер ове државе. Наиме, с обзиром да је држава, по дефиницији, репресивна творевина, креирана у циљу обезбеђивања сигурности неке заједнице (што се, пак, остварује општим правилима понашања, који се састављају и прихватају било консензусом било већинском вољом становништва), чињеница да се већ деценијама та правила понашања (реч је конкретно о саобраћају, дакако) не поштују, чак ни под претњом све оштријих санкција, показује или немоћ или невољност државе или чак неспремност дела становништва да прописана правила прихвати и понаша се у складу с њима. У овдашњем случају, по свему судећи, имамо посла са комбинацијом свих наведених негативних фактора, што за директну последицу има општу саобраћајну небезбедност.

Конечно, каква је сврха доношења и ступања на снагу новог Закона о безбедности саобраћаја (шест месеци касније!), ако у међувремену нису донети прописи и правилници који, рецимо, прецизирају и стандардизују обавезну опрему, ако се ни данас не зна какви сигурносни прслуци су обавезни (узгред, било каквих, нема нигде да се купе!), какав је садржај обавезне кутије прве помоћи (по ком стандарду?), како треба да изгледа сајла за вучу, па до процене шта је прегласна музика...

С друге (исте?) стране, шта је држава у међувремену учинила да коначно макар направи инвентар хоризонталне и вертикалне сигнализације, ако већ није у стању да је доведе у ред сходно закону који је сама прописала? И зашто се онда згражавамо над неодговорним понашањем возача, ако им пример даје сама – држава?

Љубо Трифуновић, Ревија *Ауто* бр. 22, за јануар 2010, стр. 5.

Тематску основу написа чини извештај о усвајању Закона о саобраћају у Скупштини Србије, а смисао му је у општој друштвеној критици односа појединаца, колектива и државне управе према саобраћајном комплексу, али и према свим осталим релевантним питањима од којих зависи живот људи. Општа идеја је да је у понашању појединаца и друштва одлучујуће како се понаша сама држава, тј. управни апарат и чиновништво; а закључак: да је у нашој земљи држава и неодговорна и неспособна да обавља регулаторну улогу у друштву.

Наслов је симболички конципиран, и подсећа на судбинске речи Творца света у Библији. Ту је упоришна тачка оштре ироније којом је прожет цео текст,

и из које углавном извире ефицијенцијска снага, која добија појачање уметнутим напоменама, експресивним домецима и питањима у загради, чији интензитет од почетка према крају постаје све снажнији. Свему томе надодат је одмерен избор лексике и вешто сročена реченица, која у просеку није ни предуга ни прекратка, али гивањем свог опсега прати таласе емоција, чије дејство према крају текста достиже упечатљивост емфазе.

2. Типичан пример друштвене критике налазимо у следећем коментару:

Ко је одговоран што ученици у Србији туку и малтретирају наставнике и професоре? После скандалозног снимка из средње школе у Сремској Митровици, на којем је ученик малтретирао и претукао професорку, јавност је шокирана.

Као и увек, траже се дежурни кривци, али на погрешном месту. Одговор је никад лакши и једноставнији: криви су родитељи!

Случај из Сремске Митровице показује да ни родитељи нису ништа бољи од своје деце. Адвокат породице ученика који је напао професорку преноси изјаву његовог оца, који сумња у аутентичност снимка. Отац малолетног силеџије сумња да је снимак исечен и монтиран! Како да не, па ово је теорија завере против његовог детета, иначе познатог по проблематичном понашању.

Поједини родитељи беже од сурове реалности, иду у крајност. Или се уопште не баве својом децом или покушавају снобовски да их васпитавају у потпуно погрешном смеру. И кад очигледно не васпитају своју децу добро, не признају грешку и не покушавају да је исправе. И при том неоправдано бране своју децу! И улазе у теорије завере. Свако други им је крив, осим њих и њиховог детета. Извините, али васпитање, добро или лоше, доноси се од куће.

Прес, 27. јун 2009. Коментар дана – Рајко Недић – „Специјално васпитање“.

Нежељене и катастрофалне последице ‘модерног’ васпитања, у условима општег нереда у друштву који се незаустављиво прелива на породицу и на младе генерације – тема су расправе у овом тексту. Аутор чланка кривицу сваљује на родитеља, који се без резерве ставио на страну свог детета. Шта ли се очекује од оца ако је из армије ‘технолошких вишкова’, незапослених очајника, волонтера у здравству који раде без динара награде или запослених у приватним фирмама чије радно место такође стално виси над амбисом отказа? Јесу ли ти људи приправни да својој деци приуште неко квалитетно васпитање, поготову ‘модерно’. Које идеале ће отац предочити своме сину: оне од пре социјалистичке ере, социјалистичке, са централном моћи и масом људи којима је сваком било додељено тачно одређено место у чврстој хијерархији односа? Или постсоцијалистичке, са интересом на првом месту и потчињеношћу бедне руље том основном принципу капитализма?

Али да се вратимо тексту. Аутор на ударном месту уздиже глас против малтретирања наставника. Громогласно формулисано питање одређује даљи ток

мисли, које се каналишу према родитељима и породици, и према њиховом прагреду. Цело излагање делује као неопозива осуда неодговорног оца.

3) У следећем кратком осврту дата је политичка оцена рада Владе Србије поводом преласка на ‘безвизни’ режим са Европском унијом:

Уместо да објасне зашто укидање виза траје толико дуго, зашто много раније нисмо спречили понижавање наших држављана који у предугачким редовима и даље чекају и моле за визу од ране зоре, министри у Влади Србије су се разлетели по медијама да пренесу вест о још једном „спољнополитичком успеху Србије”. Заборављају при томе да помену да је очита воља Европе да нам укине визе у предходних неколико година ударала управо у тромост власти у Србији која је била неспособна да испуни елементарне правне и техничке услове за добијање ове бенефиције.

Неоспорно је да наши грађани и грађанке треба што пре да остваре олакшице које безвизни режим пружа њиховој слободи кретања. Питање је, међутим, какав је то режим који се спрема да овај окаснели помак представи као тријумф, можда и орденује заслужне и изађе пред грађане, тако дезоријентисане и осиромашене двадесетогодишњом изолацијом, да не знају ни куда ће, нити са чим. Са једином извесношћу да је режим који им нуди лажне дилеме безвизни.

Блиц, 2. јун 2009. „Безвизни режим” – Владимир Павићевић, Факултет политичких наука

Још у наслову је игром речи (‘безвизни’ > ‘безвизни’) створен комични ефекат, који је у тексту стално продубљиван, и израстао у успелу пародију. Лаки банализацијски призивок настао лексичким тривијализмима, на граници вулгаризма (‘понижавање наших држављана који у предугачким редовима и даље чекају моле за визу од ране зоре’; ‘министри у Влади Србије су се разлетели по медијама’; ‘ударала управо у тромост власти у Србији’ и сл.), снажно уздиже протест против државне управе и њених неуких и некомпетентних потеза.

3.1.3.4. Закључак о коментару

1. Коментар и њему сличне форме најчешће стају као одзив на дневне актуелне догађаје и појаве, ма да могу реаговати на догађаје и појаве који нису строго актуелни, али су стално присутни или се повремено јављају у друштву. При свему томе, од изузетног је значаја мишљење аутора, његов закључак, осуда или похвала, замерка или критика, без обзира на то да ли хвали или куди. Прави коментатор, као уосталом сваки други новинар, мора да буде везан за живот, човека, друштво. Само у том непрестаном контакту коментатор може да

уочава теме и, што је исто тако значајно, може о њима компетентно да расуђује и да им даје одговарајуће тумачење.

2. Тематика и циљ коментара захтевају одређен начин обраде, технику рада, конструкциону нит која се, углавном, састоји из три дела: а) глава или експозиција, б) тело или труп и в) закључак или поента.

а) Глава, или експозиција, или увод је онај део коментара (белешке, осврта, чланка, друштвене хронике, рецензије) у којем се износи неки дагађај, или појава, или нечија изјава, као повод, објашњење о настанку тог новинарског облика. Коментар је тек онда оправдан ако је настао у право време, и ако његова реч одигра извесну улогу у друштву. А то ће бити само уколико се изабере, пронађе, чак 'ископа', истински значајна тема; о теми је реч у експозицији, и то тако што ће одмах бити јасно шта аутор жели да каже, докаже или да као дилему изнесе пред суд јавности.

б) Средњи део коментара (белешке, осврта, чланка, друштвене хронике, рецензије) јесте тело, или труп, или заплет, као у драми. У њему се износе чињенице које говоре у прилог једне или друге тезе, са тенденцијом да саме те чињенице већ наговесте закључак, који ће неминовно следити.

в) Закључак или поента последњи је део коментара. Закључак мора бити разложит и трезвен уз избегавање прејаких речи и обрта.

3.1.4. ЧЛАНАК

3.1.4.1. Опште напомене

1. Чланком се сматра краћи напис у различитим областима писмене речи. У 'Речнику књижевних термина' (РКТ 1992: s. v.) стоји да је то: „Невелик састав у прози који својим садржајем чини целину, а објављује се у дневним, недељним и периодичним новинама, књижевним и научно-стручним часописима, зборницима итд. Ч. може бити научног типа, са настојањем да дубље, трајније фиксира и размотри (дефинише) свој предмет, да у њега унесе што је могуће већи степен научности и уверљивости, и новинског, журналистичког типа [...] – чија је сврха да брзо и у најбитнијим потезима реагује на проблем или тезу којом се бави и да да најопштију информацију. Тако се у ширем смислу ч. сматрају сви информативни састави за новине

(коментари, извештаји, фељтони и др.), а у ужем – нешто дужи, темељитији, заокружени написи из књижевне (ч. о неком писцу, књижевном питању или критички приказ неке књиге), општекултурне или друге проблематике у књижевним и научно-стручним часописима“.

2. Чланак се у новинарству дефинише нешто друкчије: као облик новинарског изражавања у коме се, свестраном анализом чињеница, објашњава нека актуелна појава или догађај, при чему се користе научни докази да би се указало на природу појаве и последице које може имати по заједницу. „Чланак је – пише Р. Животић (1993: 91) – типично аналитички новински жанр. Сложене је структуре и по томе се разликује од коментара, који има чврсту композицију. Разлике су и у садржини и у форми. У чланку се обрађује шира тематика: о појавама, догађајима, важним привредним и друштвеним питањима [...]. Чињенице се излажу информативно, али се о њима и расправља, оне се анализирају, осветљавају са свих страна, допуњују новим чињеницама, обогаћују размишљањима“.

Три елемента одвајају чланак од коментара: – он није реакција на тачно одређену појаву (догађај, човека), већ на оне појаве и збивања који живе у друштву уопште, на скуп појава и збивања (карактеристичних по својој повезаности, по заједничкој нити, и не морају да буду изразито уочљиви; могу и да тињају, да буду скривени); – он, стога, не реагује брзо, хитно, њега, дакле, не карактерише строга актуелност, иако, наравно, мора да, као и сваки новинарски производ, буде везан за садашњост, у ширем смислу те речи; – он је тематски шири, дубље улази у појаве и збивања, објашњава их и анализира са свих страна, даје им пуне и праве димензије, обухвата их у целокупном њиховом развоју – од настанка па све до завршетка (или им предвиђа завршетак), и утицај који, евентуално, могу да произведу на читалачку публику. Дакле, чланак има претензије да осветли једну појаву не са тренутног становишта или њено тренутно дејство, корисно или штетно, већ са једног ширег гледишта и са више аспеката. Стога и дужина чланка одступа од новинарског принципа краткоће; он може да буде дуг онолико колико је неопходно да се све детаљно објасни и утврди, па ако је потребно, може да се објављује и у наставцима.

„Ако новинар за писање коментара треба доста да зна, за писање чланка мора још много више да зна“, – читамо даље код Животића (1993: 91–92), – „да буде потпуни стручњак у једној одређеној области (политика, привреда,

култура, спољна политика, спорт). Па ипак, ма колико чудно изгледало, чланак не сме бити сувише стручно написан, непопуларно обрађен, оптерећен бројкама и процентима – него да буде лако и лагано штиво, пријемчиво обичном човеку који о свему томе, ипак, мало зна, или уопште ништа не зна. Такво писање је теже, али једино прихватљиво у новинарству. Иначе, чланак би писао стручњак, а начин његовог излагања, по правилу, не одговара стилу новина. У обради чланка ипак најзначајније је то да аутор пронађе суштину појаве, заправо, њене праве узроке и праве последице које су увек, или готово увек, скривене иза мање значајних појава“.

2. Према С. Лукачу (1970: 72–80),² главни моменти у чланку су следећи.

а) *Повод*: „Како све мора да почне од осећања актуелности и тематске оправданости, у редакцијском колегијуму, тој ћелији мислилаца и аутора, креатора уређивачке политике и њених извршилаца, рађа се идеја о чланку. Међу гомилом информација, које свакодневно стижу у редакцију, неке се упорно понављају, неке најављују догађај, појаву од важности [...]“ (73).

б) *Теза*: „Добар чланак је онај у коме је теза, став, концепција – она супстанца која представља кичму, црвену нит, јасну од самог почетка, пре свега, чланкописцу [...]“ (73–74).

в) *Дужина*: „Чланак има право на дужину и то је ретка привилегија, која је истовремено и замка за новинара. Дужина је функција значаја и занимљивости теме, чињеница, анализа, става, закључка [...]“ (75).

г) *Чињенице*: „Ископај сто чињеница и ако у чланку споменеш само десет, других деведесет биће ипак присутно у напису – учиниће став новинара, његове закључке сигурнијим, убедљивијим, далеко убедљивијим него да су засновани на свега десет чињеница [...] (77–78)“

д) *Анализа и закључак*: Када су сакупљене чињенице и одређена платформа за писање, чланак, попут научне студије, заснива се на анализи и закључивању.

3. „Коментар и чланак“ – истиче Ј. Смоле (1960: 91) – „треба да буде, пре свега, актуелан, да даје непосредна објашњења актуелног догађаја [...] Коментари, уколико их у листу не употпуњавамо, могу да наведу читаоце на једнострано схватање. Јер, када ми свакодневно на одређене догађаје конкретно реагујемо, ми самим тим, разуме се, долазимо у опасност да упаднемо у извесну једностраност. Зато је листу апсолутно потребна и таква форма као што је

чланак, који омогућује да се не само један догађај него низ догађаја третирају у њиховој међусобној повезаности, да се види органска веза, да се открије позадина, да се анализира стварно порекло појединих догађаја“.

4. ‘Чланак – репортажа са позадином’ јесте „захтеван жанр: мешају се репортажа и анализа; репортер не извештава више само о томе шта он види, чује, сазнаје, већ покушава и да догађај уреди, интерпретира, учини разумљивим“. Чланак је синтетичка форма новинарског текста, која овладава компликованим животним темама; „она их расветљава, разрешава кроз радњу и слике“ – мисли Шт. Рус-Мол (2005: 44). Типично је за чланак смењивање посматрања и апстракције, рашчлањеног првог плана и информативне позадине догађаја, описа и закључка. Чланак – по истом аутору – „омогућује читаоцу да прати тему кроз појединачне судбине, а новинар ће, ради потпунијег приказа теме, навести и неколико статистичких података“.

5. Друштвена комуникација – њен интензитет, механизми и регулатива – пресудно утичу на стање и животни статус друштвене свести као колективне чињенице. Јавност је практични оквир а јавно мњење облик њеног испољавања. „Друштвена свест обухвата све облике стварања, развијања и изражавања животног искуства појединца и друштвених група. Њу чине и заједнички садржаји политичког⁴⁰ живота појединаца, припадника разних друштвених група“ (Симић–Јовановић 2002: 87–89).

5.1. Анализирајући актуелне појаве и проблеме свакодневног живота у конкретним социјалним условима – друштвено-политичким, економским, идеолошким, културним, образовним и сл., – публицистика као медијска активност постаје „снажно средство агитације и пропаганде“ – запажа Тошовић (2002: 299), те и битно утиче на формирање јавног мњења, погледа на свет, активност друштвених организација, институција и појединаца. „Често се користи као продужена рука дневне политике, разних друштвенополитичких органа и организација. Ова врста људске активности иде у корак с догађајима, прати их, анализира и извучи закључке“.

⁴⁰ Ако пођемо од чињенице да постоје политички језик и језик политике – можемо се сложити са Бугарским (1995: 33) да овај први има „искључиво ритуалну функцију узајамног препознавања носилаца политичког дискурса и њихове идентификације са одређеним круговима и прихваћеним мишљењима у оквиру трајније или тренутно важеће идеологије“. Новинарски текст није само политички по садржају, већ нужно садржи реалне чињенице и њихово тумачење.

5.2. Овај информацијски метод погађа суштину друштвених појава, односа и процеса – јер су сви они засновани на људској комуникацији. Да ли медији претварају човека у биће све више отуђено од других људи или они само, попут сурогата, заузимају ионако упражњено место у животу савременог човека, који је све више испуњен обавезама и прожет амбицијама за професионалну и социјалну афирмацију? Ово су питања на која ће, свако из свог угла, одговоре дати лингвисти, културолози и социјални психолози. До тада, остаје нам да констатујемо да су медији увелико ментално и културолошки преобликовали човека, стил његова мишљења и изражавања.

6. Информативни, аналитички, сатирички, полемички, дискусионни, књижевноуметнички или какав други публицистички жанр – поред ‘занатских’ захтева које мора испунити у погледу информативности, актуелности, друштвеног значаја и сл. – има своје језичке особености. Специфичност дневне штампе, одређена њеном друштвеном улогом, подразумева актуелност текстова: то јест њихову изградњу око снажног информативног језгра. Како штампани медији све више губе трку с електронским, барем кад је реч о брзини пласирања информације и ефикасности деловања, то се и дневни листови све више окрећу аналитичким формама новинарског изражавања – коментарима, колумнама, интервјуима, освртима и репортажама, у оквиру којих обрађују дневно актуелне догађаје, а кратке вести чији је циљ да информацију што брже пренесу крајњим конзументима препуштају електронским медијима. Чланак у тим околностима, са својим битним цртама које га на једној страни карактеришу као вест или извештај, а на другој као коментар (јер садржи и једне и друге елементе) може се сматрати још увек живим и актуелним написом.

3.1.4.2. Анализа грађе

1. У разматрање ћемо најпре узети новински чланак под насловом ‘Битка за воде Тигра и Еуфрата’ из пера Војислава Лалића (Политика, 9. јун 2018, 2). Он припада информативном аналитичком подстилу. Због тога је његова основна карактеристика представљање, оцењивање, расуђивање и коментарисање одређене друштвенополитичке појаве. Уосталом, избором теме „говорник преузима на себе обавезу избора одговарајуће варијанте вербализацијских средстава. Краће речено” – по речима Р. Симића (2001: 101) – „тематика у првој

инстанцији одређује функционалну врсту стила“. Навешћемо два исечка, која ћемо затим анализирати:

Велика суша која је и пре летњих жега погодила Малу Азију и Блиски исток изнова је у гро план истурила битку за воде Тигра и Еуфрата. За многе сељаке који живе на обалама тих међународних река – која имају врела у Турској а урањају у Шат ел Араб, односно у Персијски залив – оне значе предуслов за преживљавање.

Турска је на реци Тигар ових дана спустила рампе на великој брани Илису и почела да пуни акумулационо језеро. Како је најављено, тај мамутски објекат треба да обиђе шеф државе Реџеп Тајип Ердоган пре ванредних парламентарних и председничких избора који се одржавају 24. јуна.

У Ираку је одмах дат знак за узбуну. Премијер Хајдер ел Абади је изјавио да је изненађен да је Анкара нагло почела да заврће славине на тој међународној реци [...] Ирачки сељаци већ почињу да се хватају за главу јер, како тврде, доток вода Тигра почео је нагло да се смањује [...]

Проблем није новијег датума. Последњих година на њега указују у Багдаду и Дамаску, поготово откад је Турска на тим рекама почела да гради бране за наводњавање и производњу струје. Планира се подизање више од 20 објеката. Анкара и Багдад одраније имају договор да Турска пропушта 75 одсто воде Тигром, али то сада наводно не поштује. На удару је и Иран пошто на својој територији задржава воде мањих притока Тигра [...]

Проблем који је сада отворен око Тигра, није локални него планетарни. У последњих педесет година у свету је забележено више од 500 спорова. У неким случајевима било је звецкања пушкама. Прибрежне државе не могу да нађу заједнички језик око многих река широм света: Шат ел Араба, Ганга, Рио Гранда, Меконга, Нила, Јордана [...] Према проценама стручњака до 2050. године више од педесет земаља ће се суочити са озбиљним проблемима у снабдевању водом која ће бити вредна злата.

Двадесети век био је столеће нафте, за коју се више пута проливала и крв, а 21. век ће бити столеће борбе за воду ако се, како се страхује, наставе климатски поремећаји и глобални пораст температуре. Поготово што вода, за разлику од петролеја, нема алтернативу, упозоравају стручњаци [...]

1.1. Текст је издељен у параграфу, па су једни претежно извештајног, а други интерпретативног типа. Интересантно је да чланак започиње коментаром. Чињеница да је 'на Блиском истоку завладала суша' добија коментар о последицама: да је тиме 'у гро план истурена битка за воде Тигра и Еуфрата'. Такође је и завршни део чланка претежно саткан од коментара: „Двадесети век био је столеће нафте за коју се више пута проливала и крв, а 21. век ће бити столеће борбе за воду ако се, како се страхује, наставе климатски поремећаји и глобални пораст температуре. Поготово што вода, за разлику од петролеја, нема алтернативу, упозоравају стручњаци [...]“. Чланак се одликује неекспресивношћу и сувоћом, што показује да га у обликовању исказа аутор гради у научном и правно-административном духу.

а) У тексту се, међутим, не износе сложени подаци који захтевају подробније познавање материје о којој се говори, те за разумевање нису потребна посебна предзнања. Редукованија и краћа аргументација у односу на

научну није последица недостатка жеље да се појава до краја сагледа, већ је резултат прилагођавања текста масовном реципијенту.

б) Недостатак строге научне аргументације читаоцу не смета: он то не примећује и не очекује. Уместо потпуног аналитичког сагледавања проблема, аутор тежи убедљивости излагања. То јест – популаризацијом успоставља компромис између научног и административног осмишљавања теме и њеног новинарског представљања.

1.2. Наслов ‘Битка за воде Тигра и Еуфрата’ ‘провокативан’ је додуше у дискретној мери, пажњу привлачи више тропикалном формом изазваном првом речи у конструкцији: тј. лексемом *битка*. Метафором се, с једне стране, обезбеђује динамизам у излагању, што је важно за новинарске текстове, с друге стране – како је ова фигура честа у свакодневном говору, њоме се постиже и оперативност: читљивост и погодност за масовно комуницирање. Овакво језичко-стилско калибрирање наслова важно је нарочито за дневне листове, који морају брзо ‘реаговати’.

2. Оригиналан стваралачки поступак новинара подразумева активирање најразноврснијих могућности – по Животићеву мишљењу (1979: 236) – „да се читалац експозицијом заинтригира за читање, емоционално узбуди, провоцира неком мишљу, привуче асоцијативном сликом или наглом драматском ситуацијом“. Тако се у чланку одмах после наслова јавља бараж (Јовановић 2010: 122)⁴¹ у виду опширног исказа извученог из самог текста: „Неслагање око подела овог виталног ресурса између Турске, Ирака и Сирије није усамљен случај јер је последњих година у свету забележено више од 500 таквих спорова“. Обрт ‘витални ресурс’ – употребљен овде за воду – упућује на све већи значај ове материје за живот на земљи, и све веће потребе за њом.

⁴¹ Баражом ауторка назива, како она каже: посебан композицијски елемент новинског текста, „импостат између стубаца [или сл., који] није више ни текст по себи ни међунаслов, већ пратилачка форма са посебним статусом. пошто је амбиција аутора да ту форму чини упадљивом [обично је штампана масним словима или сл.], и носиоцем посебно интригантног факта, логично ју је назвати слободном флоскулом. Уколико наслов који предлагемо изгледа рогобатно, могао би се заменити термином који тачно одражава намеру да се читаоцу јаким речима или изненађујућим обртима предложи важност написа – бараж“. Ауторка одбацује термин ‘антрфиле’ ка стилски неудобан.

3. Основни композицијски костур овога чланка јесте информативан, али се он, како је горе већ речено, често попуњава посебним привредним и политичким чињеницама, коментарима и анализама. Ове две функционалне линије излагања аутор плете у јединствено семантичко ткиво: пружајући могућност информативној компоненти да се оствари навођењем података и цитирањем речи званичних представника.

3.1. Тематика се формално распоређује на више параграфа, који – рекли смо горе – следе наизменично.

а) Главни део текста запрема средишње параграфе и извештава о актуелним дешавањима: Нпр. „Турска је на реци Тигар ових дана спустила рампе на великој брани Илису и почела да пуни акумулационо језеро. Како је најављено, тај мамутски објекат треба да обиђе шеф државе [...] У Ираку је одмах дат знак за узбуну”.

б) Завршни део текста не сумира речено – већ аутор додаје нове чињенице и коментарише их релативно издвојено из тематике, али тиме употпуњује излагање и појачава утисак, и то започиње још поиздаље, да би оставио места за општи закључак. Нпр.: „Проблем који је сада отворен око Тигра, није локални него планетарни. У последњих педесет година у свету је забележено више од 500 спорова. У неким случајевима било је звецкања пушкама. Прибрежне државе не могу да нађу заједнички језик око многих река широм света: Шат ел Араба, Ганга, Рио Гранда, Меконга, Нила, Јордана [...] Према проценама стручњака, до 2050. године више од педесет земаља ће се суочити са озбиљним проблемима у снабдевању водом која ће бити вредна злата“.

3.2. У погледу лексичке структуре овај чланак – иако га одликује особена синонимија и антонимија – показује сиромашан избор лексичких средстава. Подвргнута високом степену унификације и шаблонизације, а под ‘принудом’ комуникативног циља – лексичка грађа исцрпљује своју моносемичност. Синонимско поновљене речи и конструкција („Проблем који је сада отворен”; „Проблем није новијег датума“) не доприноси њиховом издвајању, већ учествује у општем композицијском процесу кохезије текста. Као што се неутралном антонимијом активира контраст у служби потенцирања јасности садржаја.

3.3. Чланак садржи између осталог стручне термине, који доприносе утиску егзактности извештаја ('рампа', 'брана', 'акумулационо језеро'). Утиску прецизности и егзактности доприносе и конкретни подаци и бројке.

3.4. Извештај је из за нас далеких крајева са егзотичним географским називима коао Еуфрат, Тигар, Шат ел Араб, Илис или сл.

4. Анализи коју смо горе извршили заправо не треба никаква потпора у даљим аналитичким захватима. Ипак ћемо узети још један текст, сада из привредног живота: *И наши Кипрани инвестирају у Србију (Политика, 11. мај 2018, стр. 11)* уз кратке напомене. Навешћемо за почетак краће изводе из опширног чланка:

Обим робне размене Србије и Кипра последњих година је мали – незадовољавајући а прошле године је износио тек 20 милиона евра. Али, наша земља у трговини са Кипром бележи суфицит. На тамошње тржиште смо лане пласирали 2,2 пута више робе него што са њега увозимо, а ове године чак 3,2 пута.

Кипранима највише продајемо обичну и газирану воду, хартије и картон, тестенине, уље за аутомобиле и аутобусе, гасна уља, мобилне телефоне, сок од поморанце, равне палете од дрвета [...]

– Кипарско тржиште је мале апсорпционе моћи (1,2 милиона становника), али је куповна моћ велика и усмерена на квалитетније и луксузније производе. Првенствено би наши прехранбени и фармацеутски производи могли у већој мери да нађу место на кипарском тржишту. Кипарски привредници заинтересовани су за увоз наших пољопривредних производа и меса. С обзиром на то да је Кипар чланица ЕУ, у спољнотрговинској размени са Србијом на снази су погодности слободне трговине [...] – наводе у Министарству трговине, телекомуникација и туризма.

Највећу могућност за унапређење привредне сарадње представља повећање кипарских директних инвестиција у привреду Србије, имајући у виду да кипарске фирме располажу значајним инвестиционим капиталом, као и да кипарска влада подржава веће присуство кипарског капитала у региону југоисточне Европе.

Значајан број српских компанија основале су кипарске фирме због традиционалног присуства српског капитала на Кипру још из периода пре приступања ЕУ, када је ова острвска земља третирана као офшор зона [...]

Довољно је оволико да утврдимо главне особености текста, а он је компонован по мозаичком принципу. Смењују се пасажии са подацима и коментари, који често нису усмерени на оно што се износи као скуп података, већ на опште проблеме у привредним односима Србије и Кипра. При томе се аутор служи не само подацима из званичних извора него и изјавама разних званичника о питањима којима се бави. Више личи на сув извештај о раду државних установа него о стварним привредним темама. Језик је натопљен административним изразима, те делом личи на званично саопштење. Реченица је равна по тону и не изазива никакве емоције код читаоца. Дакле, наведени чланак није типичан аналитички текст, већ представља вероватно скраћену верзију обавештења званичних инстанци.

3.1.4.3. Закључне напомене о чланку

1. Чланак је облик новинарског израза у коме се, свестраном анализом чињеница, објашњава нека актуелна појава или догађај. Чланак није само извештај новинара, већ се обавезно користи научним и другим доказима да би се указало на природу појаве и последице које може имати по заједници. Чланак је, мисли Р. Животић, сложене структуре и по томе се разликује од коментара, који има чврсту композицију. Разлике су и у садржини и у форми. Тематика се излаже информативно, али се о њој и расправља, она се анализира, осветљава са свих страна, обогаћују размишљањима.

2. Чланак се од коментара одликује у три елемента: – он није реакција на тачно одређену појаву (догађај, човека), већ на оне појаве и збивања који живе у друштву, на скуп појава и збивања (карактеристичних по својој повезаности, по заједничкој нити, и не морају да буду изразито уочљиви; могу и да тињају, да буду скривени; – он, стога, не реагује брзо, хитно, њега, дакле, не карактерише строга актуелност, иако, наравно, мора да, као и сваки новинарски производ, буде везан за садашњост, у ширем смислу те речи; – он је тематски шири, дубље улази у појаве и збивања, објашњава их и анализира са свих страна, даје им пуне и праве димензије, обухвата их у целокупном њиховом развоју – од настанка па све до завршетка (или им предвиђа завршетак), и утицај који, евентуално, могу да произведу на читалачку публику. Дакле, чланак има претензије да осветли једну појаву не са тренутног становишта или њено тренутно дејство, корисно или штетно, већ са једног ширег гледишта и са више аспеката. Стога и дужина чланка одступа од новинарског принципа краткоће; он може да буде дуг онолико колико је неопходно да се све детаљно објасни и утврди, па ако је потребно може да се објављује и у наставцима.

3. Информативни, аналитички, сатирички, полемички, дискусионни, књижевно уметнички или какав други публицистички жанр – поред ‘занатских’ захтева које мора испунити у погледу информативности, актуелности, друштвеног значај и сл. – има своје језичке особености. Специфичност дневне штампе, одређена њеном друштвеном улогом, подразумева актуелност текстова: то јест њихову изградњу око снажног информативног језгра. Чланак, са својим битним цртама које га на једној страни карактеришу као вест или извештај, а на

другој као коментар (јер садржи и једне и друге елементе) може се сматрати још увек живим и актуелним написом, и поред наглог пораста популарности.

4. Представу о новинарском стилу не можемо стећи на основу неке готове теорије, или позајмити из теорије књижевности, већ на основу грађе из написа наших новинара, на основу неких конвенција које владају у стилу једног новинара, или групе новинара, или новинара уопште у одређеном раздобљу и у одређеном медију (штампа, радио, телевизија). Смисао проучавања новинарских порука огледа се у првом реду у њиховом описивању и сређивању језичких средстава с обзиром на њихову информативну, едукативну и рекреативну функцију, и с обзиром на њихов значај у друштву. „Читава привредна и духовна активност једног колектива – мислимо (Симић–Јовановић 2002: 80), – нпр. једног народа, у крајњој линији су део јавности, образују јавно мњење, управљају њиме и усмеравају његов развој“.

5. Као посебан језички систем – новинарски стил прилагођава се потребама јавног информисања: избором тема и избором знакова за приказивање изабране предметности. Као део стваралачке праксе – остварује значајну језичку и стилску ширину, покривајући целокупну предметност савременог живота и задовољавајући интересовања широког круга читалаца. Као најчешћа лектира масовног читаоца – утиче на промену става корисника или на утврђивање постојећег. Као самостална језичка и стилска категорија – новинарски стил утиче на општу писменост, језичку културу и укљученост у систем информисања.

6. Али као и другде, тако и у овом жанру, крајњи облик текста зависи од дара, спреме, моралног стања и воље новинара да у своје мисли сажме податке и пласира их сопственим језиком и стилем. А прилично је ретка појава да се у једној личности нађу све ове црте, одн. црте доброг новинара.

3.1.5. БЕЛЕШКА И СРОДНЕ ВРСТЕ

3.1.5.1. Опште напомене

1. Белешка је „врста краћег написа којим се саопштавају неки резултати научног истраживања или неке новости из света науке и књижевности. Од свих написа које убрајамо у тзв. научну прозу б. је по обиму најужа и има за циљ пре

свега информацију о некој новини“ (РКТ 1992: s. v.). У новинарству је то, како се најчешће сматра, „краћи коментар, односно коментар са мањим претензијама и о мање значајној друштвеној теми – обрађује само једно питање и објашњава или тумачи само то питање“. Стручњаци у томе уочавају основну разлику између коментара и белешке. По правилу, мање важно друштвено политичко, привредно, али и приватно или било које уже уоквирено итд. питање лакше је уочити и једноставније је обрадити, што опет значи да приступ теми није компликован и не захтева она и онаква трагања и напоре какви су неопходни приликом писања коментара и чланка. Теме белешке су, у крајњој линији, оне које избацује свакодневица, и без којих се живот не би могао замислити – оне мале, чак ситне тешкоће и радости, они проблеми и проблемчићи који понекад могу да заинтересују, одушеве или огорче људе. А забележени у белешци, где је ‘прстом’ указано на њихово постојање, и предлог како да се скину с дневног реда – то делује као мелем на рану. Зато су и белешке радо читано штиво, и добродошле су сваком листу, и радио или телевизијској станици.

„Белешка и осврт“ – по Д. Славковићу (1975: 202), – јесу „и формално и фактички два потпуно истоветна облика новинарског израза [наше: умећа]. И називи им произилазе из истог чина: белешка је дошла од ‘забележити’, а осврт од ‘осврнути се’, дакле и једно и друго значи: запазити, видети, уочити или записати, прибележити, забележити нешто што се може и да заборави, а боље је ако се стави на хартију, сазнаће и други о томе, па ће се можда и то решити. Дакле, не велика, изузетна тема, друштвено значајна, па ипак – тема, а то је довољно да је новине штампају, јер је чињеница живота, информација“.

Ж. Митровић, међутим, прави разлику између белешке и осврта. За њега је белешка по садржини и обради, по аргументацији, која се у њој даје, у ствари, кратак чланак; пише се када је потребно покренути једно питање, које још није сазрело за решавање, због чега о њему још није могуће написати прави чланак. Осврт је, међутим, ближи коментару и има одређену намену, обраду и тон. „Овим написом“ – истиче Митровић (1960: 49) – „осврћемо се на неку појаву која заслужује да буде пропраћена, да се о њој да мишљење, да се постави захтев о њеном отклањању (ако је негативна) [...]. Најтипичнији је онај осврт којим се на нешто одговара [...]. Живост и занимљивост осврту дају полемички тон којим је написан и то било да се третирају извесне појаве, било да се полемише с нечијим нетачним тврђењем“. Ту је заправо истакнута слична

дистинкција као између вести и коментара, а белешка би била кратка вест или коментар.

И Р. Животић (1993: 71) строго разграничава белешку и осврт. „Новинска белешка је једноставан новински напис, обично од четири пасуса, – у коме је узгредно забележена нека чињеница, појава, идеја, поступак – нешто што по својој садржини не одговара да се обликује у форми вести, али заслужује пажњу читалаца ако буде изражено посебним стилем. Белешка је привлачна, радо читана, не само зато што обично покреће неко друштвено питање, што износи ситне друштвене мане или поступке за похвалу – већ и зато што су мисли лепо исказане, проблем лепо обрађен и очигледно представљен“.

2. Мислимо да би се белешком могао сматрати краћи осврт на неку појаву као повод, док би осврт имао нешто општији карактер. „Осврт је, за разлику од белешке“ – по Животићеву мишљењу (1993: 75), – „кратак аналитички жанр, сажет и критички интониран. У њему се обично исказује критички однос према неком догађају, појави, поступку, нека идеја хвали или куди – изражава мишљење о нечему конкретном, али са снагом друштвене осуде или препоруке“.

а) Заједљива белешка поводом хапшења лекара због примања мита усмерена је на критику министра, али и на то да се укаже да кривицу сноси појединац, а не струка – у којој многи часно обављају своју дужност.

Добро је. У последњој акцији српске полиције нису ухапшени баш сви доктори и начелници београдских болница. Њих неколико је остало у својим „махагони кабинетима“, па др Томица Милосављевић, као заштитник поштеног дела струке, неће морати да скида скупо министарско одело и да поново ставља стетоскоп око врата. Нису, наравно, сви српски лекари лопови, не треба да нас на то опомиње уважени гастроентеролог на привременом раду у српској влади. Хвала Богу, велики број њих још предано обавља свој посао, а неки постижу и врхунске резултате. Каријерних муфлуза у белим мантилима, међутим, има много више него што то жели да призна наш министар здравља.

Прес, 26. 10. 2009. Коментар дана – Милош Герић – „Волим и ја наранце“

б) Следећи би се текст могао сврстати у ред коментара са социјалном тематиком у ужем смислу термина. Носи наслов *Сукоб на крштеници*⁴², наднаслов доноси стварно обавештење о теми: *Међугенерациски односи*, а уместо подналова извучен је кратак осврт у бараж (Јовановић, 2015) као централни део текста:

⁴² Политикин 'Магазин' од 20. маја 2018, стр. 22.

Све дубљи јаз између младих и старих, непоштовање, па чак и злурадо ниподаштавање људи у позним годинама, појављује се као измењен животни стил, свеједно да ли је реч о успутним незнатцима или члановима уже породице.

Текст почиње извештајем о успесима моћних уметника и научника у позним годинама, дакле о трајању личних потенција код изузетних појединаца и после црте коју су нпр. поставили законодавац и социјално осигурање слањем у пензију са 65 и 60 година. Затим долази коментар опште друштвене атмосфере у односу на старе особе. Издвојићемо само два карактеристична детаља:

[...] И тако је бачено семе раздора. Млади, уместо да свој оправдани гнев усмере ка држави, окомили су се на старе „који им отимају хлеб“. А старци, уместо да им укажу где греше, показали су им да „империја узвраћа ударац“. Иако погрешно, са становишта идеологије и власти било је врло делотворно. Зато се тај јаз брижљиво неговао, а с временом и продубљивао [...]

[...] Измењени односи међу генерацијама могу имати и неочекиване, некад и катастрофалне последице. Од када је 1992. године Живојин Павловић добио „Нинову“ награду за роман „Лапот“, тај сурови мит о убијању старца спомиње се и међу ученима као – стари српски обичај. Време кризе, чији смо сапутници од почетка деведесетих и распада некад заједничке државе, потврдило је, на погрешан начин, тај став [...]

Сурова је истина да у суженим друштвеним и економским оквирима после грађанског рата и рушења привреде од стране НАТО, те и дивљање 'приватизације' у необично конципираној „демократији“ – нема довољно места за живот у нашој земљи. И још је суровија истина да земљу у непрекидним колонама напуштају управо млади људи способни за привређивање и друштвену репродукцију становништва – тако да састав популације постаје све неповољнији, са много старих, којих су не само пуне самопослуге где се буквално отимају о храну, него и саобраћај и улице, којима журе да би обезбедили за себе нешто најповољније, по привилегованом режиму итд. Овакав однос државе како га описа коментатор само даље заоштрава стање и чини га заправо несносним. Но старосна структура становништва није много боља ни тамо куда одлазе млади – једино су државе још увек моћне и добро организоване, те смештај и брига за старе добро функционишу.

Што се тиче стила којим је писан овај више него опомињући текст, конципиран је као канцеларијски извештај, али у извесној мери и као научна анализа. Речник је шаролик и креће се између две поменуте крајности, реченица не нарочито пажљиво уређена, делимично предуга, тако да је донекле отежано праћење текста.

в) Илустрацијом онога што је речено у претходном параграфу може бити следећи случај. Напис носи наслов *Пензионери траже хитно укидање привременог закона* (Политика 20. мај 2018, стр. 11):

Удружење војних пензионера Србије упутило је писмо премијерки Ани Брнабић са захтевом да влада предложи Народној скупштини да по хитном поступку укине Закон о привременом умањењу пензија[,] који је на снази већ четири године.

Затим следе изјаве званичника те организације, од којих је једна извучена у бараж, и гласи: „Враћањем припадности на износ пре умањења неће се угрозити положај пензионера чија су месечна примања мања од 25.000 динара [...] Проблеме те категорије треба решавати једино системским и другим и другим мерама социјалне заштите [...]“. Коментар је сувишан, али морамо подсетити на факат да су војни пензионери, прво, наследници привилегија из времена када је ЈНА (коју су они – узгред буди речено – највише сами претворили у рушевину, заједно са домовином коју су били дужни бранити) – била држава у држави. Додаћемо само још нешто што говори о интензитету притиска себичности над патриотизмом код оне категорије становништва којој патриотизам треба да буде животна опредељење. Масним словима паралелни текст гласи:

Удружење војних пензионера Србије упутило је председници Уставног суда Србије да се коначно узме у разматрање иницијатива за оцену уставности овог привременог закона [...]

– Сматрамо да су се стекли услови да уставни суд о иницијативама што пре расправља и донесе адекватну одлуку, јер свако одуговлачење је неоправдано и ствара услове за покретање судских поступака пред домаћим и међународним судовима, што ће владу скупо коштати кад пресуде почну стизати на наплату – закључују у Удружењу.

И заиста, иза ових строго канцеларских формулација стоји претња из завршнице текста која му служи као кратак али ефектан коментар у стилу народског свађалачког менталитета.

г) Привредна тема у следећем коментару била је повод за критички став према неким владиним мерама:

Већ неколико година пред бербу малина или вишње на потесу Вељево – Ариље усијавају се односи између произвођача и откупљивача (власника хладњача), једни другима прете, тврде пазар и сакупљају навијаче из државних и лаичких структура, а на крају ипак броје велике новце.

Ако је већ желео да оствари утисак државне бриге за малину, уместо слања инспектора да се смрзавају у хладњачама, актуелни министар пољопривреде могао је да предложи влади да се држава појави као играч на тржишту и парама из буџета откупи сав род (или највећи део) овог воћа по цени коју траже произвођачи малина. Онда би држава могла те малине да замрзне, од њих да направи џем и њиме храни (на пример) војску, извезе га или понуди Уједињеним нацијама као хуманитарну храну. То је једина

улога државе у тржишној економији. Све друго је етатизам и популизам – гурање државе у послове који јој не припадају и потреба министра да се допадне широким народним масама.

[...] Министар ваља да не треба да буде само популаран, него и успешан. Актуелни српски министар пољопривреде је популаран, али српска пољопривреда је у све лошијем стању. Зато уместо, што прети, министар би морао да почне да штити (и брани) пољопривреду онако како доличи држави чија је амбиција да има тржишну економију.

Политика, среда, 1. јул 2009. „Министарска битка” – Миша Бркић

г) Осврт на положај српске ћирилице из пера председника удружења за њену заштиту и очување Драгољуба Збиљића прате исте оне недаће које и саму ћирилицу: дискриминација. Наиме, презиме Збиљићево – упркос што је тај човек врло познат у стручним круговима, и што покушава већ више година да са својим идејама продре у јавност, вероватно немарношћу редакције, преиначено је у Зарић. Уз то, сам је аутор конципирао свој осврт као редакцијски текст, али испод чланка стоји његов потпис. Значи, нико у редакцији није ни погледао чланак, него га је неко одмах бацио у штампу, као нешто потпуно безначајно:

Српско писмо данас трпи најжешће ударе у својој хиљадугодишњој историји. На ћирилицу већ неколико деценија насрћу и неки Срби под изговором да „у свет” можемо само ако се одрекнемо свога језика и писма и прихватимо латиницу. Таквој заблуди, таквом пристајању на сатанизацију дела сопственог идентитета, стари Срби су одолели, јер знали су да безимен народ нико не доживљава као озбиљног равноправног партнера – упозорава Драгољуб Зарић, председник извршног одбора Удружења „Ћирилица” у Новом Саду.

Зарић по многима мишљењима, један од последњих бескомпромисних бораца за очување ћирилице, скреће пажњу на једну од великих српских савремених заблуда да интернет „не трпи” српско писмо.

[...] Устав из 2006, који ћирилицу коначно ставља на пиједестал званичног писма у Србији, у свакој другој земљи био би кључна прекретница. Код нас је потребно да прође још неко време, како би уставна одредба „прешла у навику” и почела да се поштује.

У невеселу причу о српском огрешењу о сопствено писмо, уноси се и зрно оптимизма:

– Тешко је поверовати да ће ћирилица тако лако одумрети, чак и у овако дуготрајној институционалној ћутњи међу српским лингвистима. Ћирилица је превише лепа да би тако лако нестала!

Вечерње новости, 5. јул 2009. „Еутаназија Вуковог писма” – Драгољуб Збиљић

2. *Друштвена хроника*. – Њу је тешко дефинисати прецизно, иако је јасно да припада оним облицима новинарског изражавања у којима се нешто објашњава, тумачи и даје оцена. Можда у називу треба тражити и њено одређење: реч је, очигледно, о новинској врсти чији предмет чине друштвене појаве без обзира на то да ли је у њиховом средишту један човек (нешто урадио или није урадио, дао или није дао неку изјаву), или више људи, или односи међу њима. Има у овој врсти написа обавезно и некакве емоционалне ноте, један топао људски приказ теме, и стога она жели више да дирне у срце него у разум, да узбуди, изазове сажаљење или бес – насупрот коментару, чланку или

белешци, који иду другим путем: рационалном анализом, само чињеницама, убедљивим аргументима – покушавају придобити читаоца за ову или ону идеју, за овај или онај став итд.

„Друштвена хроника, као и сви остали облици новинарског изражавања овог жанра, има за циљ не само да укаже на неку појаву за коју је заједница заинтересована, већ да је класификује у добре или лоше – да је истакне као пример који треба сложити или као праксу која се не би смела толерисати. Њено обележје било би, дакле, похвала или жигосање, као и жив, репортерски језик. Осим тога, она се, по правилу, не држи принципа конструкционе технике рада ових облика новинарског изражавања, не прави се по схеми: глава, тело, закључак. У том погледу, друштвена хроника је слободнији жанр и њен облик, начин излагања, нема калуп – све зависи од вештине новинарског пера, од његових квалитета и његове маштовитости“⁴³.

Овај тип текста конципиран је, дакле, као конструктиван одзив на неку корисну друштвену акцију. Ево примера:

Недавно је у Београду, у адаптираном складишту у тзв. Бари Венецији, одржана премијера представе „Ходници жути, пурпурни, плави“ у оквиру пројекта „Радионице интеграције“ чији је један од оснивача, глумач Мики Манојловић.

Јер, има и бољег начина да се, уместо окретања главе на другу страну, потпуне друштвене незаинтересованости, или указивања на права инвалида само у току политичких кампања, овој друштвеној групи пружена је шанса за једну нову стварну и симболичку видљивост? Ако се овоме дода и чињеница да се учеснице представе баве писањем поезије, да се неке окушавају, и као сликарке, или пак су активне спортисткиње, онда наши појмови о успеху и неуспеху, о срећи и несрећи, о осујећењу или постигнућу, морају да буду доведени у питање.

Као и наше уверење да је најбољи начин друштвене бриге о њима њихова безбедно удаљена гетоизација и културна маргинализација.

Отуда се пројекат „Ходници жути, пурпурни и плави“ може разумети и као и својеврсна детекција наше колективне охолости, а свакако представља отржењење, које нас, заправо спасава од најдубљег слепила за Друге”.

Блиц, 11. јул 2009. године „Слепило” – Зорица Томић, културолог

Сложићемо се у целини и са иницијатором догађаја и са аутором написа у њиховом настојању да скрену пажњу на једну групу становника која мора добити сву друштвену бригу. Само, ако се ради о посебно успеху појединца, било из које популационе групе, ствар није ’гурања у леђа’, него стварне вредности онога што жели произвести, у привреди, уметности или сл.

⁴³ О томе уп. у: Славковић 1973: 203.

3.1.5.2. Закључак о белешци

Расправа о белешци и осврту показује да ове две врсте написа подсећају на краћи коментар, односно коментар са мањим претензијама и о мање значајној друштвеној теми – обрађују само једно питање и објашњавају или тумаче само то питање. Стручњаци у томе уочавају основну разлику између коментара и белешке. По правилу, мање важно друштвено политичко, привредно, али и приватно или било које уже уоквирено итд. питање лакше је уочити и једноставније је обрадити, што опет значи да приступ теми није компликован и не захтева она и онаква трагања и напоре какви су неопходни приликом писања коментара и чланка. Теме белешке су, у крајњој линији, оне које избацује свакодневица, и без којих се живот не би могао замислити – оне мале, чак ситне тешкоће и радости, они проблеми и проблемчићи који понекад могу да заинтересују, одушеве или огорче људе. А забележени у белешци, где је ‘прстом’ указано на њихово постојање, и предлог како да се скину с дневног реда. Зато су и белешке радо читано штиво, и добродошле су сваком листу, и радио или телевизијској станици.

3.1.6. РЕПОРТАЖА

3.1.6.1. Општа запажања о репортажи

1. Репортажу теоретичари књижевности сврставају у граничне књижевне врсте које су заједничке поетској речи и новинарству. Ми ипак не сматрамо да је репортажа изједначива са приповедним формама уметничке прозе, и то из два разлога. Прво репортажа се одликује духовитошћу и свежином израза, али ретко прелази у сферу уметнички дубоког сликања. И друго, репортажа по правилу за предмет има реалне догађаје и личности, и само се изузетно уздиже до уметничке фикције. Обрађена је у ‘Речнику књижевних термина’ (РКТ 1992: s.v), где о њој стоји следеће⁴⁴: „1. Публицистичко приказивање реалних догађаја, којим се дочарава атмосфера и представљају најбитнији моменти неког збивања или најкарактеристичније одлике људи. Писац р. користи књижевна

⁴⁴ РКТ 1992: 697.

средства за приказивање неког догађаја или личности: опис, карактеризацију, дијалог. Лични утисак и тон, дочаравање представе о догађајима и личностима као и начин и средства изражавања могу дати р. уметничку вредност. Р. се служе новинари у листовима, на радију и на телевизији да би приказали најзначајније догађаје дана, недеље и месеца у политичком, друштвеном, културном или економском животу у земљи и у свету. Добра репортажа се одликује актуелношћу теме, информативношћу, сажетошћу, занимљивошћу и духовитошћу писања [...]⁴⁵. 2. Р. се својим уметничким квалитетима може приближити правој литератури, у ком случају добија жанровске одлике скице, приповетке, и романа [...]

Репортажа се у теорији новинарства сматра једним од највиших облика новинског текста. „Репортажа је привлачан и популаран литерарно-новинарски жанр. Негује се у домаћој и светској литератури и новинарству [...]" (Животић 1993: 133). Душан Матић (1956: 43) сматра да је циљ репортаже да саопштава чињенице, а да коментар остави читаоцима: „Код репортаже ме више интересује да буде заиста репортажа, то јест, да на брз и муњевит начин саопшти истину о једном догађају, о једној земљи, о човеку. Литерарна вредност није, следствено томе, у самом предмету о коме се пише, у форми којом се пише, већ у снази, интензитету којим се пише о истини, или бар о једном њеном детаљу. Нека апсолутна разлика између тога шта је то новинарство, а шта књижевност – мислим да не постоји, јер има репортерских бележења догађаја у историји, који су остали као дубље сведочанство и чак литерарније сведочанство о томе времену, него литерарна дела која су о томе времену створена (Да не идемо далеко – бележења Проте Матеје Ненадовића о првом устанку и о почетку нашег Деветнаестог века много су узбудљивији литерарни феномени од многих литерарних дела која су писана у то време)“.

Јаз који многи теоретичари покушавају да ископају између репортаже и уметничке прозе, између новинарства и књижевности“ – каже Ели Финци (1956) – „више је плод неразумевања ствари него ли осетљивости за теоретске дистинкције. Разлика сигурно има и знатних, али зар их нема и између ‘чистих’ књижевних родова? Те разлике су у циљевима и

⁴⁵ У ред добрих репортажа аутор овог чланка сврстао је текстове Иље Еренбурга у књизи *Репортаже из Шпаније*, те даље: Егона Киша, *Бесни репортер*; Оскара Давича, *Међу Марксовим партизанима*; Добрице Ћосића, *Седам дана у Будимпешти*, итд.

методама, не у суми људске мисаоне и емоционалне ангажованости. Једна од битних, чини ми се, била би у овоме: репортер сугерише ствари онако како су се ове одиграле, какве јесу, а приповедач их ствара онаквим какве би оне могле бити. Ако се мисли да је за први поступак, репортерски, потребно мање рада маште него за други, приповедачки – знак је то само да се под стваралачком маштом подразумева на старински, романтичарски начин, способност инвенције (у ликовима, догађајима, атмосфери), која нас удаљује и отуђује од човека и живота. Мени се чини да је истина супротна оваквом схватању: за верно и истинито приказивање појединих догађаја или судбина из свакодневног живота, где ништа битно не сме бити ни одузето ни додато, потребно је имати изванредан дар уобразиље да би се поједине чињенице логично повезале у природну историју, да би се иза лица видела душа ствари, да би се, поред топографије, околности и услова, открио дубљи суштиниски процес живота.

Но ипак, откривање истине спада у дарове научног рада, док је уметничка инвенција и сублимација далеко изнад тога. Стваралачки продор у суштину реалности и покушај откривања њене величине и истине о њој – и покушаја да се она јаком речи прикаже већом и упечатљивијом него што јесте – сасвим су различите ствари: једно је уметничка инвенција и инспирација, да друго сензационалистичка манипулација.

Оскар Давичо (1956: 71) пише: „И код нас и у иностранству, добра се репортажа ретко среће. Анализирамо ли најбоље међу њима и упоредимо ли их с најбољим причама, уочићемо да су разлике између једних и других суштинске. Оне се не исцрпљују само у дефиницијама које проистичу из другачијих поступака, интенција и односа према животној материји. Оне претпостављају дубоке разлике у врстама надарености. Не у њиховој величини. Није осредњи писац по правилу постао велики репортер, ни обрнуто. Репортер се рађа као и књижевник. На лествици вредности, и једни и други могу да стоје на највишим пречагама, под условом да смо свесни да су лествице, на којима они стоје, разнородне – бар колико и оне на којима се дижу разносмерне вредности сликарства и музике [...] Зато и закључујем да је репортажа сведочење о животу, сведочење чије су идеалне вредности ближе документарности и делотворности какве се остварују техникама научних истраживања, мање онима која припадају уметности. Што не значи да се изузетно негде, на дометним тачкама, наука, репортажа и уметност не састају“.

Репортажа је – по Д. Славковићу – облик новинарског изражавања којим се јавност упознаје са актуелном, аутентичном или истинитом чињеницом

(једним човеком, једним догађајем, једном појавом), при чему јој се мора прићи на оригиналан, индивидуалан и истраживачки начин и испричати одабраним, специфичним стилем, уз људско саучешће и са субјективном оценом која ће, објективно, значити подстицај свега онога што је напредно у друштву. Репортажа мора, у било ком погледу, да помогне човеку, људској заједници – тек тада она извршава свој задатак. Директна ангажованост репортаже у решавању животних проблема, иако само вербалним средствима, а не директно, физичким учешћем у акцији, заиста је онај моменат који се књижевности не може приписати, јер је ова првенствено усмерена на естетски проблем, на стварање слике о догађају који ће покренути најпре машту, па тек онда делатну енергију читаоца.

На основу ове и овакве дефиниције може се поставити питање: није ли то онда репортерски извештај? Тачно је да репортерски извештај има много сличности са репортажом, јер и он на један жив и непосредан начин прича о некој чињеници – са заседања скупштине, са пуштања у погон неког великог привредног објекта, о саобраћајној несрећи итд. Али, управо ту, у садржини њиховој, налази се разлика између извештаја и репортаже. Форма је, дакле, иста (или готово иста). Међутим, репортерски извештај говори о току догађаја који се данас (или најдаље јуче) одиграо, а репортажа прича о актуелном догађају, појави или човеку, о оним чињеницама које су стално присутне у друштву и имају (или могу имати) одређени утицај на његово кретање и развој. Осим тога, репортерски извештај износи само ток догађаја, а репортажа указује на једну или више чињеница, осветљава их са разних страна, износи оцену аутора, дакле, субјективна је у прилазу, насупротив репортерском извештају који мора да буде хладан, уздржан, објективан – и у прилазу и у начину обраде.

Фр. Врег се пита: „Фелтон, да или не? Је ли фелтон облик савременог новинарства? Је ли то грана коју је родила романтика или коју је она сахранила? Слично би се могло рећи и за репортажу. Зар она није рођена у прошлом столећу, а данас већ преживела? Савремено америчко новинарство већ одступа од репортаже, фелтона и сличних упола литерарних облика. Парола дана је вест, информација је све“⁴⁶. А Б. Лазих пише: „Импесионистичко, површно

⁴⁶ Врег 1964: 189. – Наводи и интерпретације о репортажи углавном потичу од Д. Славковића (1973).

писање псеудолитерарног карактера у коме стилске бравуре и игре речима добијају предност над чињеницама, над збивањима или над њиховим смислом, изгубило је своје место у савременом новинарству – ово је доба сумрака репортаже такве врсте⁴⁷.

2. Ако оставимо по страни то, одговара Д. Славковић, да мерила америчког новинарства нису и наша мерила – новинарство је одраз живота, па према томе, наше новинарство је одраз нашег живота, са свим његовим специфичностима – и ако оставимо по страни чињеницу да псеудолитерарно писање и стилске бравуре никада нису биле карактеристика праве репортаже, овај жанр, за многе с правом највиши домет журналистике, нити је преживео, нити се налази у ‘доба сумрака’. Репортажа се, заиста, истискује са новинских стубаца, и то не служи никоме на част, најмање нашем новинарству у целини.

а) Књижевник Вељко Петровић, који се бавио и новинарством, сматрао је да савремен човек има неутољиву потребу за ‘поетизовањем живота’.

Не осећајући ту своју најприснију потребу у жељеној мери задовољеном, помоћу позоришта, радија или телевизије, он тражи да се то ублажавање егзистенције, тај ретуш непосредне слике живота, изврши донекле и тамо где се он свакодневно и документарно, црно или бело, и пружа – у новинама, у његовом једином штиву. Јер, његов дневни лист из дана у дан износи, у вестима, билтенима, коминикеима, па и у стручним чланцима и фотографијама, сву хрпаву сировину и опору и тугаљиву пресноћу стварности. Зато савремени човек жели, мада то јавно није исказао, да му исти његов лист донесе бар писменије, књижевније обрађене призоре, типове, догађаје из његове познате околине и из оног далеког, за њега често егзотичног света. Лакше ће подносити и још сасвим знојав, крвав одсечак тог нашег тешко укротивог живота када га сервира изузетнији посматрач, одабранијим стилем и људским саучешћем. А таква ‘репортажа’ већ је блиска доброј, озбиљно смишљеној и извођеној белетристици, која, разумљиво, више приања данашњем презапосленом човеку и његовом расположењу у моментима одмора и доколице, ако их себи може приуштити, које може да користи и за читање.

„Нека се драги, поштовани друг-поет не снбива“ – истиче В. Петровић (1964: 15–16) – „има репортажа на вишем уметничком ступњу од многих, што веле Загрепчани, произвољно ‘исхитрених’, вербалистичких, грангињолских⁴⁸ аранжмана који се и истичу и награђују као последња ‘постигнућа’ савременог романа. Уосталом, таквих половних сорти уметничких категорија било је одувек и биће их вечито. У исто време кад су у подлисцима париских журнала излазили Санфлерови и Золини романи, излазили су и Пол де Кокови и Понсон де

⁴⁷ Лазич 1960: 93.

⁴⁸ Према: грангињол (фр. grand-guignol) – „позоришна представа пуна језивих и морбидних сцена“ (Клајн и Шипка 2008: s. v.).

Теријеви, а ти ће, вероватно, и са књижевног становишта остати испод репортажа једног Бардринија и Лондра“.

б) „Да репортажа може бити врста уметности“ – мисли Иво Андрић (1956: 21), – „види се не само по томе што то јасно осећамо кад такве репортаже читамо, него и по томе што су такви репортери ретки и врло цењени. Добар репортер уме да повеже ствари са разних подручја и из разних епоха у једну целину која узбуђује машту и подстиче на размишљање. Богатство, смелост и ширина брзих и тачних асоцијација велике су дражи добрих светских репортера; оне им дају високу вредност у том раду, а понекад их уздижу до трајнијих уметничких дела“.

в) „У нашој савременој журналистици, или шире, боље речено, публицистици“ – пише Милан Богдановић (1956: 57) – „има извесних репортажа, за које се не би смело сматрати да су потцењене ако их не назовемо уметничким, јер добра публицистика има велики квалитет који исто тако тражи посебног дара. Уметничка репортажа – или боље речено: литерарна репортажа – или је репортажа или литература. Ако није ни једно ни друго, онда је некакав хибрид!“

г) Душан Матић (1956: 38) сматра да је циљ репортаже да саопштава чињенице, а да коментар остави читаоцима: „Код репортаже ме више интересује да буде заиста репортажа, то јест, да на брз и муњевит начин саопшти истину о једном дагађају, о једној земљи, о човеку. Литерарна вредност није, следствено томе, у самом предмету о коме се пише, у форми којом се пише, већ у снази, интензитету којим се пише о истини, или бар о једном њеном детаљу. Нека апсолутна разлика између тога шта је то новинарство, а шта књижевност – мислим да не постоји, јер има репортерских бележења догађаја у историји, који су остали као дубље сведочанство и чак литерарније сведочанство о томе времену, него литерарна дела која су о томе времену створена (Да не идемо далеко – бележења Проте Матеје Ненадовића о првом устанку и о почетку нашег деветнаестог века много су узбудљивији литерарни феномени од многих литерарних дела која су писана у то време).

3. „Јаз који многи теоретичари покушавају да ископају између репортаже и уметничке прозе, између наонарства и књижевности – каже Ели Финци (1956: 87) – више је плод неразумевања ствари него ли осетљивост за теоретске дистинкције. Разлика сигурно има и знатних, али зар их нема и између ‘чистих’

књижевних родова? Те разлике су у циљевима и методама, а не у суми људске, мисаоне и емоционалне ангажованости. Једна од битних, чини ми се, била би у овоме: репортер сугерише ствари онако како су се ове одиграле, какве јесу, а приповедач их ствара онаквим какве би оне могле бити. Ако се мисли да је за први поступак, репортерски, потребно мање рада маште него за други, приповедачки – знак је то само да се под стваралачком маштом подразумева на старински, романтичарски начин, способност инвенције (у ликовима, догађајима, атмосфери), која нас удаљује и отуђује од човека и живота. Мени се чини да је истина супротна оваквом схватању: за верно и истинито приказивање појединих догађаја или судбина из свакодневног живота, где ништа битно не сме бити ни одузето ни додато, потребно је имати изванредан дар уобразиље да би се поједине чињенице логично повезале у природну историју, да би се иза лица видела душа ствари, да би се, поред топографије, околности и услова, открио дубљи суштински процес живота“.

4. Оскар Давичо пише (1956: 49): „И код нас и у иностранству, добра се репортажа ретко среће. Анализирамо ли најбоље међу њима и упоредимо ли их с најбољим причама, уочићемо да су разлике између једних и других суштинске. Оне се не исцрпљују само у дефиницијама које проистичу из другачијих поступака, интенција и односа према животној материји. Оне претпостављају дубоке разлике у врстама надарености. Не у њиховој величини. Није осредњи писац по правилу постао велики репортер, ни обрнуто. Репортер се рађа као и књижевник. На лествици вредности, и једни и други могу да стоје на највишим пречагама, под условом да смо свесни да су лествице, на којима они стоје, разнородне – бар колико и оне на којима се дижу разносмерне вредности сликарства и музике [...]. Зато и закључујем да је репортажа сведочење о животу, сведочење чије су идеалне вредности ближе документарности и делотворности какве се остварују техникама научних истраживања, мање онима које припадају уметности. То не значи да се изузетно негде, на даметним тачкама, наука, репортажа и уметност не састају“.

„Као и сваки текст, свака писана реч, од писма до дневника и успомена“, – наглашава Ј. Видмар (1956: 99) – „тако и репортажа у новинама мора у себи садржати уметничке елементе. Сасвим је природно да репортажа мора имати у суштини и информативни карактер. Међутим, и информација може бити написана са више или мање духа, чак и са знатном дозом духовитости и може да

садржи читав низ умних и интелектуалних одлика које се обично налазе у уметничким саставима“.

5. Посебно је занимљиво мишљење о репортажи једног од највећих светских репортера Егона Ервина Киша: „Специфичност извештавања је у томе што је тема извештавања стварни догађај. Зар се догађај не може измислити? Не. Ако је догађај измишљен, онда његов опис, без обзира да ли је то читалац приметио – није извештај. Писци романа, новелисти и хумористи често тврде да се догађај који се описује стварно догодио. Књижевнику не наноси штету ако читалац не верује у такву тврдњу; то чак и повећава његову вредност. Али, хроничар који vara – пропао је“ (Мажарски 1965: 132–133).

6. По Р. Животићу: „репортажа је врхунац новинарског стваралаштва“. Квалитет је, иако он то не истиче декларативно, за њега заправо постигнут естетским усавршавањем текста по мерилима уметничке прозе. „Репортажа је – како мисли Животић (1993: 133) – привлачан и популаран литерарно-новинарски жанр. Негује се у домаћој и светској литератури и у новинарству [...]“. Као што је веома тешко написати добру репортажу, тако исто је тешко одредити њену дефиницију. Иако ова форма новинарског изражавања одавно већ има пуно ‘право грађанства’, репортажа није класични жанр, она нема оне особине и оне основне елементе осталих облика новинарског изражавања по којима би се лако могла дефинисати и издвојити, рецимо, из литературе, камо су многи писци и новинарских уџбеника и књижевни теоретичари покушавали да је сврстају“.

6. Ако се сложимо са чињеницом да је вест основни, најважнији, битни облик новинарског изражавања – даље су Животићеве мисли – слободно се може рећи да је од ње и због ње настало новинарство, да је она оправдање егзистенције и штампе, и радија, и телевизије, и агенција – онда би, чини се, можда одатле требало поћи у покушају да се одреди каква-таква дефиниција репортаже. Јер, и репортажа мора да садржи основне елементе вести, уколико жели да уђе у новинарске оквире. Дакле, да би репортажа изборила себи место на страницама дневног листа или на програмима радија и телевизије, она мора да има, у првом реду, квалитет вести – да на један одређен, специфичан начин, посебном формом и посебним језиком, обавести читаоце, слушаоце или гледаоце о једној чињеници: човеку, догађају или појави. „Репортажа је – констатује С. Лукач (1970: 108) – саставни део листа, радио или телевизијске

емисије и стога за њу важе закони конкретне актуелности. Репортажа, дакле, говори аутентично, она садржи одговоре на питања: ко, где, када, шта, зашто, како. У њој не може бити литерарне фикције, али у њој има репортерског, психолошког, социолошког, филозофског надграђивања. То је неизбежно код одговора на питање: како, а нарочито зашто“.

7. Питање облика одређеног садржаја, дакле, представља једну од битних карактеристика репортаже, уколико смо се сложили с чињеницом да и она, као сваки други новинарски производ, подлеже основним принципима информације (новост, актуелност, истинитост, важност или занимљивост). Тај облик се, по много чему, разликује од осталих облика новинарског изражавања и он је, рецимо тако, најслободнији, али управо зато и најтежи. Репортажа има примеса литерарног писања, па ипак није литература. Она се разликује од приче, пре свега, по томе што мора да говори о једној тачно одређеној појави, једном тачно одређеном догађају или једном тачно одређеном човеку – аутентичност и истинитост живота су предуслови рађања репортаже. Насупрот томе, прича је добра само онда када казује о једном типичном догађају, о једном типичном човеку или једној типичној појави, по правилу о измишљеној чињеници или састављеној од разних карактеристика неколико догађаја, неколико појава или разних особина неколико људи. „Уметник“ – по М. Горкоме (1949: 75) – „мора владати способношћу уопштавања – типизације честих појава наше стварности“. Прича, обично, даје пресек догађаја, појаве или типичност неких људи – који су се одиграли или који су живели или живе у једном одређеном, дужем или краћем периоду живота. Репортажа није то! Садржина репортаже увек има апсолутно тачно име и презиме, улицу и број, место радње које се зове само тако и тако, време радње које је само кишовито или само сунчано – никако не друкчије од онога какво је заиста било. Зато је и превасходна, суштинска разлика између приче и репортаже у њиховим садржинама – у чињеници што се прича служи измишљеним, у машти писца створеним догађајима, појавом или човеком, а репортажа истинитим догађајем, истинитом појавом, истинским човеком“.

8. Релевантно је и оно што о репортажи пише М. Виторовић (1970: 63–65):

Репортажа може да буде литература, може да буде уметност, али под условом да не напушта своја стваралачка средства, свој стваралачки метод. Чим она напусти та естетска

средства, чим се почне служити поступком приче, креативним методом приче, онда је резултат мање или више исти, – престаје да буде репортажа, а не постаје прича. Репортажа није прича по свом облику, а пре свега, по својој друштвеној функцији и по својој уметничкој поруци; она се одликује извесном оперативношћу, сврсисходношћу. По својој одређеној намени – репортажа је део листа, новина, значи журнализма; – срачуната је на један мање ограничен временски и психолошки утицај; она мора много брже, непосредније и ефикасније да реагује на односе, људе, догађаје; мора бити конкретна и документована (то је битна методолошка разлика између приче и репортаже); мора да има одређене друштвене закључке; не може (као прича) да конструише догађаје, ни ликове, ни односе; она је дужна да даје адекватне, верне, непосредне, конкретне ликове, односе, догађаје, животна факта итд., док писац приче није непосредно суочен са животним чињеницама које уметнички уобличава – он може да узме од животног факта само један део, па да га потпуно преради, или да узме низ животних факата, па да их тако прерађује или да додаје те чињенице и да на основу свега тога ствара уметничку слику. Репортер нема права да мења чињенице за разлику од приповедача. Код репортера животне чињенице су не само полазна тачка, него истовремено и њен циљ.

9. Зашто само око репортаже стално питање: да ли је то новинарски литерарни род? – пита се Д. Славковић, па наставља: – „Дискусија, наравно, није случајно рођена. Јер једино у репортажи новинар има право да уноси себе, своја осећања, своје мисли, своје виђење, лично свој став и свој стил – свој животни кредо. Једино у репортажи он добија шансу да се исказе као човек, да отвори душу и срце – за разлику од других врста новинарског стваралаштва у којима је он хладан, готово неутралан, аналитички посматрач, научни истраживач. Или је то, или би бар требало то да буде, чак и када износи, на изглед, своје погледе (у коментару, на пример). Јер, ти погледи су, заправо, општедруштвено прихваћени и значе само идејнополитичко (класно) опредељење новинара. Репортажа је, међутим, слободнији, стваралачки прилаз појави, догађају или човеку, изношење свог гледања на ту појаву, тај догађај или тог човека. Оригиналноост прилаза и оригиналноост стила – није ли то репортажа?“

Према владајућем мишљењу у теорији новинарства, три су елемента потребна репортеру: изузетније посматрање, одабранији стил и људско саучешће. Зар се то не слаже са онима који мисле да је начин обраде, стил, људски прилаз – управо оно што репортажу одваја од осталих новинарских родова и што је само приближава новели, причи, литератури уопште, од које се разликује, пре свега, аутентичношћу и истинитошћу чињеница и детаља? Тако мисли и И. Браут (1956: 112): „Репортажа би била: опис истинитог догађаја (или човјека, тренутка, мјеста итд.) који има актуелну важност и друштвену тежину, обрађен његованим и личним стилем [...]. Репортажа је умјетност детаља“.

10. ‘Репортажа’ треба да прикаже догађај што је могуће конкретније и очигледније, мисли Шт. Рус-Мол (2005: 90). „Она је више оглед о вештини посматрања него анализа. Више информација него изражавање мишљења“. При томе може да буде веома важно да се пронађу одговарајући детаљи, управо карактеристични за приказану ситуацију. За композицију репортаже нема чврсто установљених правила, осим једне основне скице. „На почетку је потребно увести публику у причу, побудити њену радозналост и интересовање карактеристичним детаљима, епизодама и запажањима. Затим треба наизменично низати, испреплитати очигледне, конкретне информације и карактеристичне детаље, сликовита запажања, примере, цитате. Последње, новинар не сме да измишља“. Добра репортажа, по Рус-Молову мишљењу, „живи од приче из живота, од осликаних појединачних судбина, типичних за један догађај и развој. Актери треба да добију реч. Новинар не треба да им поставља сугестивна питања у складу са сопственим вредновањем ствари“. Вештина компоновања репортаже јесте у томе – по ауторову мишљењу – да се дозволи публици да учествује у догађању посредовањем утисака. „Репортер уводи публику у причу тананим нитима, зато је драматургија важна за компоновање репортаже, систематско рашчлањавање елемената догађаја и успостављање напетости. Ако уз то репортер постигне и елегантан завршетак, добру поенту или везу с почетком, композиција такве репортаже је складна“.

11. На основу свега што је речено могуће је извући неколико битних елемената који сачињавају праву новинску репортажу. То су: аутентичност, истинитост, актуелност (или актуелни повод), оригиналност у прилазу, субјективност у оценама које, објективно, морају да подстичу све што је напредно у друштву, одабрани, специфичан стил, људско саучешће.

Да ли је, пак, репортажа у исти мах уметност, тачније литература, у крајњој линији небитно је питање (мада је репортажа ипак искључиво новинска а никако литерарна категорија). Врхунско остварење у репортажи, у сваком случају, остаје трајна вредност, не умире, као водени цвет, заједно са следећом емисијом или сутрашњим издањем листа. Репортажа је и сведочанство, и документ, и лепа реч, и откривање људских драма, и понирање у социјалне проблеме, и истраживање њихових узрока, и саучешће, и подстрек, и богатство умних асоцијација, и мисаона ангажованост – једном речи: штампана или изговорена слика човека, догађаја или појаве. Управо то понајвише: истинита

слика стварности, један њен део, исечак. Репортажа је најчешћи новинарски продукт чија судбина понекад није ефемерна.

„Шта је, онда, репортажа?“ – поново се пита Д. Славковић. – „Каква би била њена оријентациона дефиниција? Репортажа је облик новинарског изражавања којом се јавност упознаје са актуелном, аутентичном или истинитом чињеницом (једним човеком, једним догађајем, једном појавом), при чему јој се мора прићи на оригиналан, индивидуалан и истраживачки начин и испричати одабраним, специфичним стилем, уз људско саучешће и са субјективном оценом која ће, објективно, значити подстицај свега онога што је напредно у друштву. Репортажа мора, у било ком погледу, да помогне човеку, људској заједници – тек тада она извршава свој задатак“.

На основу ове и овакве дефиниције може се поставити питање: није ли то онда репортерски извештај? Тачно је да репортерски извештај има много сличности са репортажом, јер и он на један жив и непосредан начин прича о некој чињеници итд. Али, управо ту, у садржини њиховој, налази се разлика између извештаја и репортаже. Форма је, дакле, иста (или готово иста) код оба ова облика новинарског изражавања. Међутим, репортерски извештај говори о току догађаја који се данас (или најдаље јуче) одиграо, а репортажа прича о актуелном догађају, појави или човеку, о оним чињеницама које су стално присутне у друштву и имају (или могу имати) одређен утицај на њено кретање или развој. Осим тога, репортерски извештај износи само ток догађаја, а репортажа указује на једну или више чињеница, осветљава их са разних страна, износи оцену аутора, дакле, субјективна је у прилазу, на супрот репортерском извештају који мора да буде хладан, уздржан, објективан – и у прилазу и у начину обраде.

12. Још једна напомена у вези са дефиницијом репортаже. Она се, искључиво, односи на репортаже у дневним листовима, на радију и телевизији – дефиниција је, наравно, упрошћена; то је, у ствари, само костур дефиниције, јер не постоји само репортажа у дневном листу, на радију и телевизији; она се чешће јавља у недељним листовима и у ревијама, који, опет, имају сасвим другу физиономију и свој специфичан начин обраде, други жанр писања. Ту вест, углавном, не игра значајну улогу, у првом реду зато што ти листови не посежу за свакодневном актуелношћу, већ бирају најважније догађаје у току једне недеље или месеца (о којима су већ дневни листови писали) и обрађују их на

свој начин. Репортаже у тим, како их обично називају магазинским листовима, инсистирају пре свега на занимљивости, бизарности, несвакидашњем, – и то је, чини се, њихово главно обележје.

У недељним ревијама и листовима могу се, такође, наћи и репортаже које у себи немају основне особине овог жанра – причање о једном одређеном човеку, догађају или појави. Репортер постави неку чињеницу и, попут приче, даје типичну атмосферу, односе, људе. То су, по правилу, написи са наглашеним куриозитетом, изгубљени људи, или људи са дна, некакав изузетан догађај, помало сентименталан или романтичан, са елементима љубави, животног промашаја, трагедије неке. По садржају и прилазу такве би репортаже требало да буду приче, али им за ту категорију недостаје снага уметничког уобличавања. Иако то фактички нису и не могу бити репортаже (недостаје им, пре свега, аутентичност и истинитост), оне су већ заузеле одређено место у нашем новинарству. „Наша новина“ – пише С. Лукач (1970: 109) – „још увек је испуњена врло лично, (често) емоционално сенченим текстовима. То је, ваља рећи, најчешће на граници фразерске патетике, али ово поднебље очигледно ни у информативном медију не може без жестоког зачина осећања. Наша репортажа је једна од преосталих оаза емоционалности у мору рационално-информативних облика [...] У готово свакој нашој репортажи знатно је израженије настојање да се говори ‘литерарно’ – при чему писац не одолева патетици, тобожњој поетичности – него да се саопшти нешто врло чињенично у репортерској форми. Та замена форме и садржаја може се једино објаснити тиме што новинари имају неживљене амбиције, а књижевници, писци репортаже у штампи, вуку у литерарна поднебља стила“.

Да ли таквим ‘репортажама’ има места у новинарству? Треба још једном рећи да то никако нису праве, новинске репортаже – то су написи друге врсте, причања, често чак добрих козера о типичностима из нашег живота и типичним нашим људима, причања којима недостаје истинска литерарна вредност, а налазе какво-такво оправдање у листу или у радио-емисији из једноставног разлога што су и новине и радио – мозаик, – и увек примају још по неки шарени камичак на своје странице и у своје програме, и увек ће га примати, јер говоре о свакодневним, блиским догађајима, и о обичним људима, о бригама и надањима свакодневним и обичним. А читаоци и слушаоци воле да виде себе на страницама листа и да чују себе у емисијама радија, макар све то, у крајњој

линији, било и измишљено, а вешто направљено (измишљена конкретна чињеница, а атмосфера и типичност те атмосфере – погођени!). Милутин Гарашанин каже (1939: 134): „Новине свуда завире, у свашта завуку нос, и свуда их пуштају: у дућан, у кафану, у механу, у кућу, у школу, па кажу да су се од неког времена почеле помаљати и у олтару иза часне трпезе. Говоре о свачему: и о ономе што знају и о ономе што не знају“.

13. Права новинска репортажа, мисли Славковић, садржи више елемената. Да би се написала добра репортажа, новинар мора да савлада њене битне елементе. То су: а) избор теме, б) композиција и в) стил писања.

а) *Избор теме*. Искусни репортери кажу: „Када пронађем тему за репортажу, онда је више од половине посла завршено“. Које су теме за репортажу, а које нису? Такво питање не може се поставити, јер не постоји једна тема за репортажу, а друга само за белешку, на пример. Уопштено говорећи, све теме, све што је живот, човек, природа, друштвена појава – све је то тема за репортажу и, с тог становишта, никаква правила не могу се прописивати. „Ничег нема сензационалнијег од времена у коме живимо“ – каже Е. Е. Киш. – „Све је, дакле, тема за репортажу, апсолутно све! Зависи само од тога како гледамо, да ли шта видимо, и какве закључке и поруке извлачимо из, наизглед, обичних, једноставних истина. А у свакој од њих има драматичних елемената, неизвесности, сукоба, бизарности, поруке или поуке. Репортер, заправо, баца рефлектор (своје знање, своја запажања, своју мисао, своја осећања) на најразличитија места наше свакодневице – осветљава их са свих страна, разматра их, анализира и прстом указује: то је тако, то ваља или то не ваља; помозимо да се некако реши једно зло или одајмо признање ономе који га је заслужио, а није га до сада добио.

б) *Композиција репортаже*, по Славковићу, најчешће личи на драму. Она је заправо драма у малом али у специфичном облику. Зато и у композиционом погледу треба следити образац драме. Репортажа мора да има своју експозицију, свој заплет, успон, своју кулминациону тачку, свој пад, расплет и, најзад, поенту, поруку или поуку. Ствар је новинара и теме о којој пише – да ли ће ићи таквим редом или ће почети од расплета па се ретроспективно вратити на експозицију итд. Од тога какву ће композицију новинар изградити умногоме зависи живост репортаже, њена напетост и њена привлачност. А то су, свакако, пресудни чиниоци у квалитету репортаже, која

мора човека да узбуди, да га обрадује или растужи, али и да га озлоједи – ако је потребно!

У стварању композиције репортаже основна је, ипак, моћ запажања репортера, перцепција, онај утисак који у њему ствара догађај, појава, човек, чињеница живота о којој пише. А да би створио утисак, тачан, прецизан, да би продро у суштину ствари, репортер мора да буде ‘на лицу места’. Н. Г. Богданов и Б. А. Вјаземски подвлаче да се „репортажа одликује од других информативних материјала управо тиме што аутор мора обавезно да буде очевидца или учесник описаног догађаја“ (1973: 61). Нема репортаже која се ствара у машти новинара, без обзира на богатство и инвентивност те маште. Све што се у репортажи каже мора да буде управо тако како се одиграло у стварности, онако како је видео репортер и, наравно, како је пропустио кроз своју свест.

в) *Стил репортаже*, иако, као и иначе, зависи од човека, и према томе код сваког је само његов, различит од других – новинарство има своје законе који се, наравно, морају поштовати. А ти закони су: краткоћа и прецизност. Све то односи се и на репортажу, која, поред тога, дазвољава обрте, духовитости, стилске фигуре, асоцијације у изразу, али увек сврсисходне. „Новинар мора да буде штедљив на речима и на простору у листу, у емисијама на радију или у емисијама на телевизији. Иако је речник већине наших новинара веома сиромашан, ипак се усуђујемо да се богато расипамо тим својим сиромаштвом. И то управо тамо где је најмање потребно: у давању атмосфере, на пример, зоре, магле, кише итд.“ Дигресије те врсте дозвољене су само онда када та и таква зора, та и таква магла, та и таква киша имају директну везу са лајтмотивом репортаже, ако су одлучујући (или бар важан) фактор у расплету догађаја. И то у што мање речи и реченица, телеграфским језиком. Флобер је, тврде, једном приликом саветовао Мопасану: „За све што човек жели да исприча постоји само једна именица којом се то може исказати, само један глагол којим се то може оживети и само један придев којим се то може описати. Тражите, дакле, све док не пронађете ту именицу, тај глагол и тај придев, и немојте бити задовољни док их не пронађете. То је начин на који се постаје оригиналан!“ (по: Шт. Рус-Мол 2005: 93).

Што се тиче дијалога, он није обавезно обележје репортаже, јер се оне пишу и без дијалога. Али, ако се он већ користи, онда новинар мора да поседује изванредну меру, да зна шта треба и може да ‘стави у уста’ човеку о коме пише.

Јер то увек мора да буде оно што је битно, шта ће карактерисати тог човека, што ће дати основно обележје догађају или појави, оно што ће бити ново, занимљиво, драматично и, наравно, оно што је тај човек заиста рекао.

Дужина репортаже исто тако игра значајну улогу у њеној занимљивости, у квалитету уопште. „Новинар треба да поседује природан критеријум који ће тачно одредити (или ће га касније, праксом, стећи) колико о једном догађају треба писати. У суштини, дужина једне репортаже зависи од теме која се обрађује и ту нема никаквих чврстих правила. Дозвољене су чак репортаже у наставцима, али су то, по правилу, репортаже о изузетно важним догађајима, људима и појавама. Такве репортаже често играју значајну улогу у друштву, у формирању јавног мњења и у решавању појединих крупних политичких или социјалних проблема. Таква једна серија изузетних репортажа објављена је и код нас. Писао ју је Добрица Ћосић, а звала се *Седам дана у Будимпешти*. Уобичајено је, међутим, да репортажа буде дуга од две до пет куцаних страница, а на радију од три до петнаест минута“ (Славковић 1973: 235–248).

14. Трагајући за текстовима који одговарају дефинисаним својствима ове врсте новинског писања, наишли смо на два текста који за тему имају актуелне појаве код нас. Оба се на неки начин тичу наших нарави, о којима се, из извесног угла посматрају, из угла људске скромности и достојанства, не може рећи много лепога. А обе појаве су у вези са прославама зимских празника.

а) Први текст посвећен је новогодишњим јелкама, и борби за њихову одбрану од несавести. Доносимо га у скраћеној форми:

Јелке су најлепше у шуми

Из године у годину широм Србије бесправно се посече велики број четинара, пре свега јела, смрче и оморике, чиме се наноси огромна еколошка и финансијска штета. А сад страдају и храстови због сече бадњака који се продају на пијацама. Проблем је и што су сече најчешће нестручно обављене. Тако су угрожене шумске површине.

Управо због тога су „Зелена патрола“ и „Војвођанска зелена иницијатива“ и ове године позивале грађане да уочи празника купују јелке с бусеном и да не секу храстове за Божић.

– А средином јануара ћемо организовати прикупљање јелки које ћемо засадити на Фрушкој гори. Прошле године смо имали сличну акцију у којој се значајан број грађана одазвао нашем позиву и донео стабла са бусеном – рекла је председница „Војвођанске зелене иницијативе“ Ружа Хелаћ [...]

Политикин 'Магазин', 4. јануар 2010., стр. 18.

Зашто смо овај текст ставили у категорију репортаже, а не нпр. вести или сл.? Управо емоционално ангажован стил чини га репортажом. У свакој

реченици осећа се да је аутор врло склон да аплаудира иницијативи за заштиту шума против несавесне сече.

б) Други је текст о прекомерној куповини и нерационалној потрошњи за празнике, чак и у оним породицама које једва опстају (*Блиц*, недеља, 3. јануар 2010., стр. 4–5). И он је скраћен:

Куповина прераста у разметање

Блештавило, безброј реклама, окићени излози, рафови радњи препуни робе, попусти у процентима, „2+1 гратис“ – и тако унедоглед, на сваком кораку, у свакој радњи. Сви услови за куповну празничну грозницу су испуњени, осим једног – где пронаћи довољно новца. Током дана када је тешко одолети понудама, о мањку новца мало ко размишља јер, док је картица и чекова, све је могуће, па и нереално богата набавка. Истраживање компаније „Виса“ о потрошачким навикама становника Србије уочи новогодишњих и божићних празника о томе најбоље сведочи – чак 90 одсто грађана у том периоду посећује продавнице и тржне центре уживајући у куповини.

О кризи као да нико не размишља, па је и крај 2009. године обележила куповна грозница. И то не било каква: према подацима „Висе“, становници Србије потроше највише новца на куповину намирница (36 одсто), а затим следе поклони за породицу и пријатеље (29 посто) [...]

Довољно је и оволико да нас подсети на невеселе обичаје који воде порекло из времена када се живело о хлебу и соли, и било срећно главицом лука и паприком уз то (ако се нађе и парче сира, то је онда славље), а сањало о богатој трпези у царевим дворима, куда су продирали јунаци бакиних бајки. Сада нам се дала прилика да се готово без муке, са картицом у руци, нађемо у том свету и уживамо у његовим чарима. Али при том заборављамо на реалност. Лист се побринуо и за компетентно тумачење те појаве, па га такође преносимо – у целини:

ОПСЕСИВНИ ШОПИНГ

Платежном моћи, која се најбоље огледа у потрошњи, потврђује се, осим финансијске, и друштвена улога појединца

– Онај ко много троши потенцијално верификује себе као имућног и угледног грађанина. Више гладан него сит, више сањар него рационалиста, просечан грађанин Србије опсесивно троши, чиме симболички компензује своју глад за вредностима, друштвеним признањем и постигнућима која му у пракси најчешће измичу. Западњак је, с друге стране, реалистичнији – вођен протестантском етиком, троши онолико колико је неопходно и, рекла бих, далеко опуштеније. Док је на западу потрошња доминантни стил живота, овде је то још недостижни сан, јер је Србија далеко од друштва изобиља. Она троши компензаторски, улажући у своје снове, жеље, наде. А како се верује, илузије највише коштају – објашњава проф. др Дивна Вуксановић.

15. Репортажа, мисли Славковић, родила се из путописа (који полако нестаје са стубаца штампе, али се све чешће може видети и чути на телевизији; она, пре свега, сликом дочарава разноликост и узбудљивост света који највећи број гледалаца никада неће имати прилику да сретне), али је израсла и показала

сву своју убојитост у време најжешћег раста капитализма, крајем 19. и почетком 20. века, као и између два светска рата. Претече су јој били Чарлс Дикенс и Емил Зола, да би касније у Америци Џек Лондон и Аптон Синклер створили такозвану социјалну репортажу. У ‘златно доба’ репортаже, између два светска рата, овај облик новинарског изражавања добија своје најистакнутије представнике у Алберу Лондру, Џону Риду, Иљи Еренбургу, Егону Ервину Кишу, Ернесту Хемингвеју. И у нас репортажа има традицију и репортере који су својим квалитетима задужили нашу журналистику. То су, међу многима, Љуба Ненадовић, Пера Тодоровић, Димитрије Туцовић, Предраг Милојевић, Душан Тимотијевић, Десанка Максимовић, Оскар Давичо.

16. У штампаним медијима репортажа се – по тематици – може поделити на два основна типа: на репортажу из земље и репортажу из света. „Репортажу из света, која је претежно путописна не морамо делити на врсте. Репортажу из земље можемо делити на врсте: путописна репортажа; социолошка репортажа; привредна репортажа; репортажа о догађају; хумористичко-сатирична репортажа; рефлексивно-лирска репортажа; фолклорна репортажа; научно-популарна репортажа; репортажа-портрет; спортска репортажа; ратна репортажа; војна репортажа; судска репортажа; модерна или ‘фактографска’ репортажа; конструктивистичка репортажа и антирепортажа“ (Животић 1979: 65–66).

3.1.6.2. Стилске карактеристике репортаже

1. Подсетићемо се: „Репортажа (фр. reportage), прозни састав који приказује реалне догађаје, превасходно је намењен новинама и часописима, али се јавља на радију и телевизији. Настојећи да дочара атмосферу и издвоји најбитније моменте збивања о којима говори или карактеристичне особине личности којој је посвећена, репортажа често посеже за књижевним средствима, попут описа, карактеризације и дијалога. Репортажу одликује актуелност теме, обиље података, сажетост, занимљивост и духовитост. 2. репортажа са високим уметничким квалитетима назива се уметничка репортажа. Оваква репортажа често преузима жанровска обележја [...] приповетке или романа“ (РКТ: s. v.).

2. Приступајући репортажи из путописа, подсећамо да она и данас живи, и каткада свраћа пажњу читаоца на себе својим причама о чудним временима,

људима, градовима, земљама и обичајима итд. Такву репортажу о необичним народима и обичајима на југу Турске, чија прошлост везује свет за почетке хришћанства, а садашњост више личи на заустављену историју средњег века него на почетак трећег миленијума – доноси *Политика* (Магазин, 4. јануар 2010., стр. 10–11, потписник Александар Мијалковић). Доносимо је у деловима, а затим ћемо покушати да опишемо њене главне особености:

Белешке с пута: МАРДИН

Џамија поред цркве

У древном каменом граду више од два миленијума у миру и слози живе људи различитих народа, вероисповести и обичаја, који заједно славе – Божић

[...] Успињући се уским, стрмим сокацима који од подножја очуваног старог насеља у Мардину воде до разрушене тврђаве на врху брда висине 1.200 метара, наилазили смо, наслоњене једне на друге, са заједничким двориштима, баштама и чесмама, на куће курдских и турских муслимана, католика и православних Асираца, потомака древног народа који је први примио хришћанство. Они још говоре сирским (арамејским) језиком, истим оним на којем је проповедао Исус Христ.

[...] На дугачком а уском базару који се, имамо утисак, протеже километрима, увијајући се као лавиринт међу високим каменим зидовима, збиле су се тезге са црвеним, попут диња крупним плодовима, поморанцама, патлиџаном и разноврсним другим воћем и поврћем, свежим и сушеним, мирисним зачинима, слаткишима и, типичним за овај крај, кујунџијским рукотворинама и ручно прављеним сапунима – роба свуда слична, али се продавци разликују. Говоре другачијим језицима, неки се крсте, неки моле Алаху, неки не гледају ни ка минаретима, ни ка храмовима, већ само ћутке пуше [...]

У попречним улицима мајусне радње, једва веће од оставе, у којима вредне занатлије од свитања па до мрака праве и продају оно што најбоље умеју, а у већини случајева то су украсно бакарно посуђе и сребрни накит. Препоручили су нам да свакако посетимо најчувенијег мардинског мајстора за сребро, који је једном приликом угостио и британског принца Чарлса [...]

На околним брдима назиремо тврђаве Рабат, Морин, Азнавур, Зарзаван... Неколико километара даље је „бисер Мардина“, чувени манастир Дејр’ул Зафаран (име је добио по цвету шафрана), у којем се од 116. до 1932. године налазило седиште Сиријске православне цркве. Одатле смо осматрали тиху и пусту висораван некадашње Горње Месопотамије [...] На истом месту се, пре доласка хришћана, уздизао пагански храм посвећен Сунцу [...]

Манастир, као и све остале грађевине у Мардину и око њега, направљен је од ружичастог кречњачког камена, са рељефним украсима у облику цвећа, птица и геометријских шара типичних за овдашњу архитектуру. На једном зиду откривамо натпис на необичном угластом писму. „Коришћено је у краљевству Артуклу, које су у 12. веку затрли Селџуци. Сад је тек декорација и инспирација за младе уметнике“, објашњавају домаћини. Универзитет у Мардину је добио име по овом ишчезлом краљевству.

Трагови несталих цивилизација, већ заборављених владара, јунака, исцелитеља и митских личности сведоче о некадашњем богатству, уметничким, културним достигнућима и моћи народа који су некада живели у Мардину, крај „колевке цивилизације“. Данашњи становници могу само да се диве величанственом наслеђу далеких предака.

Мора се одати признање перу аутора овог текста. Ако је ово репортерски стил, онда он чини част иначе непривлачном новинарском занату. Но сјај којим зрачи текст пред нама, кад мало пажљивије загледамо, не долази од језичке

материје, већ од изненађујућих података које аутор саопштава. Прво изненађење приређује нам опис шароликог састава становништва ‘дрвног града’, и трпеливост међу више него различитим верама и културама. Фасцинирани смо затим појавом „католика и православних Асираца, потомака древног народа који је први примио хришћанство. Они још говоре сирским (арамејским) језиком, истим оним на којем је проповедао Исус Христ“. Пример завађеним разноврним народима исте крви.

Наша пажња прикована је тиме за текст, и све остало осветљено је просто невероватном чињеницом да негде у земљи где је рођен зачетник хришћанства постоје и првобитни облици његови, и народ којем је Исус проповедао своју веру. И не примећујемо да је текст заправо прост опис једног географског локалитета са оним што је аутор тамо видео и чуо, без видљивих склоности ка китњастом изразу или дубљим аналитичким захватима и сл. Једино закључни пасус узлеће изнад мирне линије ређања података, и згуснутим речима осврће се на изложено: „Трагови несталих цивилизација, већ заборављених владара, јунака, исцелитеља и митских личности сведоче о некадашњем богатству, уметничким, културним достигнућима и моћи народа који су некада живели у Мардину, крај ‘колевке цивилизације’“. Врхунац до кога се успиње прича представља метафорички карактеризатор ове заиста нечувене ‘колевке света’. А на крају следи као неки чудан епилог: „Данашњи становници могу само да се диве величанственом наслеђу далеких предака“.

3.1.6.3. Особине спортске репортаже

3.1.6.3.1. Општа и посебна својства спортске репортаже

1. С обзиром на тематику могло би се говорити о политичкој, опште друштвеној, научној репортажи, затим спортској, путописној и др. Спортска репортажа је данас најчешћи вид репортаже, а можда и новинског текста уопште. Ваља нам напоменути да се о репортажама у спортском новинарству говори и када је реч о преносу спортских догађаја са лица места, али оваква остварења више личе на извештај него на репортажу, ма да спортски извештач каткада покушава (у ретким случајевима и успева) да да вредносне судове о догађају, спортској утакмици, општој атмосфери у вези са тим итд. Ми ћемо

спортском репортажом ипак сматрати само текст из спортског живота који заиста има битне одлике репортаже.

2. „Спортска репортажа у послератном периоду је мало заступљена у нашим новинама захваљујући, пре свега, великом напретку радија и телевизије. Тематски је углавном везана за фудбалске терене, а остали спортови су били запостављени. За објављене репортаже карактеристично је надахнуто причање, дескриптиван и динамичан емотиван стил, а не сува информација. Естетички квалитети и поетско-литерарни стил, који су дуго красили нашу спортску репортажу, крајем седамдесетих година замењени су сувим, информативним извештајем или аналитичким спортским коментаром“ (Животић 1979: 275).

3. Репортажа ‘Цар у краљевству’, аутора В. Т. објављена је у дневном листу *Спортски журнал*, бр. 6970, 9. новембра 2009. године. Написана је поводом победе српског тенисера Новака Ђоковића над Швајцарцем Роџером Федерером у финалу турнира из серије 500 у Базелу. Поред телевизијског преноса, овај догађај је испраћен и у дневној и спортској штампи. Ову репортажу допуњују коментар Роџера Федерера, честитка председника Србије Бориса Тадића, као и списак освојених Ђоковићевих титула до сада, најаву Ђоковићевог напретка на АТП листи и податак о Ђоковићевој заради на тениским турнирима.

а) Репортажа се у штампи често истиче посебним графичким елементима, објављује се на одређеној страни у листу и често је пропраћена илустрацијом или фотографијом, што је и овде случај. Графичко опремање текста остварује се најчешће комбинацијом језичког и нејезичког кода, чиме се информација не само адекватније преноси већ и функционално појачава. У оквиру ове репортаже, као нејезички појачивач налазе се фотографија Новака Ђоковића који држи пехар, фотографија Н. Ђоковића, Р. Федерера и спортског званичника и фотографија Ђоковићеве девојке, Јелене Ристић.

б) Задатак фотографије је „да привуче пажњу читаоца, да допуни и конкретизује текстуалну информацију, да истакне њену важност и оригиналност, али и да разбије просторну монотонију. Њена је функција, међутим, у односу на текст – као основног преносиоца информације, само пратилачка, и у начелу подређена“ (Симић–Јовановић 2002: 90).

3. Радомир Животић указује на то да стил репортаже треба тражити у њеној композицији, ако стил схватимо као комплетан стваралачки поступак у

коме долазе до изражаја пишчеве стваралачке способности. Такође, указује на амбивалентну природу репортаже, која је у обавези према књижевности, етици и правилима новинарског стварања. У њеној структури се одражавају конкретне стваралачке способности аутора, али и време, и средина, и друге околности.

4. Први и – како је горе речено – најприметнији елеменат композиције чини наслов.

а) Д. Жендлер је утврдио пет елемената које треба да садржи добар наслов: важност, актуелност, концизност, конкретност и привлачност (Животић 1979: 229). Елипсични наслов *Цар у краљевству* спада у поетске јер се метафором и парадоксом постиже поетизација стварности, као и директно деловање на „естетски слој читаоачеве свести“. Таква врста наслова је мање информативна и конкретна, али је привлачнија и више занима читаоца. Циљ оваквих наслова није у информацији, већ у наглом изазивању естетичких емоција.

б) Наднаслов репортаже гласи: *Новак Ђоковић савладао Роџера Федерера у сјајном финалу турнира из серије 500 у Базелу (1.755.000 евра)*. У њему је конкретна информација, односно, конкретизована информација која се не може сазнати из наслова. То је редукована реченица у којој је употребљен крњи перфекат, изостављена је копула као морфолошко обележје перфекта. Оваква конструкција је типична и за наслове, и за поднаслов, и за међунаслов.

в) Поднаслов је функционално повезан са наднасловом, чиме се поред информативног постиже и естетички ефекат. Но дужина текста као да поднаслов приближава слободном додатку - баражу:

Српски ас победио најбољег играча планете у његовом родном граду са 6 : 4, 4 : 6, 6 : 2 после два сата и десет минута. Ноле освојио 15. титулу у каријери, четврту у овој години. Пехар вреди 291.700 евра и 500 АТП поена. Ђоковић се приближио светском броју два.

5. У нашој репортажи остварена је типична композиција драме са етапама у развоју радње: експозиција, заплет, кулминација, перипетија и расплет, с тим што редослед етапа може бити и промењен.

а) Ова репортажа почиње расплетом, почетак је наведен у одељку о почетку и завршетку ове репортаже. За насловним елементима следи експозиција: – У одлучујући меч, 22-годишњи Београђанин је ушао са великим самопоуздањем(...)

Заплет започиње јаким речима: – Међутим, тек онда је почела права драма. –

Кулминација као да је срачуната на одложено деловање, јер је шире конципирана него што би се очекивало: – Сви у Базелу су у том тренутку очекивали да ће њихов љубимац направити потпуни преокрет. Можда би то и урадио да са друге стране мреже није био Новак Ђоковић. Србин је као и у два претходна меча заблистао у трећем сету. Експресно је повео 3 : 0 са два брејка и већ тада је било јасно да ће Швајцарац морати да препусти трон у Базелу.

Перипетија бритким речником и повишеним тоном излагања кратко али ефектно описује могућу прекретницу у мечу, али слабу да би довела до неког изненађења: – Трачак наде за Федерера појавио се при вођству Нолета од 4 : 1, када је имао три везане брејк лопте.

б. „Оригинални стваралачки поступак подразумева коришћење најразноврснијих могућности да се читалац експозицијом заинтригира за читање, емоционално узбуди, провоцира неком мишљу, привуче асоцијативном сликом или наглom драматском ситуацијом... И као што у уметничкој причи сваки писац тежи да сугестивним и природним причањем буде уверљив – то се још у већем степену захтева од писца репортаже“ (Животић 1979: 236).

а) Прва реченица репортаже *Цар у краљевству* гласи: – Краљ је срушен у свом краљевству! – Метафора појачава привлачност текста и подстиче на читање. Наставља се са поетизацијом из наслова и даље у тексту: – Новак Ђоковић је скинуо круну Роџеру Федереру у његовом родном Базелу [...]

б) У даљем току текст добија епски карактер, али се дају и конкретни подаци, поновљени из наслова: – Изборио се Србин царски са великим притиском и са девет хиљада навијача у “Сент Јакобс арени” и на крају славио резултатом 6 : 4, 4 : 6, 6 : 2 после два сата и десет минута.

в) У завршетку репортаже сумирају се Ђоковићеви резултати у овој години и најављује следећи турнир:

Ђоковић је ове године играо девет финала и освојио четири титуле. Неће имати много времена да ужива у великом успеху. Одмах путује у Париз, где очекује последњи турнир Мастерс серије. Идеална прилика да потврди сјајну форму и покуша да дође до 16. трофеја.

г) Осим овог, формалног краја, репортажа има и завршетак којим се даје ауторова закључна рефлексивна, која као да у себи скрива епилог: – Тајна великог успеха лежала је у стрпљењу.

7. „Репортажа се од осталих жанрова издваја и специфичним формама приповедања [= излагања]. Те форме су чиниоци јединственог стваралачког поступка којима се остварује информативна и експресивна (уметничка) вредност овог жанра“ (Животић 1979: 242).

а) Битне одлике наратије у репортажи су сажетост и прецизност, што значи: адекватан и концизан израз:

Новак је дошао до 40 : 30 и прву сет лопту послао далеко у аут. Нервоза је учинила своје и уследиле су наизменично велике грешке, нетипичне за двојицу врхунских асова. Новак је пропустио шест лопти да оконча први део игре, а Роџер пет прилика да изједначи резултат.

б) Стилски маркирана лексика ипак ‘прегрева’ атмосферу и оставља изванредан утисак непотребне бомбастичности (‘на чудесан начин’; ‘тријумф’ или сл.). Нарочито томе доприносе глаголске речи, којима аутор као да се размеће: – Изборио се Србин; на чудесан начин извукао; заблистао у трећем сету; оверио тријумф.

в) Изјаве актера имају монолошки облик. Оне делују као лична исповест. Само тако се не озлеђује принцип истинитости и животворности, а мотивацију за наше поступке, то је познато, често налазимо у нама самима. Стога је монолог у репортажи, као аутентичан и оригиналан израз мисли и осећања, неминован ако желимо да сагледамо стварност у њеној целовитости.

8. Узбудљив догађај или актуелна тема утицали су на аутора репортаже да бираним, каткада и претераним изразима и другим језичко-стилским средствима појача интензитет излагања. „Писац репортаже, дакле, свесно одступа од мирног, неутралног начина изражавања. У мисаоној или емоционалној тензији, он се изражава језиком који се не поклапа са строгим језичким правилима“ (Животић 1979: 256). У репортажи *Цар у краљевству*, поред осталих стилских средстава аутор употребљава фразеологизме и стручне спортске термине. Учестале су стилске фигуре.

3.1.6.3.2. Закључне напомене о репортажи

1. Неколико је битних момената који су горе истакнути и који сачињавају праву новинску репортажу. То су: аутентичност, истинитост, актуелност (или актуелни повод), оригиналност у прилазу, субјективност у оценама које, објективно, морају да подстичу све што је напредно у друштву,

одабрани, специфичан стил, људско саучешће. Репортажа је и сведочанство, и документ, и лепа реч, и откривање људских драма, и понирање у социјалне проблеме, и истраживање њихових узрока, и саучешће, и подстрек, и богатство умних асоцијација, и мисаона ангажованост – једном речи: штампана или изговорена слика човека, догађаја или појаве. Управо то понајвише: истинита слика стварности, један њен део, исечак.

2. Д. Славковић је мишљења да је репортажа облик новинарског изражавања којим се јавност упознаје са актуелном, аутентичном или истинитом чињеницом (једним човеком, једним догађајем, једном појавом), при чему јој се мора прићи на оригиналан, индивидуалан и истраживачки начин и испричати одабраним, специфичним стилем, уз људско саучешће и са субјективном оценом која ће, објективно, значити подстицај свега онога што је напредно у друштву. На основу ове и овакве дефиниције може се поставити питање: није ли то онда репортерски извештај? Тачно је да репортерски извештај има много сличности са репортажом, јер и он на један жив и непосредан начин прича о некој чињеници итд. Али, управо ту, у садржини њиховој, налази се разлика између извештаја и репортаже. Форма је, дакле, иста (или готово иста) код оба ова облика новинарског изражавања. Међутим, репортерски извештај говори о току догађаја који се данас (или најдаље јуче) одиграо, а репортажа прича о актуелном догађају, појави или човеку, о оним чињеницама које су стално присутне у друштву и имају (или могу имати) одређен утицај на њено кретање или развој. Осим тога, репортерски извештај износи само ток догађаја, а репортажа указује на једну или више чињеница, осветљава их са разних страна, износи оцену аутора, дакле, субјективна је у прилазу, насупрот репортерском извештају који мора да буде хладан, уздржан, објективан – и у прилазу и у начину обраде.

3. Додаћемо да не постоји само репортажа у дневном листу, на радију и телевизији; она се чешће јавља у недељним листовима и у ревијама, који, опет, имају сасвим другу физиономију и свој специфичан начин обраде, други жанр писања. Ту вест, углавном, не игра значајну улогу, у првом реду зато што ти листови не посежу за свакодневном актуелношћу, већ бирају најважније догађаје у току једне недеље или месеца (о којима су већ дневни листови писали) и обрађују их на свој начин. Репортаже у тим, како их обично називају

магазинским листовима, инсистирају пре свега на занимљивости, бизарности, несвакидашњем, – и то је, чини се, њихово главно обележје.

У недељним ревијама и листовима могу се, такође, наћи и репортаже које у себи немају основне особине овог жанра – причање о једном одређеном човеку, догађају или појави. Репортер постави неку чињеницу и, попут приче, даје типичну атмосферу, односе, људе. То су, по правилу, написи са наглашеним куриозитетом, изгубљени људи, или људи са дна, некакав изузетан догађај, помало сентименталан или романтичан, са елементима љубави, животног промашаја, трагедије, неке животне необичности уопште. Треба још једном рећи да то никако нису праве, новинске репортаже – то су написи друге врсте, причања, често чак добрих козера о типичностима из нашег живота и типичним нашим људима, причања којима недостаје истинска литерарна вредност, а налазе какво-такво оправдање у листу или у радио-емисији из једноставног разлога што су и новине и радио – мозаички по структури.

4. Права новинска репортажа, Мисли Славковић, садржи више елемената. То су: а) избор теме, б) композиција и в) стил писања. Спортска новинска репортажа инсистира на динамичној дескрипцији и занимљивој наративи, а не на сувој информацији. Доминантан облик излагања је наратив (глаголима је дочарана динамика радње и атмосфера), док је дескрипција у позадини (епитети, метафора, фразеологизми).

3.1.6.4. Закључна разматрања о правим новинарским врстама

1. Постоји већи број жанровских типова који се сврставају у праве новинарске текстове. Навешћемо поново неке њихове карактеристике.

а) Вест је основни новинарски жанр, и то не само по свом садржају, већ и по форми у којој се тај садржај у новинама саопштава. Данас вест по правилу испуњава неке основне захтеве композиције новинског текста. Сем наслова, она се обично састоји од два, три или четири пасуса текста. Наслов, поред информативног има и естетски значај, а функционално је повезан са наднасловима и поднасловима као својим допунама.

б) Извештај је заправо вест праћена извесним краћим објашњењима о догађајима и другим питањима којих се тиче напис. Извештај је облик новинарског израза преко којег се јавност упознаје са током једног догађаја или

појаве. Уопште, за све новинарске врсте важи правило: сваки напис мора да буде, пре свега, информативан.

в) Коментар је усмено изражено или написано мишљење (став, оцена) о једном актуелном догађају или појави. Информативни жанрови (вест и извештај) говоре о догађају, појави, човеку (нешто рекао или урадио), док се коментар, као најтипичнији аналитички жанр, прави поводом догађаја, појаве, човека. Он мора да се веже за један тематски круг, да буде строго актуелан; он треба да каже нешто више о неком догађају (појави или човеку), да га објасни, протумачи и да му да политичку, идејну димензију. Читалац, слушалац и гледалац по правилу ваља да буде на време, тачно и детаљно обавештен о једном догађају, али и да му се он подробно објасни, да се осветли са свих страна, да се свака појава у друштву испита озбиљно, да се пронађу њени узроци и предвиде последице, да се истакне дејство те појаве на укупна збивања у заједници, како у ужој тако и у широј. У служби разматрања различитих појава битних за живот друштвене заједнице, њиховог објашњавања, тумачења, давања оцене и изношења става, суда – јављају се посебни облици новинарског изражавања. То су: белешка (осврт), друштвена хроника, коментар, чланак, рецензија и сл. Ове форме веома су сличне међу собом, основни циљ чак им је приближан, али их одваја, пре свега, начин прилажења и тумачења чињеница, избор теме и поступак у обради. Између ових форми постоји, рекло би се, градијација по тематици: белешка и осврт захватају неки детаљ из друштва; коментар тумачи неку појаву или неки догађај у друштву; чланак широко објашњава једну или више појава као целину, анализира их, даје им другу димензију; друштвена хроника говори о понашању људи или групе људи; рецензија се бави друштвеним вредновањем једног уметничког или научног дела. Постоји мишљење, не без основа, да су белешка, осврт, друштвена хроника и чланак само видови коментара. Од посебног значаја је и такозвани редакцијски уводник који, често, не изражава само став једног новинарског колектива, већ и став владе или политичке партије. Редакцијски уводник се код нас штампа, по правилу, на првој страни, сложен је масним словима, а текст је често уоквирен и не носи потпис аутора. На радију или телевизији редакцијски уводник иде у чело емисије, а чита га обично најбољи спикер.

г) Чланак се дефинише као облик новинарске речи у коме се, свестраном анализом чињеница, објашњава нека актуелна појава или догађај, при чему се

користе између осталог и научни докази да би се указало на природу појаве и последице које може имати по заједницу. Чланак је се разликује од коментара, који има чврсту композицију, док чланак не мора увек бити уобличен стриктно по датом шаблону. Разлике су и у садржини и у форми. У чланку се обрађује шира тематика: о појавама, догађајима, важним привредним и друштвеним питањима.

Три елемента одвајају чланак од коментара: – он није реакција на тачно одређену појаву (догађај, човека), већ на скуп појава и збивања (карактеристичних по својој повезаности, по заједничкој нити, и не морају да буду изразито уочљиви; могу и да тињају, да буду скривени); – он, стога, не реагује брзо, хитно, њега, дакле, не карактерише строга актуелност, иако, наравно, мора да, као и сваки новинарски производ, буде везан за садашњост, у ширем смислу те речи; – он је тематски шири, дубље улази у појаве и збивања, објашњава их и анализира са свих страна, даје им пуне и праве димензије, обухвата их у целокупном њиховом развоју – од настанка па све до завршетка (или им предвиђа завршетак), и утицај који, евентуално, могу да произведу на читалачку публику. Дакле, чланак има претензије да осветли једну појаву не са тренутног становишта или њено тренутно дејство, корисно или штетно, већ са једног ширег гледишта и са више аспеката. Стога и дужина чланка одступа од новинарског принципа краткоће; он може да буде дуг онолико колико је неопходно да се све детаљно објасни и утврди, па ако је потребно може да се објављује и у наставцима.

д) Белешком би се могао сматрати краћи осврт на неку појаву као повод, док би осврт имао нешто општији карактер. Осврт је, за разлику од белешке, кратак аналитички жанр, сажет и критички интониран. У њему се обично исказује критички однос према неком догађају, појави, поступку, нека идеја хвали или куди – изражава мишљење о нечему конкретном, али са снагом друштвене осуде или препоруке“.

ђ) Репортажа садржи неколико битних момената за њену природу. То су: аутентичност, истинитост, актуелност (или актуелни повод), оригиналност у прилазу, субјективност у оценама које, објективно, морају да подстичу све што је напредно у друштву, одабрани, специфичан стил, људско саучешће. Репортажа је и сведочанство, и документ, и лепа реч, и откривање људских драма, и понирање у социјалне проблеме, и истраживање њихових узрока, и

саучешће, и подстрек, и богатство умних асоцијација, и мисаона ангажованост – једном речи: штампана или изговорена слика човека, догађаја или појаве. Управо то понајвише: истинита слика стварности, један њен део, исечак. То су: а) избор теме, б) композиција и в) стил писања. Спортска новинска репортажа инсистира на динамичној дескрипцији и занимљивој наративи, а не на сувој информацији. Доминантан облик излагања је наратив (глаголима је дочарана динамика радње и атмосфера), док је дескрипција у позадини (епитети, метафора, фразеологизми).

2. Промена животног темпа савременог човека променила је очекивања читалаца. Медији морају брзо и ефикасно да пренесу информацију, а она мора бити ослобођена свих детаља који нису неопходни за њено разумевање. У том смислу, појава интернета је својеврсна револуција у информисању. Та врста „убрзања“ је довела у питање и сам смисао постојања новина као медија, а посебно потребу за аналитичким (и белетристичким) жанровима. Они су се одржали, иако су се са првих страна „повукли“ у унутрашњост новина или у забавно-ревијалну штампу, али су се и прилагодили новонасталој ситуацији. Новинске странице све су усредсређеније на вест у најелементарнијем смислу. Репортаже се (заједно са осталим, белетристичким жанровима) „селе“ из дневних листова у часописе забавног карактера, што не значи да их више нема у дневним новинама, већ да се у њима ређе појављују и да немају статус сталне рубрике. Иако репортажа као новинска врста није угрожена, поједини типови нестају из наше штампе, што због смањеног интересовања публике, што због бољих техничких могућности које пружају други медији. Када је критика у питању, ситуација је нешто другачија: у зависности од тога које области редакција сматра популарним у круговима својих читалаца, неке критике су, чак, веома честе у нашим листовима - критике о филму, телевизији или књижевности. Критике о музици, сликарству или балету су данас веома ретке и јављају се само у листовима који инсистирају на неговању културне и друштвене свести.

4. Данашње репортаже по својим језичко-стилским квалитетима варирају од духовитих и писмених текстова који се својим садржајем и стилем приближавају нивоу модерне књижевности и кратке приче (од које их одваја само аутентичност описаних догађаја), до полуписмених написа са незанимљивим идејама и проблематичном реализацијом. Имајући то у виду,

тешко је говорити о заједничким особинама, али се препознају неке опште тенденције.

3.2. ПОСЕБНИ НОВИНАРСКИ ОБЛИЦИ

3.2.1. НОВИНАРСКЕ ДИЈАЛОШКЕ ФОРМЕ

1. Теоретичари новинарства у посебну групу издвајају текстове који се тичу дијалoшких и полилошких говорних догађаја. Углавном се овде помињу интервју, округли сто, конференција за штампу и изјава за медије. У класификацији Р. Животића (1979) округли сто и конференција за штампу наведени су као типични *ТВ жанрови*. Аутор се овим жанровима не бави појединачно, него кроз анализу телевизије као медија (1979: 239–243). У разматрања која се тичу округлог стола и конференције за штампу спадају и корисна запажања о монологу и дијалогу (1979: 237–238), која су на трагу опсежније анализе Д. Станојевића.

2. Питање дијалoшких форми у новинарству је овде обрађено из аспекта дијалога уопште (у медијима). То прелази и у општу реторичку заинтересованост (в. седмо поглавље – *Како се беседи*, стр. 65–85), па и, још општије, у дијалектику текста, која се проналази и у монолошким новинарским формама: „На тај начин се рађа притајени ‘полилог’ у којем се исказује непрестано ослушкивање у тексту. Ослушкивање је увек условљено контекстом, образовањем и слухом за могући говор Другог који ћути, али упорно посматра. Наравно, у традиционално постављеним новинским врстама одговори су превише очекивани, јер ако форма не рађа, свакако утиче на садржај. Одговори су често под утицајем многих контекстуалних чинилаца и указују превасходно на монолошку структурираност свести. О правој дијалoшкој толеранцији разиграних реторичких перспектива, данас, отуда може бити говора тек узгредно и у назнакама“ (Станојевић 2004: 9–10).

Ауторова усмереност у Станојевићевој књизи је реторичка, што стилистичка разматрања чини маргиналним: „У новинарству се реторика помиње увек када се, слободније узев, везује за текст као посебни ‘комуникат’, а

стилистика за делове текста који немају целовиту самосталну комуникативну функцију“ (фуснота бр. 5, стр. 9).

Станојевић доноси корисна запажања о природи дијалога и о проблемима и опасностима у комуницирању путем дијалога. На пример, у одељку *Дијалошки алтруизам ћутања* (2004: 21–22), између осталог, аутор каже и ово: „Покоравати се природним законима дијалога не значи говорити више и брже, већ говорити на време, у правом тренутку активирати унутрашњи сан сваке реплике: да се чује и прихвати онако како је то пошилијалац замислио. Где тога нема, нема ни разговора. [...] Ономе ко у дијалогу није упућен само на себе откривају се скривене могућности споразумевања. [...] Идући према Другом, он се квалитетније враћа себи“.

3.2.2. ИНТЕРВЈУ

3.2.2.1. Уводне напомене

1. У теорији књижевности (РКТ 1992: 291–292) о интервјуу се говори само као о периферној врсти тзв. документарне књижевности, која је „одраз у великој мери нараслог значаја специфичне функције и тенденције савремених медија. Интервју се води са жељом да се у разговору са неком особом посебно осветли неко питање, или више њих, ради информације или формирања мишљења читалаца и слушалаца. Значај интервјуа је у његовој актуелности, а ова се изражава и на тај начин што се код штампаног текста чува језичка аутентичност разговора. Функција и(нтервјуа) је двострука: да нешто ново саопшти и да то протумачи онако како схвата интервјуисана личност [...]“.

2. У теорији новинарства о интервјуу се изражавају различита схватања. Ј. Шћекић, на пример, тврди да је интервју уско повезан са скоро свим врстама новинарског изражавања, он је њихова грађа. „Када је у питању вест, интервју нам помаже да чујемо шта је неко рекао или шта се сазнаје. У извештају је повод да се да шира или дужа информација о неком догађају или нечему што траје. При писању коментара, интервју помаже да се заузме или поткрепи став [...] Све ово говори да је интервју пут да се дође до извора информације, да би он дао вест, мишљење (став) или објашњење [...] Интервју је према томе основна алатка у послу. Успут речено, новинар има оловку и бележницу да би

записао оно што види и чује. Али то није довољно. Неки пут је потребно и да се пита да би се попунила бележница. Питање, то је – интервју!“⁴⁹.

„Са становишта новинарске технике“ – по даљим Шћекићевим речима (уп.: Којић 1964: 179) – „интервју је заправо извјештај, и то такав извјештај који је настао на основи разговора с неком особом чији подаци, мишљење или идеје имају вриједност вијести“. Вл. Јисл о томе каже (1971: 29–30): „[...] интервју је метод новинара, али и форма обраде одређеног написа, материјала за објављивање у новинама [...] Интервју је вест дата у форми дијалога. Он испуњава све функције вести: информише, објашњава, открива, критикује и, још више, он то чини у живој форми разговора“.

3. По Д. Славковићу (1973: 235–248), интервју је пре свега врста написа: он нешто саопштава „у дијалогу и то што саопштава – тумачи“. Интервју се, према томе схватању, „по много чему разликује од осталих облика, има своја специфична обележја и основни циљ му је да саопшти неку актуелну чињеницу и да истакне њен друштвени значај. Главна функција интервјуа је, дакле, двострука: да нешто ново саопшти и да то што саопшти – протумачи. Начињен са значајном личношћу о значајној теми, дат у право време, са вештим питањима која треба да провоцирају праве одговоре, интервју је изванредно важан облик новинарског изражавања; он је обогатио средства масовног комуницирања, приближио је познате, ауторитативне личности слушаоцима, гледаоцима и читаоцима, створио је непосредан контакт између политичких и државних функционера, научних радника, филмских и позоришних глумаца, познатих спортиста, с једне стране, и огромне масе људи – којима је приступ тој категорији личности практично затворен – с друге стране. Новинар је у интервјуу, дакле, посредник: између те две удаљене тачке; он води разговор са онима од којих нешто зависи, са чувеним ствараоцима било на ком пољу људске делатности, са занимљивим појединцима; пита у име те масе, тражи одговоре

⁴⁹ Шћекић 1960: 82. – Интервју је енглеска реч (interview) и значи: разговор, испитивање (у нашем случају: разговор новинара са извесном личношћу ради објављивања у штампи, преко радија или телевизије). Готово идентично мишљење има М. С. Черпахов (1962: 46–47), који каже да је интервју друштвено значајан разговор новинара са било којим лицем, предвиђен за објављивање у штампи или за емитовање на радију и телевизији, а обавезно садржи јасне и тачне оцене интервјуисаног лица – не аутора, новинара. Следећа разматрања, уз мале измене, углавном су преузета из књиге Д. Славковића. Отуда већином потичу и цитати.

који су релевантни или занимљиви управо за ту масу читалаца, слушалаца или гледалаца. То је правило, мада интервју обухвата и шири круг саговорника, такозване обичне људе. Као такав, интервју је већ давно изборио ‘право грађанства’ и данас се ниједан лист, ниједан програм радија или телевизије не могу замислити без њега“. И Р. Животић говори о интервјуу као о посебном новинском облику (1993: 60): „Интервју је самосталан новинарски жанр, карактеристичан облик саопштавања и објашњавања чињеница [...]“.

4. По Славковићу, три су битне ствари којима се одликује добар, прави интервју: а) тема, б) личност и в) питања.

а) *Избор теме.* Тематика интервјуа је практично неограничена. Све појаве у природи, друштву, привредном и спортском животу и људској личности могу бити предмет интересовања новинара који тражи мишљење компетентних.

„Када се у привреди појави велиководност“ – мисли Вл. Јисл (1971: 29–30) – „зашто не разговарати са директором предузећа, банке, па чак и са ресорним министром? Када нема довољно млека на тржишту – зашто не разговарати са сељацима произвођачима, представницима великих пољопривредних добара, па чак и са ресорним министром? Свака тема која садржи елементе напетости, која се емитује у облику разговара, сама је информација саопштена са два или више гласова. Теоретски, међутим, може се рећи да је одређена напетост садржана у свакој теми, иако ту напетост нисмо увек способни да откријемо“.

б) *Избор личности.* Било је већ речи о личностима с којима се праве интервјуи. Али избор не зависи само од значаја или интересантности лица која се интервјуишу, него и од тематике која се жели обрађивати. Дакле, одређена тема тражи одређеног човека, само оног који је надлежан, ауторитативан и стручан да говори о датој теми. М. Монков сматра да је „интервју оправдан онда када наш саговорник може да нам пружи ексклузивну информацију, нешто што је искључиво повезано са личношћу, њеном компетенцијом, њеним односом итд. То не сме да буде само израз жеље да се постигне разноликост форме информације. Интервју треба да оправда и заштити своје место у програму – зашто се прави, какав се циљ њиме жели да постигне, зашто баш са овим саговорником, а не са неким другим“ (1973: 71). Није тешко закључити да је за

интервју потребан повод (у некој чињеници живота) и да се, када се он има, интервју може начинити готово са свим и о свему. Карл Ворен истиче (1970: 24): „Никада радозналост не јењава ако је реч о државницима, светским шампионима, друштвеним лидерима, милионерима и њиховим наследницима, вођама дружина, водећим научницима, проналазачима и истраживачима, као и о звездама из света забаве. Не само ови, него и било ко други ко је учинио, рекао или видео нешто што иде изван граница обичног – чак и Смит, који је имао купон добитка на клађењу – представљаће интересантан субјект за интервјуисање“.

в) *Избор питања*. Управо од питања (без сумње и од одговора интервјуисане личности) зависи квалитет интервјуа: да ли ће погодити суштину ствари, или ће заобићи оно главно што интересује јавност. А то, опет, значи да новинар мора добро да се упозна са материјом, са темом о којој ће водити разговор. Од озбиљних, студиозних припрема, дакле, највише зависи квалитет интервјуа. Треба рећи да ту може много да помогне документација, и редакцијска и лична, у којој ће се, сасвим сигурно, пронаћи доста података и о личности са којом треба разговарати и, још више, о теми о којој ће се разговарати.

Треба пронаћи праву меру у постављању питања – да не буду штура, сувише кратка, ‘полицијска’ као на ислеђењу, да буду дуга управо колико је неопходно, да не буду презасићена ‘мудрошћу’ новинара, али ни сиромашна у познавању материје; једном речи, да буду језгровита, концизна, оштроумна, паметна, да провоцирају праве одговоре, да проистичу спонтано из тих одговора и да погађају у срж проблема. И најзад, основне мисли које интервјуисана особа жели да пренесе на читаоце, слушаоце или гледаоце не смеју бити гурнуте у други план истицањем било личних особина интервјуисане особе, било евентуалних околности у којима се разговор води. Ови допунски детаљи доприносе томе да се избегне рутински карактер интервјуа, али не треба дозволити да они у њему доминирају. Интервју може да буде проткан детаљима о личности интервјуисане особе, али ти детаљи не смеју бити сувише наглашени.

5. Постоје неколике врсте интервјуа које теоретичари деле различито, према свом схватању: Х. Мацановић каже (1967: 86) да интервјуа има „вјероватно толико врста, колико новинара и њихових партнера“ и да је добро

што их не ‘угуравамо’ у неки калуп. Вл. Јисл тврди (1971: 31–32) да се интервјуи могу обрадити на следеће начине: дословно бележење питања и одговора; слободно препричана питања и одговори; интервју дат у облику репортаже; причање, у ствари одговор само на једно питање; разговор у коме учествује више лица; анкета.

Интервјуи се теоријски могу класификовати по тематици, по начину извођења, по томе ко је интервјуисан итд. С. Лукач (1970: 23–24), прихватајући схему К. Д. Макдугала, интервјуе дели на: 1) интервју ради сакупљања информација, чињеница; у овом случају ради се претежно о кратком интервјуу који обављамо на месту догађаја, импровизованом са више људи у краћем времену; 2) интервју ради сазнавања гледишта, и ставова, мишљења; то су интервјуи које водимо са личностима „које имају шта да кажу“, јер у свом подручју представљају личности од ауторитета или бар од тренутног интереса; то су обично средњи или дужи интервјуи; 3) интервју са личношћу и интервју-профил јесу форме дужих интервјуа са изузетно значајним личностима.

За Ј. Шћекића постоје четири основне групе интервјуа (1960: 84). То су: 1) разговор са човеком са улице о свакодневним, интересантним темама; 2) интервју са заинтересованом личношћу од које се очекује објашњење неког будућег догађаја; 3) интервју са личношћу која је интересантна за читаоце или слушаоце; – док у горњем случају новинар представља читаоцима личност која је заинтересована за исход догађаја у коме сама учествује, дотле у овој врсти интервјуа читалац је тај који је заинтересован да чује нешто о некој личности; 4) важан или значајан интервју, чији је циљ да читалац или слушалац добије мишљење најкомпетентније личности која познаје одређени проблем.

Ако се узме у обзир начин обраде, постоје само три врсте интервјуа. То су: 1) класични интервју, 2) комбиновани интервју и 3) импровизовани интервју.

Подела интервјуа према тематици, према ономе што садрже, практично је немогућа, пошто је огромно поље интересовања и овог облика новинарског изражавања – од политике, па преко културе, науке и привреде, све до спорта. Ни подела према личности интервјуисаног – важне и оне ‘са улице’ – не може се прихватити, јер је тешко одредити шта је у ком тренутку најважније, важно или неважно. Из тих разлога, како је речено, интервју треба делити према формалном критеријуму, дакле, само на основу начина обраде.

(1) Класични интервју садржи само питања и само одговоре и, наравно, у кратком уводном делу само основне информације о личности с којом се и о лицу које води разговор. Ова врста интервјуа прави се, углавном, са изузетно важним личностима: шефовима држава, председницима влада, лидерима политичких партија, а понекад и са истакнутим научницима и познатим уметницима. Зато што одговори морају да буду веома прецизни, тачни (мери се свака реч), у таквим интервјуима питања новинара, по правилу, достављају се саговорнику раније, често писменим путем. Интервјуисана личност може, али и не мора да прими новинара и да му сама своје одговоре или их достави поштом, са напоменом да се у њима не сме ништа мењати или скраћивати. Наравно, захтев треба поштовати.

(2) Комбиновани интервју такође се често може срести у штампи и на радију, па и на телевизији, мада ређе. После разговора са неком, чак, истакнутом личношћу, новинар ће тај разговор искористити да направи такву рубрику у којој ће, идући путем своје тезе, поједине делове из разговора користити као аргументе или, још боље, као илустрацију, као потврду онога што жели да каже, као документ основне концепције написа. То је, заправо, инсистирање на тачности мисли која се жели истаћи у први план; узима се део разговора са одређеном личношћу, по правилу ауторитативном, стручном у својој области, да би се читаоцу, слушаоцу или гледаоцу рекло: ето, и тај човек 'од заната' управо тако мисли!

Овде нема класичног облика питање–одговор: питања се не наводе директно, али се могу наслутити из одговора интервјуисаног, а местимично су индиректна, препричана, изговорена у трећем лицу. Новинар ће овакав облик употребити да би рубрику начинио занимљивом, лакше прихватљивом, а нема потребе да иде за класичним интервјуом, јер у овом случају његов саговорник не саопштава нове, ексклузивне информације, нити их само на себи својствен начин објашњава. Цитирани одговори интервјуисане особе ту су само зато да би напис добио у тежини, у ауторитету.

(3) Импровизовани интервју јесте заправо разговор који се, по правилу, води пред микрофоном радија или пред камерама телевизије (мада је све чешћи и у штампи – са траке се скине стенограм, па се тако, у детаље, објави); изненадни, неочекивани разговор. Често му ипак претходи мање или више озбиљна припрема. Дакле, он је импровизиран само по току дијалога. Најбоље је

ако се начини изван студија, на радном месту интервјуисане особе, на месту дешавања или сл. – фон у позадини дочарава слику амбијента у коме се налази та особа.

У импровизованом интервјуу, наравно, новинар је само једна страна – на другој се налази његов саговорник и успех читавог разговора зависиће и од њега. Саговорник би, дакле, требало да буде вешт, такође добар говорник, изврстан познавалац теме, поред тога што је овлашћен, с обзиром на положај који заузима, да даје ауторитативне изјаве, да износи комплетна мишљења из одређене области. Новинари радија и телевизије морају, исто тако, да воде рачуна о времену које је увек строго ограничено и, по правилу, износи свега три минута (осим у специјализованим емисијама) и о композицији интервјуа који треба да садржи три дела: а) уводни – у коме се слушаоци или гледаоци упознају са темом интервјуа, а ако је потребно и са личношћу саговорника; б) ток разговора – који је најдужи с обзиром на то да се у њему разрађује, анализира, доказују и износе аргументи за постављену тезу; в) закључак – то је завршни део у коме се нешто констатује, па се и порука упућује, круг разговора се затвара логичким уопштавањем.

Успех интервјуа зависи од интелигенције и говорне вештине саговорника. Али ништа није мање важно ни то како ће, каквим језиком говорити новинар, односно импровизовати интервју. „Говор се кроз ухо утискује у душу“ – каже Бранислав Нушић (1938: 93-94) – „а ухо ће увек радије примити пријатан, хармоничан говор, који се као говорна музика изражава. Само добро познавање правила дикције и модулације могу учинити да се та говорна музика постигне. Али да се тој тежњи припомогне, постоје и извесна правила о доброгласности, која нас упућују како ћемо избећи какофонију, како се назива изговарање неугодно уху“.

Нушић и набраја та правила, па на истом месту наставља: „Доброгласност се у беседништву не тражи само у речи (еуфонија) већ и у реченицама и периодима (еуритмија). Та се доброгласност реченица и периода постиже на првом месту модулацијом (дизање, спуштање, успоравање и убрзавање) када се, водећи још рачуна и о свим горњим напоменама, обрати пажња и на наизменичну промену кратких и дугих речи, већих и мањих реченица и ставова“.

(4) И ‘интервју профил’ и ‘интервју репортажа’, како их називају С. Лукач и М. С. Черпахов (1962: 46–47), припадају жанру импровизованог интервјуа у којем се, на почетку и на крају, износе неки основни подаци о месту и времену, као и о изгледу саговорника. Таква слика је неопходна увек (осим у класичном интервјуу) – новинар мора да је дâ како би читалац и слушалац могли ближе да упознају личност која се интервјуише. Због тога је потребно, чак неопходно, да се на почетку, у току интервјуа, или на крају, изнесе по неки детаљ о месту где се води разговор, о изгледу саговорника, његовим особинама, његовом понашању итд. То даје интимну боју интервјуу, чини га привлачнијим, а аудиторијум који чита, слуша или гледа – приближава се личности интервјуисаног. Али у томе се не сме претеривати – не сме опис личности да потисне његове мисли.

Да ли у интервјуу новинар свом саговорнику – иначе пријатељу, познанику, чак блиском другу – може да се обраћа са ‘ти’? Питање је, наизглед, неважно, периферно, често формално, пошто квалитет овог облика новинарског изражавања зависи пре свега од теме, садржине разговора, од онога шта се у њему каже, саопштава и тумачи. Иако је ова констатација тачна, ипак треба рећи да новинар мора са својим саговорником да буде на ‘ви’, као уосталом и саговорник са новинарем – без обзира на њихове односе у приватном животу који су за читаоце, слушаоце и гледаоце апсолутно неважни. Пред микрофоном радија и камерама телевизије они не воде разговор значајан и занимљив само за њих; то, дакле, није њихова ствар, и стога се не могу понашати лежерно, ноншалантно, опуштено. Разговор се води с циљем да се слушаоци и гледаоци (и читаоци) упознају са нечим што до тада нису знали, или су о нечему само понешто знали. Управо та чињеница, у којој је садржано и поштовање аудиторијума, обавезује и новинаре и саговорнике да се један према другоме односе с тактом и пажњом – културно: а једна од манифестација таквог понашања јесте и начин обраћања. Дилеме, према томе, не сме бити: ‘ти’ или ‘ви’? Само ‘Ви’!

3.2.2.2. Анализа интервјуа

1. Интервју је – по Р. Животићу (1981: 222) – „самосталан новинарски жанр, карактеристичан облик саопштавања и објашњавања чињеница који је у

широкој примени у штампи, на радију, телевизији. Медији информисања, својим средствима изражавања, условљавају специфичне карактеристике интервјуа, одређују његову форму, дужину или краткоћу, лексичко-стилске особености и стваралачки поступак. Форма интервјуа може бити различита. У стручним листовима и часописима интервју све више садржи и уметничке вредности, и та нова димензија битно одређује и његову намену“.

2. Први наш пример представља један интересантан тип интервјуа – разговор о важној личности који новинар води са познаваоцем особе о којој је реч. Разговор води новинар Политике Дубравка Лакић са немачким филмским редитељем В. Вендерсом о папи Фрањи, о којем је Вендерс сачинио документарни филм.

а) Наслов написа је врло једноставан и скроман: Друго лице папе Фрање (у: *Политика*, 20. мај 2018, 7). Оваква форма наслова у пуном је складу са садржајем и формом интервјуа, а и са особинама личности папе Фрање како је представља Вендерс. „Папа Фрања – стоји у издвојеном делу текста у виду баража – воли да покаже да нам луксуз није потребан, да нам нису потребни симболи богатства. Изузетно је скроман. Он је човек који заиста живи оно што говори“. Заиста, уместо јаких речи описа једне изузетно важне личности у светским размерама, кратак извештај о његовој личности ван свих релација на којима овај човек живи и делује. Простим речником, једноставном реченицом и неупадљивом фразом славни редитељ погађа у срж теме – у кључне особености описане особе. Израз је уз то уоквирен суптилном метафором 'друго лице' – алузијом на вишедимензионалност папине личности, као и на чињеницу да је овде реч о једној од тих димензија: приватном животу.

б) Вендерс не говори само о папи и о филму, већ је у разговор уплетена и његова личност, његова религијска осећања, животна опредељења, уметнички рад, па и рад око снимања филма о папи:

Каква су ваша лична религијска опредељења?

Рођен сам у католичкој породици, мој отац је био доктор, али искрени верник. Сваког уметника чини збир његових искустава, а ту су и спиритуална искуства. Она су била чврста у мом раном детињству, током 1968. био сам радикалан студент који се окренуо од свог религијског васпитања, искусио сам и будизам, али сам се после смрти оца током осамдесетих година прошлог века окренуо поново вери. Али не као католик него као протестант.

Шта мислите, зашто сте баш ви одабрани да снимите филм о папи Фрањи?

Да нисам ја, био би то неко други. Мислим да је идеја потекла од дон Дарија, ватиканског министра комуникација, који је студирао и предавао филм. Он познаје све моје филмове, и оне документарне [...]. Дакле, Даријо је негде знао какав би могао да буде мој поступак и да ја нећу критиковати нити глорификовати већ да ћу покушати да поделим с људима оно што осећам, а то је поштовање према човеку и његовом делу [...].

Текст просто плени вештином једноставног казивања, простотом реченице, свакодневношћу говора и о заплетеним питањима уметности и религије.

в) Текст је праћен сликом интервјуисаног Вендреса великих димензија, на којој у горњем левом углу стоји његова кључна изјава: „Имам један дан када су моји компјутери и телефони искључени и када се коначно посвећујем породици и својим унуцима, којих имам четворо“.

г) Новинарка је и сама подлегла чаролији вешто сплетене приче у филму, па у вези с тим овако реагује, и овакав одговор добија од интервјуисаног:

Толико сте нам приближили папу Фрању да сам током гледања филма помислила да је штета што нисам религиозна и пожелела сам да то постанем?

То је зато што он разговара с толико много људи, а међу њима и с онима који нису религиозни. Он на крају филма каже: „Бог вас воли и ви чак не морате то да прихватите“. Оно о чему он говори нису само спиритуалне, религијске ствари. Он говори о основним људским стварима, о планети, о начину на који се опходимо једни према другима, о томе како искључујемо људе уместо да их укључујемо у наше заједнице и у себе саме. То су поруке за све људе добре воље без обзира где су и коме припадају јер се он не обраћа само католицима. Папа Фрања зна да је све у томе што смо сви на истом броду.

д) У истом тону састављено је и следеће питање, као и одговор:

Када сте поменули посвећеност, гледајући ваш филм стиче се утисак да је папа Фрања истински више посвећен самим људима којима се обраћа него религији или самој цркви?

То је зато што он није првенствено теолог већ је првенствено човек заинтересован за људе и њихове потребе. Он не види цркву као инструмент моћи већ инструмент комуникације међу људима и истински је доживљава као првобитну цркву која је пре свега била комуна људи и у служби комуне. Можда га зато многи оптужују да је комуниста, јер је то иста реч са истим кореном и значењем – заједница. Он, наравно, није комуниста, он је само заинтересован за људску заједницу и зна да нам бог прилази и кроз веровање у друге људе.

е) Сукцесивност и линеарност монолошко-дијалогског изражавања у овом интервјуу – динамички прати, делујући као текстовна комплетирајућа снага: смисаона градација. Аналитичност просуђивања и прецизност у формулацији мисли, те и објективност у оцењивању појава – не лишава реплике Дубравке Лакић привременог језгровитог казивања и емоционалних тонова.

3. Интервју који узимамо за други пример изашао је у *Политици* само дан касније (21. мај 2018, стр. 12.). Разговор води новинар Бране Карталов са добитником признања 'Заслужни грађанин града Крагујевца', глумцем Мирком Бабићем (Драгојло из серије 'Село гори, а баба се чешља').

а) Разговору претходи опширан опис рада, глумачких успеха интервјуисаног – и признања која је током каријере освојио:

[...] Бабићев Драгојло из Бајићеве серије „Село гори, а баба се чешља“ ушао је у срца свих гледалаца. Добродушног чичицу који не мрзи никог, упркос томе што су му људи нанели много зла, заволела је и млађа публика.

Бабићево глумачко остварење није једино успело у серији, чак се може рећи да има и успелијих (сетимо се Наде Блам и сасвим природно извајане Златане, па сина Драгана, иако једнодимензионалног, ипак врло убедљиво одглумљеног). Чак се може рећи да та улога не прекорачује границу стандардне глуме каква се сваког дана виђа на даскама наших позоришта. Ако се неко слави, не могу му се приписивати заслуге које није и како их није остварио. Ако се одлучи да о нечему пише, било како па и у облику интервјуа, и ако хоће да даје оцене о томе, новинар је дужан да дубље проучи предмет о којем пише, те да без потцењивања или прецењивања, истинито говори о стварима. Мирко Бабић је добар глумац, али његова остварења нису готово никад достигла врхунац позоришне вештине.

б) Већ се из изложеног види колико је успешно вођен интервју о којем пишемо. На истом је нивоу и даљи ток приче. Б. Карталовић не само да о успесима М. Бабића говори у уводном делу написа, него детаље тога уноси и у своја питања као неумесне, унапред смишљене похвале, пре него што чује реч интервјуисаног:

Статуету „Јоаким Вујић“, коју Књажевско-српски театар додељује за изузетан допринос позоришној уметности, добили сте 2009, а Српска православна црква вас је 2013. одликовала Орденом Светог Саве другог реда. Колико вам значе та и друга признања?

У Стокхолму сам пре петнаестак година играо прво Љубу Врапчета, а сутрадан владику Николаја. Чуо сам неког из публике како пита је ли то онај исти глумац од синоћ. Иако су га убеђивали да сам то ја, тај човек није могао [да] верује да неко може да игра и боксера и свеца. Не желим никог да увредим, али то је моје највеће признање.

Интервјуисани осећа неумесност начина на који је постављено питање, па се дистанцира заменом тема. Ипак се види да је то човек у основи скроман и

пре свега окренут публици, не упуштајући се у моћне кухиње у којима се справљају награде и подижу или у страну потискују људи и њихова остварења.

3.2.2.3. Закључак о интервјуу

Интервју је, како следи из наше расправе, заправо у првом реду метод којим се у дијалогу прикупљају подаци за научно дело или напис друге сличне природе. Новинари су међутим тако назвали текст којим се преноси интервју, којим се хоћемо рећи он обнародује. Интервју има својих типских особености, али у основи представља заправо стваралаштво слободно од чвршћих стега. Структура, садржај и стил интервјуа у великој мери зависе од спреме и спремности новинара да обави важан посао прикупљања података и њиховог претакања у новински текст.

3.2.3. ИЗЈАВА

3.2.3.1. Изјава као жанр

1. У речнику књижевног језика (РМС 1967–1976) изјава се дефинише као: „1. усмено или писмено изношење, очитовање [...] 2. саопштење [...]“. Речник лингвистичких термина (Симеон 1969) садржи следећу дефиницију изјаве: „исказ, навод, извјешће, приказ; изјавна реченица; реченица (комуникативна, исказ) на коју се као реакција показују неки знакови пажње [...]“.

2. Нигде се у цитираним дефиницијама не помиње изјава за новине и јавност уопште. А изјава је један од облика новинарског изражавања, често веома погодан да би се нешто ново рекло, објавило, саопштило, ближе објаснило или протумачило, покренула акција, осудио неко или нешто или оправдао нечији потез. Уопште, све оно што се, објективно, сматра важним или занимљивим за колектив као целину, или за једну групу људи – све то може да се изнесе у изјави. За разлику од интервјуа, који претпоставља новинареву иницијативу као покретачки моменат у остварењу – изјава настаје пре свега иницијативом онога ко је даје. Спада у ред најпростијих, минималних облика новинарске речи.

3. Раније је привилегија да дају изјева и сл. припадала углавном познатим и истакнутим личностима, компетентним за једно одређено подручје делатности или стварања, онима који су могли нешто значајно да одлуче, нареде, објаве акцију, спрече некакав подухват, дакле, само уском кругу људи: шефовима држава и влада, политичким лидерима, чувеним научницима, познатим уметницима, популарним спортистима. Данас је тај круг знатно шири и – демократизацијом друштва уопште, а средствима масовног комуницирања, посебно – омогућено је свим грађанима да дају изјаве за новине, радио или телевизију, али само у том случају ако је оно што желе да кажу релевантно са одређеног гледишта или за одређену публику. Симпатична је, али унеколико песимистична изјава популарног песника Д. Ерића. На питање о сличности и разлици између његове и савремене генерације најмлађих, он је рекао:

Сличности су мале, а разлике велике. Наше детињство било је сиромашно, али весело, ведро, пуно наде, радозналости. На почетку сам мислио да је свет до брда, да нема ништа даље, па кад смо се попели на брдо, свет се проширивао. Деца сада имају бескрајне прозоре кроз које могу видети цео свет, али нема више ни жеља ни радости. Ја знам шта би они могли да пожелеле: да оду у природу да се играју са јагањцима, да скакућу по поточићима, да беру цвеће по ливадама, да се ваљају по земљи. То је оно што деца могу да пожелеле, а што им је ускраћено. Ту почиње сиромаштво детињства [...]

Политикин 'Магазин' 640, 3. јануар 2010, стр. 8.

Према томе, три су елемента изјаве: а) у њој мора нешто ново да се саопшти или објасни, б) то што се саопштава мора да се тиче читавог колектива или једне категорије његових чланова и, најзад, в) онај ко даје изјаву мора да буде ауторитативан, једино надлежан да управо он саопшти нешто ново или то ново објасни.

3. „Значајна изјава од значајне личности добија се обично писменим путем и то често на иницијативу саме те личности. Та изјава може, али не мора, да буде објављена – одлуку о томе доноси редакцијски колегијум у зависности од политичког тренутка или од те личности. Али чешће су новинари ти који, опет у зависности од тренутка, траже изјаву од познатих државника, политичких личности, неког научника, уметника или спортисте. Новинари то могу да чине или тако што ће нормалним, административним путем, поштом или преко кабинета, тражити изјаву, или тако што ће, када оцене да је сврсисходно и потребно, одмах после састанка, обиласка неког објекта или доношења неке важне одлуке тражити изјаву од компетентне личности која ће

изнети своја запажања, дати објашњење, протумачити оно што се од њега захтева а за шта је он надлежан.

Изјава је посебно значајан облик новинарског изражавања у радио и телевизијским емисијама, и то из једноставног разлога што се та изјава снима на магнетофон или се даје пред камерама, а често се и директно емитује. Тиме изјава добија у аутентичности, убедљивости – ништа не може да буде ауторитативније од живе речи“ (Славковић 1973: 233).

4. Други пример који наводимо долази из света спорта. После финала енглеског купа губитник Морињо из Манчестер јунајтеда оспорава Челсију да је бољи: Челси није заслужио ФА куп (*Политика*, 21. мај 2018, стр. 19).

Честитам им, али мислим да нису заслужили победу. Ја сам тренер Манчестер јунајтеда и морам да поштујем све, не само што је то мој бивши клуб, већ зато што је био наш противник у финалу. Мислим да смо ми заслужили победу. Било нам је помало тешко да играмо без Лукакуа против екипе која се бранила са деветорицом [...]

Једноставно формулисана изјава жаљења због пораза, ипак уз очување сопственог достојанства.

3.2.3.2. Закључак о изјави

На крају је довољно утврдити да је изјава близак жанр интервјуу, али са извесним методолошким специфичностима које је чине посебним типом написа. Све оно што се, објективно, сматра важним или занимљивим за колектив као целину, или за једну групу људи – све то може да се изнесе у изјави. За разлику од интервјуа, који претпоставља новинареву иницијативу као покретачки моменат у остварењу – изјава настаје пре свега иницијативом онога ко је даје. Спада у ред најпростијих, минималних облика новинарске речи.

3.2.4. КОНФЕРЕНЦИЈА ЗА ШТАМПУ

3.2.4.1. Опште напомене

1. Д. Ђурић (2003)⁵⁰ конференцију за штампу дефинише двома одредницама, *Конференција за новинаре* (2003: 194) и *Прес конференција* (2003: 307). Ове одреднице говоре о истој новинарској форми. У обема се помиње и термин *конференција за штампу*, за који се каже да је заменио термин *прес конференција*, да би се у новије време раширио термин *конференција за новинаре*. У обема дефиницијама (које су заправо две верзије једне исте) стоји да конференцију за штампу сазива функционер или институција поводом нових догађаја, мера и акција „из појединих делокруга јавних институција [...]“. Ради се о званичном облику информисања који нека институција може примењивати и периодично, без изразитог повода. Каже се и то да постоје два стила конференције за штампу: онај кад новинари постављају питања домаћину и онај непопуларнији – када им се деле претходно припремљена обавештења. „Ако скуп траје више дана, конференције се одржавају на крају сваког радног дана“.

2. Постоје две врсте конференције за штампу: а) отвореног типа и б) затвореног типа.

а) На отвореној конференцији за штампу говори се управо тако: отворено, да би се новинарима пружили сви потребни подаци (чињенице, информације) за објављивање о одређеним подухватима, акцијама, проблемима или одлукама једне владе, парламента, политичке партије, радне организације, институције, друштва или појединца. Све што се ту и тада, у току разговора, каже и изнесе чини материјал који новинари могу да користе, осим, наравно, уколико се за нешто упозори да ‘није још зрело за објављивање’.

б) Насупрот томе, на затвореној конференцији за штампу (такозваном ‘брифингу’), новинарима се дају подаци који нису за непосредно саопштавање јавности. Циљ је: упознавање новинара са проблемима и правцима даљег деловања како би они могли боље да се сналазе у одређеној области. Веома често на таквим конференцијама за штампу новинарима се предоче чињенице које треба да их усмере (оријентишу) на тачно одређени пут, онај који одговара

⁵⁰ В. о истој теми, али са нешто друкчијим интерпретацијама – и: Ђурић 1997.

тој влади, тој партији или том друштву, односно радној организацији или појединцу. Недозвољиво је непосредно коришћење тих података или, ако се на томе инсистира, откривање извора тих података.

3. Конференцију за штампу, по правилу, води један човек: шеф државе, владе, парламента, лидер политичке партије, одговорни, односно овлашћени представник радне организације, установе или друштва, веома истакнути уметник или научник, па и спортиста. Али конференцију за штампу може да води више људи (данас је то све чешће) – представници установа, организација, органа или друштва. То се обично чини пре или после доношења значајних одлука, када јавности или читавој нацији треба да се објасни суштина тих одлука. Почиње се изјавом коју даје најкомпетентнија личност, а затим новинари постављају питања. Честа је пракса да се један број питања раније достави, како би се у одговорима изнело и нагласило оно што се жели презентирати јавности. „Шта ће се, међутим, од свега онога што је изговорено на конференцији за штампу објавити у листу или у радио и телевизијским емисијама – ствар је самог новинара, односно колегијума његове редакције. Ствар је новинара и какав ће облик дати свом напису – да ли ће то бити извештај, интервју, изјава, белешка, коментар или само вест “ (Славковић 1975: 226–228).

3.2.4.1.1. Теоријско-методолошко одређење конференције за штампу

Као модалитет окупљања, конференција за штампу најједноставније би се могла одредити као медијски догађај (Павловић 2004: 59), но, ми ћемо прво покушати да дефинишемо сам појам конференције. Иако је често назив 'конференција' намењен малим пословним састанцима, тај појам има шири смисао. Данас, у ширем смислу, 'конференција' представља пословно окупљање учесника на једном месту ради остваривања развоја неке организације, институције или друштва у целини, те и образовања (и проширења пословних контаката код пословних конференција). конференцију за штампу сазива функционер или институција поводом нових догађаја, мера и акција „из појединих делокруга јавних институција [...]“. Ради се о званичном облику информисања који нека институција може примењивати и периодично, без изразитог повода. Каже се и то да постоје два стила конференције за штампу:

онај кад новинари постављају питања домаћину и онај непопуларнији – када им се деле претходно припремљена обавештења. „Ако скуп траје више дана, конференције се одржавају на крају сваког радног дана“.

Следећи важан појам за разумевање 'конференције', и посебно 'конференције за штампу' – јесте планирање *односа с јавношћу* (енгл. *Public Relations; PR*), јер се данашње пословање и управљање не може замислити без квалитетно изграђеног односа с јавношћу (исп.: Маричић 2002а: 31–32). Успех неке организације или институције не зависи само од квалитета његових производа, услуга или идеја, него добрим делом почива управо на односу с јавношћу (исп.: Маричић 2002б: 79). Данас је створен такав маркетиншки простор у коме се пласирање идеја и различитих материјалних производа доводи у исту или сличну раван, по принципу конкурентности тржишне политике (Ракита 2003: 128).

Конференција за штампу је најчешће коришћен начин комуницирања разних организација и институција са медијима, те и појединаца из културног, политичког и уопште јавног живота. Она представља идеалан начин за саопштавање података о важним догађајима као што су кризне ситуације, презентације значајних нових производа, објављивање финансијских резултата, успешне приватизације, улагања, инвестиције, потписивање значајног уговора, отварање нове фабрике, велика катастрофа, и сл.

Конференција за штампу мора представљати званични облик информисања који нека институција може примењивати и периодично, без изразитог повода (Павловић 2004: 91). Да би конференција за штампу успела, мора бити добро припремљена. Са лоше планираном и изведеном, или непотребно организованом конференцијом – ризикује се губљење поверења од стране новинара (Врачар 1999: 117). Међу разним поделама конференције за штампу наметнуле су се две најглобалније, према социолошко-медиолошком критерију: (а) отвореног типа и (б) затвореног типа. На отвореној конференцији за штампу говори се управо тако: отворено, да би се новинарима пружили сви потребни подаци (чињенице, информације) за објављивање о одређеним подухватима, акцијама, проблемима или одлукама једне владе, парламента, политичке партије, радне организације, институције, друштва или појединца. Насупрот томе, на затвореној конференцији за штампу (такозваном 'брифингу'), новинарима се дају подаци који нису за непосредно саопштавање јавности. Циљ

оваквог изношења информација јесте упознавање новинара са проблемима и правцима даљег деловања како би они могли боље да се сналазе у одређеној области.

Конференцију за штампу, по правилу, води један човек: шеф државе, владе, парламента, лидер политичке партије, одговорни, односно овлашћени представник радне организације, установе или друштва, веома истакнути уметник или научник, па и спортиста. Али конференцију за штампу може да води више људи (данас је то све чешће) – представници установа, организација, органа или друштва (Маричић, 2002а, стр. 84). А даље, ствар је новинара какав ће облик дати свом напису – да ли ће то бити извештај, интервју, изјава, белешка, коментар или само вест. Обавезан је, ипак, нешто да учини: „да истакне у наднаслову или најави, у првим реченицама или негде у тексту да је податке добио на конференцији за штампу, дакле, да до одређене материје није дошао захваљујући својој иницијативи, везама или сналажљивости“ (Славковић 1975: 226).

3.2.4.1 2. Комуникативно-прагматичко одређење *конференције за штампу*

Организација конференције за новинаре (енгл. press conference) данас је неопходан маркетиншки инструмент (Ракита 2003: 62), те неиздвојив део односа с јавношћу који служи остваривању првенствено комуникацијског, па и промотивног успеха⁵¹ организације, институције или појединца. Било да су пословне или едукативне, конференције морају бити усмерене на темељна и кључна питања са којима се сусрећу сви учесници конференције, зато се тема, приступ теми, те предавачи или извештачи на конференцији помно бирају, и због тога се мора спретно 'дириговати' садржајном компонентом конференције (више у: Ogilvy 1985: 59).

⁵¹ Постоји јасно дефинисана комуникативно-прагматичка стратегија у вођењу конференције за новинаре (Врачар 1999; Маричић 2002а), са јасно издвојеним вербатолошко-социолошким етапама: (а) развој креативног концепта новинске конференције; (б) израда документације за организацију конференције за новинаре; на крају и (в) спровођење целокупног тзв. event managementa на репрезентативној локацији.

Сада ћемо детаљније одредити битне комуникативно-прагматичке и социолошке елементе конференције за штампу, са истицањем њених медиолошких и функционално-стилских карактеристика. Основне поруке дефинишу се на основу циљева конференције, а намера је постизање што већег публициитета у јавности. Овде су – прагматички гледано – важна два момента: први се односи на увид у то како учесници конференције размишљају о предмету конференције, а други – како главни актери или публицисти желе да они размишљају након конференције. Свакако је важно имати на уму да све што се јавно каже на конференцији за штампу мора бити вишеструко проверено и доступно свим новинарима под истим условима. Није препоручљиво да се неки учесник издваја тиме што ће му се нека појединост казати 'у поверењу' или незванично (о томе више у: Славковић 1975; Маричић 2002а; Павловић 2004).

Вербатолошки и композиционо-тематски сценарио саме конференције јесте синопсис – а он укључује тајминг, теме говорника, евентуално приказивање корпоративног филма или неког другог видео материјала, и време трајања. Формални део конференције за новинаре може трајати највише 30 минута, а након тога следи неформални део за давање изјава, интервјуа и неформалне разговоре са новинарима. Трајање⁵² је такође око 30 минута. Синопсис може изгледати овако (Врачар 1999: 77): (а) увод: кратак поздрав, а затим представљање разлога за сазивање конференције, њеног оквирног распореда, те самих говорника и материјала; (б) представљање главне теме или тема; (в) појединачна излагања (до 5 минута); (г) дискусија (до 10 минута); (д) на крају се дају одговори на питања (о томе више у: Павловић 2004).

Говорници морају добро познавати тему конференције, морају бити припремљени на тзв. 'кризна питања', уз то – морају бити упознати са начином обраћања новинарима, начином на који се дају изјаве итд. Код припреме говорника треба водити рачуна да се не удаље од главне теме и не оду превише у детаље (исп.: Врачар 1999: 47–61; Ракита 2003: 142–143). Успех конференције зависи од новинарових комуникацијских и социјалних способности. Уколико се позивају и страни новинари, акредитовани или повремени дописници, домаћин је дужан да обезбеди преводиоце за неколико најфреквентнијих језика, или бар

⁵² Конференција не треба да траје дуже од једног сата, а најуспешнији су они сусрети који не трају дуже од једног школског часа.

за енглески; а уз то – уобичајено је да се управљање конференцијом повери новинарима за одређена подручја⁵³.

Након завршетка службеног дела новинари добијају од говорника изјаву или интервју. Медијима који се нису појавили на конференцији накнадно се шаљу материјали, пре свега 'саопштење за штампу' (Павловић 2004: 133). Такође, обично се након конференције прате чланци у медијима како би се могао оценити публицитет, али и припремити 'анализа конференције за новинаре'. Извештај о успешности конференције се прави узимајући у обзир добре и лоше елементе припреме конференције, и ова 'анализа' је нарочито корисна јер указује на предлоге који омогућују побољшање квалитета следеће конференције.

3.2.4.2. Анализа грађе

Узимамо у разматрање Тањугов извештај са конференције за новинаре одржане у Влади Србије 5. новембра 2015. (Политика Online – www.politika.rs):

Вучић: Србија била центар Европе и света; Не желимо обрачун ни са ким
Премијер Александар Вучић изјавио је данас да је Србија током одржавања 22. Министарског савета ОЕБС била центар Европе, али и света,



Вучић и Дачић, фото: Фонет

те да је показала изванредно гостопримство и своје најлепше лице.

Вучић је на конференцији за новинаре рекао да грађани Србије имају много разлога да буду поносни на Србију.

Он је објаснио да је протекла два дана преузео на себе да се бави „малим домаћим стварима“ и да види шта је то што Србија

Дачићу, нећу ти повећати плату

Конференција за штампу премијера Вучића и министра Дачића протекла је у веома опуштеној атмосфери, уз њихове шале и видно задовољство успешно завршеним скупом ОЕБС.

Најпре је премијер покушао да „скрати“ излагање Дачића, те новинарима пренео да би Дачић желео већу плату, па то покушава да оправда дугим изјавама.

- Нећу ти повећати плату. Нема повећања, смејући се је поручио премијер свом министру.

Дачић му је на то предложио да питају присутне новинаре да ли треба да му се повећа плата.

Новинари су добацили да Дачић заслужије макар веће дневнице, што је премијер, такође, одбацио као могућност.

У наставку конференције, када је Дачић поново на једну тему дуже говорио, а Вучић му шаљиво рекао да буде краћи, шеф дипломатије је приметно:

„Чекај, видиш да је људима занимљиво. Немој да се вратим на плату“.

⁵³ Новинари се специјализују за одређене друштвене сфере комуникације – нпр. за економску рубрику, београдску, за тзв. 'ИТ' рубрику, те и за здравство, образовање, културу и др. Они могу бити и стручњаци из поменутих и других области, па су у том случају дописници медија.

може да очекује у наредном периоду.

Такође је истакао да је током министарског састанка имао 11 билатералних састанака, са представницима најмоћнијих организација и држава, међу којима су Федерика Могерини, Сергеј Лавров, Џон Кери [...] Договорено је неколико посета.

„Пре краја године турски премијер Ахмет Давутоглу ће доћи у Београд на бизнис форум“, рекао је Вучић и додао да ће доћи и турски бизнисмени, који су заинтересовани за приватизацију, бање, изградњу туристичких капацитета, улагање у компаније.

„Радимо на коначном датуму, вероватно између 25. и 30. децембра“, додао је премијер.

У првој половини 2016. у Београд ће доћи и премијер Руске Федерације Дмитриј Медведев, рекао је Вучић.

„Приводимо крају разговоре и покушавамо да се снађемо за гас, како и одакле да га доведемо ако дође до прекида са Украјином, али то показује колико је одлука да градимо већа складишта била оправдана, да не зависимо од политичких криза које захватају свет“, рекао је премијер.

Према његовим речима, Србија није изгубила организацијом самита, већ су привучени људи да дођу у Србију.

Премијер је подсетио да је са америчким државним секретаром Џоном Керијом разговарао о улагањима америчких компанија:

„Веома сам задовољан погледом који има на Балкан и улогом Србије у региону. Заинтересован је за долазак америчких компанија“, истакао је Вучић.

Према његовим речима, значајно је и да током скупа није било никаквих безбедносних претњи, сви ангажовани на организацији и одржавању састанка, укључујући припаднике полиције, обавили су посао на најбољи могући начин, а грађани су показали велико стрпљење.

„На једног члана делегације смо имали двоје људи који су о њима бринули, нигде нећете видети такву пажњу“, приметио је Вучић.

„Честитам грађанима Србије што су на изванредан начин дочекали госте, што су били стрпљиви по питању саобраћаја и других малих проблема. Показали смо изванредно гостопримство и право и лепо лице Србије, њено најлепше“, рекао је председник српске владе.

Не желимо обрачун ни са ким

Премијер Србије Вучић поручио је да власт не жели политички обрачун ни са ким у држави, нити да остави било какву сумњу у то, те да је тако разумео изјаву министра полиције Небојше Стефановића.

„Не мешам се у рад тужиластва, а могу да разумем оно што је рекао министар Стефановић, јер је важно да не постоји никаква сумња да неко жели политички обрачун са било ким. Ми то не желимо, ни на који начин не желимо да оставимо ни милиграм сумње да ту постоји било каква политика и зато сам га разумео“, одговорио је Вучић на питање новинара да прокоментарише најаву МУП-а да ће повући кривичне пријаве против власника „Курира“ Александра Родића и главног и одговорног уредника тог листа Милана Лађевића.

Вучић је рекао да га је Стефановић позвао и рекао му шта намерава да уради, а да му је он одговорио да ради по савести и у складу са законом.

Премијер је додао да је до сада ћутао када су у појединим медијима нападани он, влада и чланови његове породице, када је називан свакако, као и да није први пут да неко говори како снајпер нешто решава у Србији, како је то објавио један таблоид.

„Није ово први пут да неко говори како снајпер нешто решава у Србији и сви се праве блесави...Као што и данас ћуте, све Дуње, сва удружења и сви остали [...] и увек ће да ћуте, јер је то борба за политички утицај“, рекао је премијер.

Вучић је приметио и да су институције у држави добре само онда када се то некеме свиђа политички, а да њему, за разлику од њих, институције ваљају и када је сагласан са њима и када није.

„Подсетићу на случај хеликоптер. Тражили су да институције раде, а када су кренуле да раде, није им се свидео резултат њиховог рада. Суштина је у томе да имамо деценијску разградњу система, деценијско разарање институција у којој су институције добре само када политички одговарају или одговарају неким другим интересима“, истакао је Вучић.

Напоменуо је да нема никаквог страха од кампања и да је поносан на оно што је урадила Влада Србије, јер ће у уибеницима остати да је 2015. године Србија отворила прва поглавља, успела да из рецесије уђе у позитиван тренд раста, смањи дефицит.

„Верујем да ће 2016. бити још боље“, поручио је Вучић.

Бољи смо од Швајцараца

Дачић је указао да је Србија са много мање средстава много ефикасније организовала министарски савет ОЕБС од претходног председавајућег, Швајцарске. Морам да информишем премијера да смо за намене министарског савета и председавања ОЕБС-у у буџету одвојили 360 милиона евра, а Швајцарска је за тај скуп потрошила пет пута више, 17 милиона швајцарских франака. Ми смо много јефтиније организовали скуп, а био је пет до шест пута бољи, нагласио је Дачић на прес конференцији у Влади.

Србија је била боља од Швајцараца, закључио је Дачић (Танјуг)

Кад се каже ‘извештај’, онда је јасно да се стварно ради о том новинарском жанру. Наиме, новинар је у овом случају искористио право измене текста са конференције, па га је само делимично транскрибовао, а друге делове или је препричао својим речима, или их је сасвим изоставио. Најупадљивији је изостанак новинарских питања – која су се заиста чула на самој конференцији, и која су на телевизији репродукована у целини, као и све остало што се дешавало. Нисмо дакле у прилици да говоримо о аутентичном транскрипту, већ о опису конференције са цитатима неких делова из одговора на питања.

Текст није насловљен, а уместо поднаслова извучене су две кључне изјаве као глава текста (исп.: Јовановић 2010: 118): – Вучић: Србија била центар Европе и света; Не желимо обрачун ни са ким.

Остали део запрема новинарски извештај прошаран цитатима. Цитати су, наиме, релативно верно пренесен језик председника Владе и министра иностраних послова, док остало долази из пера новинара. Значајна методолошка чињеница у анализи оваквих текстова јесте да се у њиховој подлози налази живи говор. Сазнања из анализе конверзације (исп.: Кликовац 2010: 47) обавезују проучаваоца да одвоји одлике стила у транскрипту од одлика које су последица говорења уживо, у реалном времену. Не може се тврдити да говорник грешу у правом смислу те речи ако у говору не може бешавно затворити неку компликовану синтаксичку конструкцију. Ваља напоменути да се, судећи по транскрипту, учесницима овог округлог стола грешке овог типа скоро никад не дешавају. То што су ипак забележене, код неких говорника, даје повода претпоставци да је транскрипт прилично доследан.

Новинарски текст свакако се држи оквира новинарско-публицистичког израза, који у оваквим приликама у великој мери укључује речи носилаца конференције, у овом случају председника српске владе и министра иностраних

послова. О томе најбоље сведочи сам почетак извештаја: – Премијер Александар Вучић изјавио је данас да је Србија током одржавања 22. Министарског савета ОЕБС била центар Европе, али и света.

Пун емоционалног набоја, местимично изражен прејаким речима, стил Александра Вучића сасвим је препознатљив како у директном сусрету, тако исто и кад је укључен у било чији дискурс у виду цитата, импостата или компилативног елемента. У том светлу новинарски извештај се приказује као структурно хибридна, стилски нечиста, мешовита језичка грађевина.

Премијерове изјаве, рекосмо, преплављене су интензитетским слојем до те мере да се местимично граниче са наглашеном емфазом, чак каткада и нечим што је слично тријумфализму: – Веома сам задовољан погледом који има на Балкан и улогом Србије у региону. Заинтересован је за долазак америчких компанија – тврди он описујући овај кратки сусрет са америчким министром иностраних послова.

Даље, налазимо похвалу организаторима, такође високо интонирану: – На једног члана делегације [ми] смо имали двоје људи који су о њима бринули, нигде нећете видети такву пажњу.

И готово сасвим немотивисано стварним чињеницама – премијер изјављује:

Честитам грађанима Србије што су на изванредан начин дочекали госте, што су били стрпљиви по питању саобраћаја и других малих проблема. Показали смо изванредно гостопримство и право и лепо лице Србије, њено најлепше.

Чини се да би погођена дефиниција премијеровог (не)дипломатичког стила била да је код њега правно-пословни израз преливен нечим што бисмо назвали колоквијалном емоционалношћу. О томе се може, и о томе се врло често расправља међу интелектуалцима као о недовољно примереној речи, али је очигледно да се она допада већини обичног света јер одаје извесне врло значајне особености Вучићеве личности – крајњу искреност, простодушност, хуманост и људску једноставност.

Капител и баражни сет података стављени су у два паралелна ступца изнад подужег вишестубачног текста. Наслов и наднаслов пресвођују ступце и фотографију у левом горњем углу штампарског оквира који заузима чланак. Сви

су ударни подаци дакле постављени на самом почетку простора додељеном извештају са конференције за штампу.

Поред премијерове фотографије, у уоквиреном уском ступцу, постављен је одужи импостат, за истицање смисаоне доминанте текста: – Дачићу, нећу ти повећати плату...

Интересантан је овај текст који се налази заправо у позицији баража.⁵⁴ Издвојене речи нити се дословце, нити у другом облику јављају у самом тексту. Питање је како гледати на овај поступак, и како теоријски објаснити издвојени део текста.

Прво, што се тиче статуса, мислимо да је овај низ исказа постављен у издвојеној форми да би се, на једној страни, растеретила главнина текста. Уз то, стилски гледано – текст у баражу карактерише један неформални разговор двојице званичника, што масовном реципијенту може звучати 'занимљиво', а дате личности учинити 'ближим' народу. Овако издвојени део текста има функцију и накнадног упућивања на главни текст, и омогућава нове рефлексije: тј. да би се главни тематски моменти на неки начин наглашено понудили пажњи читаоца.

Понављање дела текста изван баражног простора представља покушај истицања ударних чињеница ван наслова – а заправо је нови композицијски елемент новинског текста:

(А) „Вучић: Србија била центар Европе и света“ / (А') „Премијер Александар Вучић изјавио је данас да је Србија током одржавања 22. Министарског савета ОЕБС била центар Европе, али и света, те да је показала изванредно гостопримство и своје најлепше лице“.

(Б) „Не желимо обрачун ни са ким“ / (Б') „Премијер Србије Вучић поручио је да власт не жели политички обрачун ни са ким у држави, нити да остави било какву сумњу у то, те да је тако разумео изјаву министра полиције Небојше Стефановића“.

Импостат између стубаца није више ни текст по себи ни међунаслов, већ пратилачка форма са слободним статусом. Пошто је амбиција уредника да ту

⁵⁴ О 'баражима' исп. – Јовановић 2010: 121.

форму учини упадљивом, и носиоцем посебно интригантног факта, логично ју је назвати слободном флоскулом, или такође баражом, као горе.

Бараж по правилу представља самосталан скуп података који је са основним текстом у допунској, а не у функцији двојника. На смештај утиче дужина основног текста и баража, а овај се протеже на две централне рубрике, или је ограничен на једну, тада по правилу латералну. Садржај баражног пакета, како видимо, не понаша се као проста допуна података из основног текста, и што се тиче његове вањске и унутрашње ситуације, – већ као ново тематско и функционално-стилско утекстовљење маркиране вербатолошке форме.

Сличног су ефицијенцијског дејства импостирани дијалошки искази: – (1) Нећу ти повећати плату. Нема повећања, смејући се је поручио премијер свом министру. – (2) Чекај, видиш да је људима занимљиво. Немој да се вратим на плату. – Као и искази о дијалогу: – (1) Најпре је премијер покушао да „скрати” излагање Дачића, те новинарима пренео да би Дачић желео већу плату, па то покушава да оправда дугим изјавама. – (2) Дачић му је на то предложио да питају присутне новинаре да ли треба да му се повећа плата.

У наставку конференције, када је Дачић поново на једну тему дуже говорио, а Вучић му шаљиво рекао да буде краћи, шеф дипломатије је приметио [...].

И следећи импостати у вези су са разговором интервјуисаних политичара, а у тексту самога баража њихов статус по функцији сасвим подсећа на капител: – Дачићу, нећу ти повећати плату... – Конференција за штампу премијера Вучића и министра Дачића протекла је у веома опуштеној атмосфери, уз њихове шале и видно задовољство успешно завршеним скупом ОЕБС.

Положај унутар текста, међутим, подсећа на бараж. Мимо тога убачена су – другом текстолошком техником – два баражна пакета, о којима смо горе говорили (А/А'; Б/Б'). Њихова је функција усмерена на антиципацију одређеног садржаја, те и промоцију одређених идеја, тако да је интензификација ових садржинских сегмената вербатолошки остварена експланаторним језичким структурама.

Комуниколошка сврха ових лутајућих форми очито није искључиво антиципативна, него донекле и манипулативна: аутор и не мора имати све обзире са којима рачуна редакција, нити мора зазирати од регулативних канала листа у којем његов текст налази излаз у свет. Али редакција има сопствене

начине да жаоке ублажи, да отупи критику, да окрене копље на другу страну од правца куда је било уперено кад га је аутор оштрио. То она може чинити манипулишући насловима, али и баражима и сл. – како се показало сада.

Укратко се о композицији новинског текста који смо анализирали, а који представља *конференцију за штампу* – може рећи следеће.

Структура овог новинског текста има својих специфичности по којима се разликује од других врста текстова (научног и др.), а и од других новинских жанрова. Те се специфичности описују тзв. начелом ‘обрнуте пирамиде’, што значи – концентрације битних чињеница према почетку текста.

Наслов текста, иако је изостављен (што није необично кад је реч о извештају са конференције за штампу), на одређене је текстолошке начине ‘реконструктиван’. Два типа овде разматраних баража, и капител – учинили су текст информативним или индикативним, тако да је и по овим унутаризвештајним осамостаљивим формама – препознатљив садржај, али и карактер текста. У нашем примеру, поднаслов је нарастао у толикој мери да је превазишао оквире наслова, и добио обресе сажетка текста, те га није оправдано изједначавати ни са поднасловом, већ је сврсисходно посматрати га као посебан елемент – то је ‘глава текста’ (‘лид’, према енглеском узору), или капител: –

(А)

„Вучић: Србија била центар Европе и света“

(А’)

„Премијер Александар Вучић изјавио је данас да је Србија током одржавања 22. Министарског савета ОЕБС била центар Европе, али и света, те да је показала изванредно гостопримство и своје најлепше лице“.

Главнину текста новинари често називају ‘телом’ текста (ми смо је назвали корпусом). У тај део каткада се, ради рашчламбе, не умећу међунаслови, већ њихову позицију заузимају посебни елементи, делови текста који описују ударне податке или идеје текста, које смо назвали ‘слободним флоскулама’ или баражима:

(а) *Напоменуо је да нема никаквог страха од кампања и да је поносан на оно што је урадила Влада Србије, јер ће у уибеницима остати да је 2015. године Србија отворила прва поглавља, успела да из рецесије уђе у позитиван тренд раста, смањи дефицит.*

(б) *„Верујем да ће 2016. бити још боље“, поручио је Вучић.*

(в) Бољи смо од Швајцараца

(в1) *Дачић је указао да је Србија са много мање средстава много ефикасније организовала министарски савет ОЕБС од претходног председавајућег, Швајцарске.*

(в2) *Србија је била боља од Швајцараца, закључио је Дачић.*

Добро расположени политичари повремено су сасвим одустајали од званичног тона и прихватили колоквијални израз у целини разговора: – (а) Нећу ти повећати плату. Нема повећања, смејући се је поручио премијер свом министру. – (б) Чекај, видиш да је људима занимљиво. Немој да се вратим на плату.

То је изазвало изразе симпатија и код окупљених новинара, те је у тим тренуцима конференција прерасла заиста у неформални разговор пун шала и упадица са свих страна. Тренуци великог успеха увек су добродошла прилика да се освоје слушаоци и стекну политички поени.

И не само у баражном дијалогу, већ и у главном тексту извештаја налазимо језичка средства на лексичком, фразеолошком и синтаксичком нивоу којима је активирана колоквијализација:

(а) *„Није ово први пут да неко говори како снајпер нешто решава у Србији и сви се праве блесави.. Као што и данас ћуте, све Дуње, сва удружења и сви остали... и увек ће да ћуте, јер је то борба за политички утицај“, рекао је премијер.*

(б) *Морам да информишем премијера да смо за намене министарског савета и председавања ОЕБС-у у буџету одвојили 360 милиона евра, а Швајцарска је за тај скуп потрошила пет пута више, 17 милиона швајцарских франака. Ми смо много јефтиније организовали скуп, а био је пет до шест пута бољи, нагласио је Дачић на прес конференцији у влади.*

Сем ових поменутих стилских поступака и језичких средстава – у извештају са конференције за штампу налазимо и устаљене изразе, карактеристичне посебно за новински дискурс. Најфреквентнији су они који се тичу идиоматизације глагола 'рећи', те налазимо или (А) синонимску варијацију овога глагола као рематизацију теме 'премијер Вучић', чешће, или као дословно понављање ове предикације уз варијацију теме, што је ређи случај, те и (Б) лексичко понављање са позиционим варирањем теме и реме. Навешћемо примере.

(А) Синонимска варијација реме.

рећи – „Вучић је на конференцији за новинаре рекао“ / „рекао је премијер“ / „рекао је председник српске владе“ / „Вучић је рекао“; *објаснити* – „Он је објаснио“; *истаћи* – „Такође је истакао“ / „истакао је Вучић“; *додати* – „додао је премијер“ / „Премијер је додао“; *подсетити* – „Премијер је подсетио“; *приметити* – „приметио је Вучић“ / „Вучић је приметио“; *напоменути* – „Напоменуо је премијер“; *поручити* – „поручио је Вучић“.

(Б) Лексичко понављање са позиционим варирањем теме и реме.

приметити – „приметио је Вучић“ / „Вучић је приметио“; *додати* – „додао је премијер“ / „Премијер је додао“.

Радомир Животић (1981: 109) наглашава да устаљени изрази чак доприносе јасноћи: „То су укалупљени, излизани изрази од честе употребе, обично настали по утврђеном обрасцу, али за разлику од фразе – функционални су, њихово значење дејствује у реченици, не могу се избацити а да се значење реченице не мења. Зато што су устаљена форма, познати, клишеи доприносе јасности и често их налазимо у оним информативним жанровима (вест, извештај, интервју...) у којима је стваралачка мета ауторова сужена“. У примерима које смо навели, реч је о клишеизацији текстовних, међуисказних спона, и у вези су са контекстуализацијом директног говора као индиректног у дискурсу новинара. Ово су, истовремено, и примери недословног, парафрастичког цитирања у медијском дискурсу.

3.2.4.3. Закључне напомене

1. 'Конференција' – речено је у расправи – представља пословно окупљање учесника на једном месту ради остваривања развоја неке организације, институције или друштва у целини, те и образовања (и проширења пословних контаката код пословних конференција). конференцију за штампу сазива функционер или институција поводом нових догађаја, мера и акција делокруга јавних институција. Ради се о званичном облику информисања који нека институција може примењивати и периодично, без изразитог повода. Постоје два стила конференције за штампу: онај кад новинари постављају питања домаћину и онај непопуларнији – када им се деле претходно припремљена обавештења.

Што се тиче тематског аспекта конференција – може се рећи да су оне омиљено место многих тематских заједница, где истакнути учесници представљају своје идеје, искуства и решења, те при томе расправљају и доносе заједничке закључке корисне заједници. Уз то, у склопу организације једне конференције може се појавити и више пропратних радионица, семинара, те и тзв. мини-изложбених сајмова.

2. Крајњи закључак је, ако се вратимо теми нашег излагања, да је конференција за штампу у својој суштини новинарски текст мозаичке структуре компонован од разноврсних стилских састојака. Прагматичка и вербатолошка ефицијентност конференције за штампу у директној је зависности од комуникативно-медиолошког обликовања тзв. „стратегије разговора“, а ова се форма жанровски реализује у облику интервјуа. „Истраживање интервјуом је као партија шаха, не смемо дозволити да изгубимо контролу над ситуацијом“ (Јовановић Симић 2012: 7–22).

3. Новинари, с једне стране – имају могућност да продру у различите светове и да радознано постављају питања, и ту се управо рађају добре истраживачке идеје, али, с друге стране – резултате истраживања новинари увек морају обликовати према жанру и медију. Док је код 'вести' дата пирамидална структура, за 'репортажу', 'чланак' и 'коментар' траже се способности компоновања, а за 'интервју' и 'конференцију за штампу' – језичко сажимање. Овде није реч само о економисању језичким средствима, већ се информативна релевантност постиже одбацивањем секундарног и пратећег дискурсног материјала.

Конференцију за штампу одредили смо као специјалну медиолошку врсту која представља идеалан начин за саопштавање података о важним политичким, економским и културним догађајима у животу једне заједнице. То је званични облик информисања који проводи одређена институција или истакнути појединци, са јасно дефинисаном комуникативно-прагматичком стратегијом.

3.2.5. ОКРУГЛИ СТО

3.2.5.1. Уводне напомене

1. У односу на тзв. праве новинске форме, где спадају вест, извештај, коментар, чланак, белешка, књижевна критика, приказ и рецензија, те и карикатура, и у односу на тзв. прелазне форме, где спадају репортажа, кратка прича и цртица, фељтон, те роман и прича у листу, – округли сто, заједно са интервјуом, конференцијом за штампу, анкетом и изјавом, чини засебан вербатолошки ресурс у медиологији: који називамо посебним новинским формама.

2. Поставља се питање које је теоријско-методолошко, па и културно-вербатолошко упориште за овакво класификовање медиолошких жанрова.

а) Питање дијалогских форми у новинарству је овде обрађено из аспекта дијалога уопште у медијима. То прелази и у општу реторичку заинтересованост⁵⁵, па и, још општије, у дијалектику текста, која се проналази и у монолошким новинарским формама. „На тај начин се рађа притајени ‘полилог’ – истиче Станојевић (2004: 9–10), – у којем се исказује непрестано послушљивање у тексту. Послушљивање је увек условљено контекстом, образовањем и слухом за могући говор Другог који ћути, али упорно посматра“ (исп. о томе више и друкчије у: ИМК 1980).

б) Д. Станојевић, као што је раниј речено, ипак доноси корисна запажања о природи дијалога и о проблемима и опасностима у комуницирању путем дијалога, на пример, у одељку *Дијалогски алтруизам ћутања*.

3. Округли сто по правилу сазивају листови и часописи да би објавили – најчешће ауторизовани – извештај о разговору, сажет или у целини, у једном броју или у наставцима. На радију и телевизији округли сто емитује се уживо или као снимак. На шта се односи оно по правилу? Прво, односи се на сврху с којом неки лист и часопис сазива округли сто. Друго, округли сто је и један од усмених медија новинског дискурса. И треће, радио, телевизија и интернет у новије време, могу бити само медиј преноса, а не и сазивачи.

⁵⁵ Исп. седмо поглавље – *Како се беседи*. У: Станојевић 2004: 65–85.

а) Округли сто Ђурић (1997: s. v.) дефинише као: „разговор стручњака о једној теми коју треба продубљено осветлити“. У западној теоријској и практичној употреби већ деценијама је округли сто познат као ‘brains trust’, и настао је тиме што су јавне дебате из дворана почеле да се преносе преко радија, па се постепено сама дебата пренела у студио, а у новије време и у штампу. Назив је добио, вероватно, по томе што су за округлим столом сви учесници разговора равноправни – нема, дакле, чела и ћошка! Разговор за округлим столом који воде стручњаци, политичари, културни или спортски радници, различитих ставова и погледа, треба слушаоцу, гледаоцу и читаоцу да пружи широку лепезу аргумената и мишљења. Напетост и обојеност дискусије, њена занимљивост, произлазе најчешће из конфликта међу учесницима разговора. То значи да за разговор око округлог стола треба изабрати актуелну и значајну тему, исто онако као што за учеснике тог разговора треба изабрати ‘јаке’ и познате саговорнике, оне који су у стању да тему добро, стручно и детаљно објасне и приближе је широком аудиторијуму слушалаца, гледалаца и читалаца.

б) Округли сто најчешће организује каква установа заинтересована за разрешење неког привредног, културног, научног или другог проблема. Упоредан са другим масовним скуповима нпр. у науци и политици – округли сто је ужег састава и мањег дмета нпр. од конференције⁵⁶, конгреса⁵⁷ итд. Њега сазивају и редакције јавних медија да би сучелиле мишљења присталица различитих политичких, социјалних, културних, научних покрета и схватања, те да би се пред јавношћу дошло до неког прихватљивог одговора на постављена питања.

в) Што се тиче тематског опсега у који може захватити округли сто, Ђурић (1997: 499) примећује да „све“ може бити тема – урбанизам, комунални послови, политика, стање у здравству, кич и шунд, спорт, култура и сл. Управо ће последње две наведене сфере – дакле, спорт и култура – бити предмет нашег

⁵⁶ Конференција за штампу има информативни карактер, пре свега, мада се новинарима пружају и детаљнија објашњења и тумачења појава о којима је реч. За већину теоретичара конференција за штампу представља најмасовнији интервју, а Ж. Тодоровић (1965: 36) каже да је она „један од погоднијих и поузданијих извора савременог обавештавања јавности и, исто тако, обавештавања новинара и утврђивања њихових ставова о одређеним догађајима“.

⁵⁷ Исп. нпр.: Симић–Јовановић 2002; и Тошовић 2002.

аналитичког проматрања. Простор нам не дозвољава репродуковање опсежнијих разговора, па ћемо навести и укратко коментарисати три примера.

3.2.5.2. Анализа примера

1. Три су битна вербатолошка момента да би настали добар интервју или округли сто, а то су: (а) тема, (б) личност и (в) питања.

1.1. Узећемо за прелиминарну анализу изјаве у форми округлог стола из листа *Блиц*, у првом броју за 2010. 4. *Блиц* је у првом броју за 2010. припремио изјаве спортских званичника и бивших асова о предстојећем светском фудбалском првенству (потписник Б. Марковић, стр. 38). Цео пакет личи делимично на анкету, а делимично на електронски округли сто. Тема је *Ко ће бити најбољи стрелац на Светском првенству*. Ево уводног заглавља и неких изјава:

Ко ће у Јужној Африци 2010. стати на трон намењен најбољем голгетеру који је многим послужио као лансирна рампа за врх светског фудбала? Некима су голови на мондијалима дизали цену до небеса и означили почетак велике каријере, други су баш после ласкаве титуле почели да клизе са врха. Било како било, на трофеј најбољег стрелца са највише права „пуцају“ из најјачих репрезентација света – сматрају позната имена српског фудбала.

Душан Савић, бивши голгетер Црвене звезде:

– Не очекујем да ће се неки нови голгетер родити у Јужној Африци. Биће то неко из круга асова који су се прославили у Лиги европских шампиона или националним првенствима. Да игра у јачој селекцији од Обале Слоноваче, мој тип би био Дидије Дрогба. Овако, рекао бих да је најближи титули Шпанац Фернандо Торес. Игра у сјајној екипи која ће далеко отићи, а има и одличну подршку средњег реда. Ако Аргентинци оправдају епитет тима звезда, у трку ће се умешати и Лионел Меси. Затим долази Енглеz Руни, па наш Жигић који увек погађа у важним утакмицама.

Момчило Вукотић, некадашњи голгетер Партизана:

– Мондијал ће још више афирмисати мајсторе из Шпаније. Најпре бих типовао на Вејн Тореса, а затим на његовог саиграча Виљу. Енглези су јаки, па ту може да се умеша и Руни. Нашем Жигићу и Французу Анрију дајем подједнаке изгледе, али све зависи од домета „триколора“ и наших. По голгетерским способностима Дрогба је на врху, али не његова репрезентација – Обала Слоноваче.

Љупко Петровић, тренер:

– Шпанија је европски првак и један од фаворита на светском првенству, па ће за у њене нападаче бити највише прилика да се прославе. Дакле, Торес и Виља који блистају лигама и у националном тиму. Торес је чудо од играча – има агресију и брзину, стално тражи лопту и отвара се... Имају још нешто што нема ниједна друга селекција – сјајне креативце у средњем реду Ђавија и Инијесту, који их хране гол лоптма. Капело је створио моћну Енглеску и то ће бити прилика за опасног Рунија да конкурише за најефикаснијег. По традицији Италија иде у завршницу, а њихов адут је Ди Натале из Удинезеа, најбољи стрелац Калча.

Радмило Михајловић, бивши репрезентативац:

– Штета је што Дрогба са својом репрезентацијом неће моћи да рачуна на већи успех, што би му дало прилику да покаже да је најбољи стрелац. Има још гол-играча на

које овом приликом не бих типовао. Французи Анри и Ањелка су на силазној путањи, Бразилац Роналдињо такође, а учинак Ван Персија ће зависити од домета Холандије [...]

Владимир Петровић Пижон, бивши репрезентативац:

– Највише голова очекујем од шпанског тандема Виља-Торес, али тешко је рећи ко ће од њих бити ефикаснији. С најјачим везним редом у Европи иза леђа, имаће безброј прилика да погоде мрежу. Одмах иза њих, типујем на нашег Николу Жигића! Наша репрезентација игра одлично, а Жига редовно тресе мреже без обзира на снагу ривала. Он има одличну позадинску подршку у Декију Станковићу на средини, затим Красићу и Јовановићу по боковима. Ту негде видим Португалца Роналда и Енглеза Рунија, док ће ефекат Дрогбине игре зависити од тога докле ће стићи Обала Слоноваче.

Специфичности овога текста – рекосмо горе – произлазе из чињенице што у 'изјави' учествује више актера, а то му даје карактер округлог стола или сл. Но ако га посматрамо као прост низ изјава, онда смо у прилици да сваку анализирамо за себе и оценимо њен карактер. Видно је да изјава има врло једноставну композицију кратког написа, без тежње за појачајним средствима, за посебном лексиком и метафориком.

1.2. За други пример послужиће нам разговор у *Политици* са кошаркашким асовима уочи Нове 2010. (објављено у броју за 4. јануар 2010, стр. 17. – Потписали М. Стојаковић и А. Милетић).

Пешић: учио сам од Бодироге

Тренер најбоље кошаркашке репрезентације деценије у Европи истиче да је њен капитен најбољи тимски играч са којим је сарађивао

Специјални веб сајт gallineurope.com изабрао је нашу кошаркашку репрезентацију из 2001. и 2002. године за најбољи тим деценије. Овим поводом гости „Политике“ били су тренер и капитен те екипе Светислав Пешић и Дејан Бодирога...

Велики тренер и велики играч, то није увек и гаранција за успех, али њихов однос превазишао је спортске оквире.

- Срећан сам и поносан што смо постали много више од кошаркашких пријатеља. Сарадња са Дејаном оплеменила ме је и као тренера и као човека. Иако то не показујем увек, спреман сам да учим, прихватам и савет и критику од млађих, а наши разговори су увек ишли у том смеру. Оборно ме је одмах када сам постао селектор. Мој први пут је био у Атину, где се налазио највећи број кандидата за национални тим. Бодирога ме је чим сам га позвао и рекао да сам стигао, разоружао следећим речима. „Желим да играм и даље за репрезентацију и имам велики мотив. Гледај да обавиш разговоре са осталим играчима“. Одмах сам га поставио за капитена и знао да ће бити моја продужена рука на терену. Подржао ме је у сваком тренутку. Не могу да кажем ко је најбољи играч ког сам тренирао, ни ког највише волим, али Бодирога је сигурно најбољи тимски играч са којим сам сарађивао, непоновљиве кошаркашке интелигенције – нагласио је Пешић.

Само један заједнички посао нису завршили до краја. Пре времена Пешић је напустио Рим, таман када је Лотоматика била на путу да постане велики клуб.

- Није ме послушао, нешто му је засметало и реаговао је емотивно. А увек када је прихватио мој савет, није погрешно. Тако сам му рекао пред европско првенство у Турској да позове Сашу Обрадовића иако је тек залечио тешку повреду. А добро је познато како је мајстор одиграо – „боцнуо“ је учитеља Бодирога.

Пешић је део кривице за мање успешну римску епизоду свалио на Дејанова плећа. – Да ми је наредио да останем(,) сигурно бих се предомислио.

Обојица се слажу да је избор за тим деценије велико признање нашој кошарци. Бодирога сматра да је екипа из 2001. најбоља после оне из 1995.(.) која је у Атини освојила европску круну, а Пешић тријумф у Индијанополису можда најзначајнијим.

- У Турској смо доминирали у сваком погледу, играли сјајну кошарку. После дебакла на Играма у Сиднеју био нам је потребан један овакав резултат и до циља смо стигли у великом стилу. На светском првенству било је много теже, а сваки меч је имао свог јунака. Дивац је био наш громобран, Стојаковић константно добар, а шта тек рећи о оним Гуровићевим „тројкама“ против Американаца у четвртфиналу. У сваком погледу били смо тим и само на тај начин могли смо до самог врха – нагласио је Бодирога [...]

а) Текст није у целини пренесен, али је и ово довољно да укаже на карактер разговора на округлом столу. Сав комуникативни диктум сведен је на наслов, а он је по типу цитат: *Пешић: учио сам од Бодироге*. Поднасловни део – *Тренер најбоље кошаркашке репрезентације деценије у Европи истиче да је њен капитен најбољи тимски играч са којим је сарађивао* – представља модус, тј. перифрастично-квалификативну варијацију диктумски постављене информације.

б) За тему је, дакле, одабран ужи проблем: успех репрезентације, а учесници – *Светислав Пешић* и *Дејан Бодирога* – у тако оцртаном комуникативном полигону објашњавају узроке који су довели до спортског успона, називају главне актере и сучељавају мишљења о различитим проблемима с тим у вези. Тема је линеарно-прогресивно али и радијално вођена, у виду самерљивих наративних исечака оличених у Пешићевим и Бодирогиним репликама. Дискурзију овог округлог стола глобално контролише насловом дефинисана тема, али је кохезивном чине новинарова експозиција, које у текстури фингираног или квази дијалога фигурирају као микротеме и као интертекстови, те и монолошки парцелати, тј. изјаве Пешићеве и Бодирогине реплике. Прогресивно нарастање смисла у наративно-дијалошком смењивању говора, увек подразумева информативну резултанту и комуникативну поенту – она је изречена последњом репликом: – „У сваком погледу били смо тим и само на тај начин могли смо до самог врха“. Разложићемо део датог текста на саставне делове и покушати да их идентификујемо према горе задатој схеми структурних састојака.

ЕКСПОЗИЦИЈА 1: Велики тренер и велики играч, то није увек и гаранција за успех, али њихов однос превазишао је спортске оквире.

РЕПЛИКА А – Пешић: – Срећан сам и поносан што смо постали много више од кошаркашких пријатеља. Сарадња са Дејаном оплеменила ме је и као тренера и као човека... Не могу да кажем ко је најбољи играч ког сам тренирао, ни ког највише волим, али Бодирога је сигурно најбољи тимски играч са којим сам сарађивао, непоновљиве кошаркашке интелигенције.

ЕКСПОЗИЦИЈА 2: Само један заједнички посао нису завршили до краја. Пре времена Пешић је напустио Рим, таман када је Лотоматика била на путу да постане велики клуб.

РЕПЛИКА Б – Бодирога: – Није ме послушао, нешто му је засметало и реаговао је емотивно. А увек када је прихватио мој савет, није погрешно. Тако сам му рекао пред европско првенство у Турској да позове Сашу Обрадовића иако је тек залечио тешку повреду. А добро је познато како је мајстор одиграо.

ЕКСПОЗИЦИЈА 3: Обојица се слажу да је избор за тим деценије велико признање нашој кошарци. Бодирога сматра да је екипа из 2001. најбоља после оне из 1995.(.) која је у Атини освојила европску круну, а Пешић тријумф у Индијанополису можда најзначајнијим.

РЕПЛИКА В – Бодирога: – ...У сваком погледу били смо тим и само на тај начин могли смо до самог врха...

(а) Аутор најпре истиче чињеницу да су учесници били ‘гости Политике’:

Специјални веб сајт gallineurore.com изабрао је нашу кошаркашку репрезентацију из 2001. и 2002. године за најбољи тим деценије. Овим поводом гости „Политике“ били су тренер и капитен те екипе Светислав Пешић и Дејан Бодирога...

Ова чињеница даље и посредно упућује да новинар није само пасивно пратио и бележио разговор двојице спортиста, већ га је бар започео, а можда и каналисао у правцу чији је ток забележен. То би значило да пред нама није транскрипт класичног округлог стола са равноправним учесницима, већ да има и неке карактеристике интервјуа. Рећи ћемо да је то округли сто са модератором, чија улога није објављена.

(б) Даље, текст није заправо транскрипт, већ опис из пера по свој прилици присутног новинара. Има, према томе, и одлике класичног новинарског извештаја⁵⁸, али са ауторским и дијалошким пасажима.

⁵⁸ Исп. о овој новинској форми са лингвистичког и стилистичког становишта у: Јовановић 2010.

(б1) Ауторски део текста, сем почетног обавештења о састанку, исписан је у административном маниру, и текстолошки је разложив на следеће вербатолошке поступке и врсте:

(1) објашњење повода састанка:

Специјални веб сајт gallineurope.com изабрао је нашу кошаркашку репрезентацију из 2001. и 2002. године за најбољи тим деценије.

(2) најава:

Овим поводом гости „Политике“ били су тренер и капитен те екипе Светислав Пешић и Дејан Бодирога [...]

(3) интерполати комуникативно срачунати на ефицијенцијску подршку констатациае и објашњења:

(3а) разјашњење неких околности:

Само један заједнички посао нису завршили до краја. Пре времена Пешић је напустио Рим, таман када је Лотоматика била на путу да постане велики клуб.

Пешић је део кривице за мање успешну римску епизоду свалио на Дејанова плећа. – Да ми је наредио да останем(,) сигурно би се предомислио.

(3б) сажимање делова изјава двојице учесника које је новинар сматрао мање важним:

Обојица се слажу да је избор за тим деценије велико признање нашој кошарци. Бодирога сматра да је екипа из 2001. најбоља после оне из 1995.(,) која је у Атини освојила европску круну, а Пешић тријумф у Индијанополису можда најзначајнијим.

Сви ти језички детаљи припадају новинарском стилском комплексу, чак и са извесним излетима у колоквијални метафорички амбијент:

Пешић је део кривице [...] свалио на Дејанова плећа.

‘боцнуо’ је учитеља Бодирога.

(б2) Реплике двојице спортиста и у транскрипту су задржале живахни тон усменог дискурса, који се често граничи са колоквијалним стилским интарзијама. Нпр.:

Није ме послушао, нешто му је засметало и реаговао је емотивно. А увек када је прихватио мој савет, није погрешно. Тако сам му рекао пред европско првенство у Турској да позове Сашу Обрадовића иако је тек залечио тешку повреду. А добро је познато како је мајстор одиграо.

Да ми је наредио да останем(,) сигурно би(х) се предомислио.

б) Нема сумње, шароликост састава округлог стола увек повлачи и шароликост израза. Када се томе придружи и новинарско перо, онда се свему додаје још један језички и стилски састојак више. Мозаички изглед стилских⁵⁹ својстава свакако је природна последица тога.

3.2. Трећи пример округлог стола заокреће нас тематски од спорта ка култури – представља, то јест, сусрет са ствараоцима представе *Сањари* у Београду, 22. 9. 2009. (<http://www.bitef-blog.rs/?p=486>). Није га ни могуће ни потребно навести у ширем изводу, него ћемо се ограничити на делове за анализу.

а) Учесници су образовани културни посленици – глумци, редитељ, драматург, позоришни композитор, уметнички директор позоришта. У овом разговору постоји модератор – селекторка Битефа. Учесници и сами сматрају да се ради о округлом столу (Милош Лолић).

а1) На сајту не постоји податак о томе ко је транскрибовао снимак. У транскрипту постоје очите грешке у куцању, а интерпункција оставља места претпоставци да оном ко је транскрибовао снимак потенцијално познавање правила употребе зареза ниуколико није могло представљати фактор дистракције. Та врста недоследности је у овом случају корисна, јер верније преноси ритам говорења. Сем тога, групе знакова и друга средства, као дидаскалије у заградама, успевају да дочарају особености говореног језика. Наравно, немогуће је установити присуство или одсуство накнадних

⁵⁹ Стилска својства овде су препознавана и по угледу на: Катнић-Бакаршић 1999.

интервенција, али оне највероватније не могу ни бити од пресудног значаја за ово разматрање.

а2) Разговор је прилично сталожен, чак и када је говорник огорчен (уп. Стојановићев екскурс о стању српског позоришта). Упадања у реч скоро да нема – нпр. Горчин Стојановић прекида Сушу да би исправио њен навод његових малопре изговорених речи, и још једном, када она покушава да одбрани селекцију представа за Битеф од његове критике. И она сама ће доспевати у ситуацију да објашњава своја питања или да се ограђује од својих узгредних импликација. Говорници нису себични, него показују свест о функцији састанка и труде се да јој допринесу – нпр. Стојановић на почетку препушта реч ауторима. Осим Суше, разговор радо усмеравају и њени саговорници, нпр. Лолић пред крај разговора. Модераторка није новинар; вероватно је то разлог што допушта себи краће монологе и онда када јој је циљ да постави питање:

АЊА СУША: Чини ми се да си свесно одлучио да текст задржиш херметично изолованим на сцени, у једној форми која долази из епохе у којој је драма написана. Наравно, постоји интервенција са микрофонима која представља везу са савременим позориштем и савременим сензибилитетом у ширем смислу. Ипак, твоја одлука као да је била да задржиш представу далеко од дневне актуелности у коју би овај текст такође могао да се преведе. Та одлука је врло занимљива. Изабрао си захтевну форму, која од глумца тражи посебну врсту концентрације и дисциплине, која у овој представи савршено функционише. То није уобичајен поступак у нашем позоришту.

МИЛОШ ЛОЛИЋ: Ух [...] Овде има доста питања.

АЊА СУША: Заправо, ово није било питање, већ констатација. Питање је како је дошло до те одлуке да останеш у епохи у визуелном сегменту своје представе?

б) Стилске одлике овог транскрипта конституишу стилске одлике говора учесника. Два опречна вербализацијска поступка – колоквијализација и интелектуализација – доминантно су композиционо средство изградње фактуре овога округлог стола.

б1) Колоквијализација јесте онај стилски поступак који поред осталог доприноси експресивном таласању израза (исп. Јовановић 2010). Ипак, треба имати у виду да је то најнижи степен стилизације, те и да неке појаве овакве природе могу имати стилски негативно обележје. У својој фразеологији транскрипт носи одлике колоквијалног стила: *бости очи, видети лепшим очима, видети у јачим бојама*. Јављају се и нешто експресивнији обрти који се такође срећу у разговорном стилу: *ископати* (драмску нит) и *извући се* (из епохе) (усп. Тошовић 2002). Додуше, иако колоквијалног порекла, творбене идиосинкразије

имају за резултат паронимичне спрегове са стилским ефектом игре речи: *To је један спектаклук... крштеница речи од: спектакл и простаклук*. Коначно, дају се категоризовати језичко-социјалне варијације забележене у датом примеру:

(а) неформалан тон комуникације: ословљавање по имену, обраћање „на ти“:

Чини ми се да си свесно одлучио...

Ипак, твоја одлука као да је била да задржиш представу далеко од дневне актуелности
[...]

(в) употреба жаргона и урбаног идиома:

капирати / супер – као атрибут или предикатив

(г) употреба тзв. професионалног жаргона:

коска / „ускочка принцеа“ / кобасица

Узвици су још један елемент колоквијалне експресије у транскрипту. Док се Стојановић и Суша чувају да не испусте узвик, свако из својих разлога, код других учесника се среће *ух, ууух, аха, хеј, хм*. Међутим, од наведених пет узвика, сви осим првог су употребљени када говорници покушавају да дочарају одређене доживљаје. Формално је то дијалошки говор.

б2) Благих функционалних прелазних са колоквијализације на интелектуализацију – а са стилским нагињањем ка првоме – представља утицај енглеског језика на лексичком (I) и синтаксичком плану (II):

(I) Требало би да се обратимо људима који не мисле као ми, за које ми мислимо да погрешно мисле, или да не мисле at all[...]

(II) Свака част Сени, која нам је помогла да останемо на репертоару и која је урадила феноменалан посао за само пет дана.

Нешто очитивији случај интелектуализације представља употреба професионалне и стручне лексике и фразеологије (I), као и активирање хипотаксе – доминантна употреба, то јест, изричних и експликативних (атрибутских) реченица (II):

(I) херметичност / форма / епоха / драма / позориште / савремени сензибилитет / представа / текст / позориште / констатација / епоха / визуелни сегмент /

конверзациона драма / постдрамски децентан / благоутробије / Потемкинова села / ирелевантност

- (II) у једној форми која долази из епохе у којој је драма написана...
[...] постоји интервенција са микрофонима која представља везу са савременим позориштем [...]
[...] твоја одлука као да је била да задржиш представу далеко од дневне актуелности [...]
Изабрао си захтевну форму, која од глумаца тражи посебну врсту концентрације и дисциплине, која у овој представи савршено функционише.
Питање је како је дошло до те одлуке да останеш у епохи у визуелном сегменту своје представе?

Бипредикативне и полипредикативне исказне структуре добро су наративно и интонационо вођене. Свакако, у свим случајевима логичка структура остаје чврста, и то им омогућава, садржински гледано – теоријску профилаксу. У том смислу могу се издвојити нпр. театролошка и друга слична разматрања:

Али, овај Битеф у овом тренутку, много је режимскија ствар него што је Битеф икада био. То је један спектаклук [...] крштеница речи од: спектакл и простаклук [...]
Чини ми се да она ипак постоји и да она помаже публици да представу истрпи до краја, ако могу да искористим ту реч: „истрпи“.

Уопште узев, у овом транскрипту скоро нема шаблонизованих делова. Учесници, напротив, показују велику слободу и креативност у изражавању. То допуштају основне регуле ове дијалошке форме.

3.2.5.3. Закључне напомене

1. Из наших аналитичких разматрања може се закључити о жанровским особеностима округлог стола. Округли сто, заједно са интервјуом, конференцијом за штампу, анкетом и изјавом, чине засебне вербатолошке ресурсе у медиологији. Овај се облик новинског израза ипак знатно разликује од осталих сродних. Пре свега, конференција за штампу је далеко сложенија појава, у којој су ангажовани различити фактори – новинар или новинарска екипа са сопственим уводним речима, и наравно обрадом целокупне грађе, као и преносом њеним – у потпуности или делимично – реципијентима. Ту су затим водитељ или водитељи конференције са својим приступним речима – експозицијом. И ту су учесници разговора са сопственим репликама. Све ово чини и сам текст стилски врло сложеним, јер сваки од учесника има право и

потребу да у вези са тематиком округлог стола и циљевима које треба постићи излагањем. Ипак, лепеза стилских облика креће се између административно-пословног стила експозиције, до евентуално научних разматрања, на једној страни, и свакодневних комуникативних форми, на другој.

2. Близак интервјуу или конференцији за штампу – округли сто своју комуникативно-културолошку сврху не налази у саопштавању нових чињеница, већ у тумачењу мање-више познатих. Прагматички гледано, округли сто је – као медиолошка платформа дијалогске комуникације – управо одређен комуникативном вештином новинара, а онда и сарадљивошћу актера говорног догађаја. Сходно томе, ток и успех дискусије понајвише зависе од новинара као оквирног координатора реплика и контролора тематског поља размене реплика.

3. Од калибрирања питања, то јест – од њиховог квалитета и комуникативног капацитета, у великој мери зависи на који начин и са којом сврхом ће учесници округлог стола бити подстакнути на разговор, или дуел. А од тога свеукупно узев зависи комуникативни ефекат ове новинске форме. Не сме се, на пример, дозволити да било које питање, изненада покренуто, остане без одговора, штавише – неопходно је понекад изборити се за одговор. А да би ту и такву улогу могао да оствари, новинар мора бити приправан – како примећује Собел (1981) – мора, то јест, познавати материју и, још више, познавати професионалне, комуникативне и друге квалитете и могућности учесника у дискусији. Тек ако су ови комуниколошки, социолошки и медиолошки услови задовољени – новинар ће бити у прилици да од изјава својих саговорника изгради информативно садржајну дијалогску форму.

3.2.6. АНКЕТА

1. Према Вл. Јислу (1971: 31–32), „анкета, у ствари, није ништа друго до збир паралелних интервјуа с више лица, у једном великом, опсежном интервјуу, иако се разговори воде самостално и одвојено“.

1.1. Р. Животић је мишљења да анкета има статус самосталног жанра. „Анкета као новинарски жанр – пише он (1993: 81) – препознатљива је по својим структурно-композицијским особинама карактеристичним за одређени медиј. Зато се говори о новинској, радио и телевизијској анкети, јер сваки медиј овом облику изражавања утискује свој печат. Оно што је, пак, заједничко за

анкету као новинарски жанр јесте постављање једног актуелног питања већем броју учесника (одабраних случајно, намерно, процентуално [...]) ради добијања општег (јавног) мишљења о конкретној теми“.

а) Анкета је, у основи, „скуп изјава (мишљења, ставова, гледања) више људи само о једном актуелном питању из било које области друштвеног живота. Карактеристика анкете, као облика новинарског изражавања, састоји се, дакле, у следећем: а) у изјавама више људи различитих категорија и б) у искључиво једној теми – обично мањој, мање значајној али актуелној, оној која се налази у центру пажње целокупне јавности или одређене групе људи – која чини садржину питања и, наравно, одговора“ (Мацановић 1967: 100–101).

б) Анкета може да се организује о сваком питању које у одређеном тренутку заокупља пажњу. Из тих разлога анкета може да буде занимљива и корисна, али се треба чувати уопштавања њених ставова, јер се, углавном, прави на брзину, у ходу, на улици или на железничкој станици, па су и одговори, по правилу, импровизовани, обично површни, често нетачни, а могу да буду тенденциозни. Чак и оне друге анкете, у којима се одговори траже писменим путем, нису потпуно лишене ових истих, негативних својстава.

1.2. Постоје, према томе, стручне, научне, административне итд. анкете у којима се тражи индивидуални став испитаника о појединачном питању, на основу којег се формира опште мишљење или општи опис датог тематског садржаја (о потреби изградње пута, о сврсисходности неког потеза или решења државних инстанци или сл.). апостоје и анкете које организују установе и разне инстанце тражећи мишљење о сопственом раду, или пак вршећи одбир погодних личности за обављање датих послова (анкетни конкурс), или ради груписања чланова датог колектива око неког посла, неког схватања, неког интерног питања (распоред годишњих одмора или сл). То су заправо анкете административног типа и намене, какав је нпр. следећи анкетни лист, по којем се ученици разврставају у раду на факултативним или изборним часовима:

АНКЕТНИ ЛИСТ
(намењен родитељима/старатељима ученика)
ЗА УКЉУЧИВАЊЕ УЧЕНИКА ДРУГОГ РАЗРЕДА У ИЗБОРНУ НАСТАВУ
У ШКОЛСКОЈ 2018/2019. ГОДИНИ

У складу са прописима којима се уређују наставни планови у основној школи, ученик на основу писменог изјашњавања родитеља, а у складу са ресурсима којима школа располаже и одлуком школе, поред обавезног изборног предмета, одлучује се и за један од понуђених предмета:

Име и презиме ученика и одељење

.....

Име и презиме родитеља/старатеља

.....

ОПРЕДЕЉУЈЕМ СЕ ЗА ИЗУЧАВАЊЕ ЈЕДНОГ ОД ПОНУЂЕНИХ ИЗБОРНИХ НАСТАВНИХ ПРЕДМЕТА (први циклус)

Заокружити изборну активност:

1. Народна традиција
2. Чуvari природе
3. Шах

Место и датум

Потпис родитеља/старатеља

Јасно је: сврха оваквих анкета јесте у прикупљању података за нумеричку или какву сличну обраду чији ће циљ бити утврдити већинско мишљење о датој теми, или извршити прерасподелу чланова колектива по интересовању, пословима које ће обављати или сл. Озбиљне научне анкете социолошког, социо-психолошког профила итд. плански у свој делокруг рада укључују резултате испитивања популације. Социометријска и психометријска грађа 'са терена' одлази у институте и под статистичке лупе, на основу чијих резултата стручњаци изводе различите закључке о кретању становништва, стању испитиваних појава код њега (писменост, начин живота, расположење, психичко стање итд.). По подацима из упитника доноси се закључци о чињеницама као таквим, али често ти подаци служе и као база за предвиђања – имају прогностичку вредност. И језичари често посежу за методом упитника и 'анкета'. Један од таквих је и 'Дијалектолошки упитник' који се употребљава за израду *Словенског дијалектолошког атласа*, и др.

2. У новинарству, овај облик рада „обогатио је и штампу, и радио, и телевизију својом разноврсношћу, непосредношћу, и изнад свега, омогућио је да такозвани обични људи изађу 'на видело', да се чује и њихово мишљење, да критикују, осуђују, стављају примедбе на све оно што не ваља у друштву“ (Славковић 1973: 231–232). Постоје анкете најразличитијих врста и намена. Сви се сећамо прилично агресивних прогонилаца на улици који траже наше мишљење о овоме или ономе у што заправо нисмо упућени, који нас врбују за

куповину робе или за упис у разне политичке, верске и друге организације – све под видом ‘имате ли минут времена’.

2.1. Новинске анкете по правилу не прилазе тематици са истом озбиљношћу и акрибијом као научне. Више имају забаван него стварно сазнајни и прогностички карактер. Узећемо неке упитнике који су нам тренутно на располагању, а који попут многих других сличних служе за ‘самотестирање’, тј. ‘самоиндикацију’ карактерних црта испитаника (*Политикин* ‘Магазин’ 640, 3. јануар 2010., стр. 15).

а) Предмет првога је тема која већ дуже време занима популацију и сврстава људе у ‘присталице’ и ‘непријатеље напретка’ према ‘глобалној цивилизацији’. То је проблем обухваћен термином *феминизам* (bs.medicine-guidebook.com/gendernaya-psihologiya789prilojenie-42109.html):

Упитник *Tvoj stav prema feminizmu*

Ponuden vam je niz izjava. Ako se slažete sa izjavom, stavite znak „+“ pored broja odgovarajuće izjave, ako se ne slažete – „-“.

1. Žena mora da uradi većinu u kući.
2. Žena treba da ostane kod kuće sve dok deca ne odrastu.
3. Čovek mora u potpunosti da obezbedi svoju ženu i decu.
4. Žena ne bi trebalo da bude prva koja pokazuje svoj interes za čoveka.
5. Ako i suprug i supruga rade i njihovo dete je bolesno, to je žena koja bi trebala da izađe sa posla.
6. Ljubav i briga oca je manje važna za dete nego majke.
7. Muškarci su pametniji od žena.
8. Žene i muškarci treba da primaju jednaku platu za isti posao.
9. Muškarci su obavezni da učestvuju u kućnim poslovima i kupovini proizvoda.
10. Čovek uvek treba da bude inicijator seksualnih odnosa.
11. Žena ne može biti dobar hirurg, advokat ili političar.
12. Čovek može voditi domaćinstvo kao žena.
13. Žene su bolje nego što muškarci sarađuju s decom.
14. Čovek se stidi da zarađuje manje od žene.
15. Čovek treba samostalno donositi sve odluke, bez obzira na mišljenje žene.

Испис је непотпун јер недостају не само одговори испитаника, већ и закључни анекс са тумачењем психичких и карактеролошких црта испитиване особе. Тако смо у прилици да размотримо само део анкете пред нама. Питања су заправо обојена пословним стилским нијансама јер се постављају пред испитаником као мање или више званични захтеви, уз подразумевање искреног одговора. Претпостављени одговори углавном су на релацији ‘да–не’, дакле у крајње редукованим језичким формама, те не чине интересантан предмет анализе. Тумачење пак одговора требало би претпоставити да је дато у научном

или псеудонаучном маниру. Према томе, поново је пред нама некакав мозаик језичких форми разноврсног лингвистичког и стилског карактера.

б) Други пример (<http://mondo.rs/a264104/Magazin/Zdravlje/ANKETA-Da-li-se-zdravo-hranite.html>) поставља питање исхране савременог човека, о чему се, као и о феминизму, данас много дискутује у малограђанским круговима, па и не само у њима – а новине и часописи разноврсним и често противречним написима рекламним понудама 'богате трпезе' пропагирају или подгревају фаму о исхрани, о дијети, о одржавању телесне тежине итд:

ANKETA: Da li se zdravo hranite?

Na Svetski dan hrane, stručnjaci poručuju da je pravilna ishrana od ključnog značaja za naše zdravlje. Da li se vi zdravo hranite?

16.10.2012. | 00:019

[A-](#) [A](#) [A+](#)

Savremeni tempo života loše utiče na naše navike u ishrani. Istraživanja pokazuju da se građani Srbije hrane neredovno, ne konzumiraju dovoljno voća i povrća i često greše prilikom izbora i pripreme namirnica.

Kao posledica loših navika u ishrani, i u našoj zemlji primetan je rast broja prekomerno uhranjenih i gojaznih osoba. Stručnjaci poručuju da se osnovni princip pravilne ishrane može sažeti u tri reči: umereno – raznovrsno – dovoljno.

Obroci treba da budu raznoliki. Konzumirajte voće, povrće i žitarice, jer ćete tako unositi dovoljnu količinu minerala i vitamina. Birajte hranu koja sadrži zdrave masti, kao što su maslinovo ulje, koštunjavo voće i plava riba. Nemojte iz ishrane izbaciti mleko i mlečne proizvode jer su oni važan izvor kalcijuma, ali birajte one sa niskim sadržajem masti.

Više o „zdravlju na tanjiru“ možete pronaći [OVDE](#).

Da li se zdravo hranite?

Da, koliko mi mogućnosti dozvoljavaju	52%	411
Ne, jedem ono što volim bez obzira na to da li je zdravo ili ne	19%	147
Ne, nisam u situaciji mnogo da biram	18%	142
Da, uvek vodim računa o tome šta jedem	11%	88

2.2. Анкета се може сврстати у ред (псеудо)научних текстова, а претходи јој кратак текст о стању ствари код нас. Дат је и сумаран обрачун одговора на основу којег се може утврдити стање у нашој земљи што се тиче воље и могућности људи да се баве здравом исхраном. Прво и треће питање, кад се саберу (70%), сасвим добро одсликавају право стање ствари: огромна већина нема могућности ни да мисли о исхрани, и једе заправо оно до чега за свој ограничен буџет може доћи. Само боље плаћени, и уз то можда боље обавештени грађани могу себи приуштити да размишљају о томе шта имају, а шта треба да имају на тањиру.

Кратак списак питања говори заправо о ограниченој озбиљности с којом се пришло њиховом постављању. Намењен је само онима који полазе од личних афинитета, а не и онима који нешто знају о храни и својствима намирница.

Стил којим је писан уводни текст не прелази границе административног стила, и чисто обавесног жанровског састава. Покушаји матризације питања и одговора додају свему математички призвук, и покушавају подићи ниво текста на прави научни ниво комуникације.

3.3. ПРЕЛАЗНЕ НОВИНАРСКО-КЊИЖЕВНЕ ВРСТЕ

3.3.1. ОПШТА ЗАПАЖАЊА

1. Данас се новинарство не ослања само на писмени израз већ користи и друге кодове (визуелне, звучне и др.), а модерна књижевност је, такође, увелико иновирала традиционалну матрицу коришћењем нових изражајних средстава и поступака. То стручњаке поставља пред многе проблеме у трији и пракси проучавања и једне и друге жанровске сфере.

2. Упоредно изучавање два блиска, а истовремено и сасвим самосвојна и различита дискурса као што су књижевни и новинарски, и анализа текстова са тога теоријског становишта, доводи до интересантних резултата. Иако је на својим почецима преузимало одређене моделе књижевноуметничког говора, у свом даљем развоју новинарство се стално удаљавало од књижевности. Књижевност, са своје стране, и овде је показала способност апсорбовања свих облика језичке комуникације и њиховог активирања у поетском сликању света.

3.3.2. КРАТКА НОВИНСКА ПРИЧА

3.3.2.1. Опште теоријско-методолошке напомене

3.3.2.1.1. О културолошком концепту у медиологији кратке приче

1. Да бисмо могли адекватно прићи ма ком жанровском облику у медиолошком регистру – важно је скренути пажњу на методолошку стратегију у истраживању и терминолошку апаратуру у описивању. Наша метода је како у

целини дисертације, тако и овде поглавито дескриптивно-аналитичка, разуме се, са синтетичким пасажима. Овде нам је сада предмет истраживања једна особена новинска форма, мешовите функционално-стилске врсте, тј. кратка прича, – па ће нужно наш семиолошки арсенал чинити културологија и медиологија (исп.: Јовановић, И. 2017а: 113–149). Као посредника међу њима – постављамо науку о општим принципима вербализације човекове стварности, тј. вербатологију. Овакво теоријско-методолошко сондирање наше грађе можемо објаснити и чињеницом да „свака медиографија” – Дебре 2000: 203–204 – “представља дијагонални пресек равни и окружења, пустоловину која се не може унапред програмирати“.

1.1. Уосталом, на пољу ’науке о човеку и друштву’, неке данас добро омеђене и у својим оквирима угледне дисциплине гнушају се покушаја стварања сопствене медиолошке историје. Ево зашто.

а) „То би их подсетило” – каже на једном месту Дебре (2000: 208, 210-211) – „да су настале у нечистоћи (*inter faeces et urinam nascimur*). Не смемо заборавити да и оне представљају нешто посредно, резултат низа ауторитативних чинова разграничавања (и саморазграничавања)“:

Сви ми се бавимо медиологијом, као што се и господин Журден бави ’прозом’, рекли би многи истраживачи у науци о друштву. Добри историчари XIX века бавили су се неком безименом социологијом – зашто би постојала *једна* социологија? Добри социолози се и по свом делу и грађи баве медиологијом – зашто онда да постоји *једна* медиологија? Сви граматичари се баве критичком анализом текста, зашто да постоји *једна* филологија? Сви филолози се мање-више баве упоредним истраживањем језика – чему *једна* лингвистика (језик за себе и по себи)? Чему издвајање једне равни у стварности (трансмисија за себе и по себи) и покушај њене формализације? Тежња за спајањем различитих микроанализа и емпиријских истраживања и њиховим објашњавањем у оквиру посебне области, која би поседовала унутрашње јединство, припада објективној динамици знања.

б) Једноставно, премошћавање два реда стварности или два низа истраживања подразумева да се у средиште симболичког света постави пропратни апарат. Ми ту видимо медиологију, а њен задатак не препознајемо само у томе да каже шта се понегде збива и зашто, већ и да језиком научне аргументације објасни природу дешавања и предвиди последице – најшире гледано друштвене, а уже – културолошке.

1.2. Када је реч о културолошком аспекту, ваља имати у виду да постоје три опште категорије у дефиницији културе.

а) Прво 'идеална', по којој је култура стање или процес људског усавршавања у смислу одређених апсолутних или универзалних вредности (Вилијамс 2012: 125).

Ако се прихвати таква дефиниција, анализа културе се успоставља као откривање и описивање, у животима и делима, оних вредности за које се може сматрати да чине један ванвремени поредак, или да су од трајне важности за универзалну људску судбину.

б) Друга је 'документарна', по којој је култура скуп дела ума и маште у којем су, на исцрпан начин, људска мисао и искуство различито забележени (Вилијамс 2012: 125).

Анализа културе је, на основу ове дефиниције, критичка активност којом се природа мишљења и искуства, детаљи језика, форма и конвенција у којима се јављају, описују и вреднују. Таква критика може да иде од процеса врло сличног 'идеалној' анализи, откривања најбољег што је смишљено и написано на свету, преко процеса који, мада заинтересован за традицију, основни нагласак ставља на конкретно дело које се истражује (чије су разјашњавање и вредновање основни циљ), до неке врсте историјске критике која, после анализе конкретних дела, настоји да их повеже с одређеним традицијама и друштвима у којима су настала.

в) И коначно, трећа дефиниција културе је 'социјална', и по њој је култура опис одређеног начина живота који изражава нека значења и вредности, не само у уметности и образовању, него и у институцијама и свакодневном понашању (Вилијамс, цит. м.).

Анализа културе је, на основу такве дефиниције, разјашњавање значења и вредности, имплицитних и експлицитних, у одређеном начину живота, у одређеној култури.

2. Оно што је за наш медиолошки приступ култури значајно – јесте чињеница да су студије културе публику успоставиле као најзначајнији фактор у ланцу комуникације, посебно развијајући тзв. анализу рецепције (Ђорђевић 2012: 29):

Насупрот идеолошкој критици, која издваја манипулативне моћи медија и тези о пасивној публици, стављен је акценат на полисемичност порука и сложеност двосмерног процеса. Свака порука, било да је наметљива или вешто пласирана, може да буде протумачена и перципирана на безброј начина. Упркос неоспорној чињеници да медији учествују у конструкцији пожељне слике света према интересима различитих центара моћи, људи у сваком друштву имају слободу и способност да их прерађују, дописују, отписују, одбацују.

Студије рецепције баве се начинима интерпретације медијских текстова у одређеном политичком, идеолошком и културном контексту што

претпоставља да се у њему пресецају доминантни дискурси са модалитетима интерпретације који укључују морално расуђивање, идеолошко-политичке реакције, осећање одбијања или допадања, уживање итд. (Ђорђевић 2012: 29-0).

Рецепција подразумева врсту 'интимног сусрета' са медијским текстовима. Ти сусрети се, међутим, догађају под одређеним условима које диктирају културне, политичке и идеолошке предиспозиције укључене у процес артикулације значења. Оно што културолошком приступу даје специфичност у односу на остале типове студија рецепције јесте њихово инсистирање на значају *активне публике* и коришћењу *етнографског* метода којим је требало узети у обзир многе особене ситуације у којима се догађа сусрет са медијским текстовима.

3. Наш методолошки приступ краткој причи као медиолошкој форми – захтева, међутим, нужно и укључење естетског критерија. Ово због тога што су кратке приче белетризоване форме, са мањим или већим стилским упливима новинарског изражавања, или са читавим публицистичким текстовним интерполатима. О овој се форми из тога разлога може говорити и као о публицистичкој, али и као о уметничкој врсти.

а) Уметничко дело вреднује се по својој оригиналности, посредством два критерија: јединствености и аутентичности. Важно је да његов сопствени квалитет не буде квантитет, банални, индустријски, серијски производ. То одређује њену тржишну вредност. Значи да је квантитет последњи критеријум за квалитет, и да вредност израде у уметности не зависи од вредности уметничког дела.

б) Уметник у медијским околностима, или у друштвеним околностима медијског амбијента – често негира себе као уметника, а као врхунац бешчашћа, тврди да то што чини није подражавање и приближавање неком делу, отворено плагијаторство, 'адаптација' (Дебре 2000: 85).

Уметничко дело хоће да сиђе на улицу, да урони у поток – укратко речено, да избегне подругливост естетике и 'загушљивост културе' [...] У сталном кретању између обесвећења (тривијалности) и посвећења (витрине), ширења (живот) и скупљања (збирка), радикалности и промоције, последњу реч има медијум, који од антикултуре чини културу и од бљувотине свету водицу.

4. Укус и стил данас у уметности уопште, и у уметности речи посебно – у великој су мери диктирани ванестетским или неестетским параметрима. У томе валуативном процесу значајно место заузимају медији. Они су данас извор знања, извор укуса и мере, 'најстварнија' стварност. Ништа се није догодило ако медији то нису забележили. Они су данас неретко једина лектира великом броју читалаца (Ливис 2012: 48).

Читалац, Ворсвортов вршњак, кретао се у ограниченом скупу знакова: разноврсност није преовладавала. Тако је у ходу могао да стекне моћ разликовања. Савременик је, пак, истовремено изложен толиком скупу знакова, толико збуњујућих по својој разноврсности и броју да, осим ако је посебно надарен или повлашћен, једва може да их разликује. Ту лежи невоља културе уопште. Међаши су померени, умножени и нагомилани један преко другог, разлике и линије поделе су замагљене, границе су нестале, а уметности и књижевности различитих земаља и периода су се слиле па, ако се вратимо метафори 'језика' за културу, могли бисмо да прилагодимо оно што је Т. С. Елиот рекао за интелектуалну ситуацију: 'Кад има толико тога да се зна, кад је толико области знања у којима се исте речи користе у различитим значењима, кад свако зна понешто о многим стварима, сваком је све теже да зна да ли зна о чему говори или не'".

Смисао за добар стил стиче се једино континуираним и озбиљним размишљањем, те сталним додиром са најбољим узорима композиције. Данас нема довољно могућности за дуготрајни сусрет са таквим узорима, па је просечно култивисана особа пре једног века била неупоредиво компетентнији читалац од данашњег. Не само што се савременик расипа на много више читања сваке врсте, него је и стицање моћи разликовања много тежи задатак.

3.3.2.1.2. Жанровско одређење кратке приче

1. Кратка прича је „сасвим одређен жанр, којег [= који] осим краткоће карактеришу још неке компоненте, а прије свега добро организована радња, усмјерена ка одређеном циљу, који је готово неумитан. Могући су обрти који, непредвиђени у условима свакодневног живота, дјелују неочекивано и снажно, те тако у минималном простору остављају максималан утисак. Идеална структура к. п. одликује се јединством радње, тона, расположења и утисака, а дуга је управо толико да се може прочитати у једном даху. Њен језик је по правилу једноставан и сугестиван, без маниризма, кићености и високе стилске орнаментике“ (РКТ 1992: s. v.). Кратка прича, по истом извору, донекле подсећа на новелу, али и на фељтон, али се од њих одликује „новим начином приказивања човјека у његовој конфронтацији са стресовима савремене техничке епохе“. Проучаваоци новинске прозе по правилу не помињу кратку причу међу 'новинским жанровима', или 'облицима новинарског изражавања', али увидом у текстове лако се издваја кратка прича од цртице. То ћемо показати у даљем тексту анализом три примера. По овоме, а свакако и жанристички и вербатолошки, кратка прича је врста уметничке прозе која у сажетом виду, добрим одабиром теме, композицијом и драматургијом, продубљеном

имагинацијом уз појачану идеализацију тематике и стилску креацију форме – треба да достигне највиши ниво ефицијентности израза. Кратка прича тематски се и вербатолошки додирује са једном новинском формом, тј. са цртицом. Њихов је, међутим, комуниколошки и стилски карактер – посве различит. У наредним редовима укратко намеравамо повести расправу о жанристичком сроднику кратке приче, те и о њиховим културно и комуникацијски дивергентним ефектима.

2. Према томе, ако је проза по садржају раздељива у две одвојене области, а критеријум за ту раздеобу је ‘фикционалност’ као основна особеност књижевно-уметничког израза, а ‘стварност’ текста који по строгом критерију не би могао спадати тамо, онда новинарска прича долази бар делом у ред књижевно-уметничких текстова са фикционалним садржејем, док цртица у ствари спада у категорију ‘стварносне’ прозе (попут биографије, хронике и сл.), тј. нешто литерарније конципираног описа стварних нарави и догађаја из живота.

3.3.2.2. Анализа грађе

1. За анализу кратке приче и цртице одабрали смо три текста: *Мој живот у иностранству*, пронађен у електронском облику, на интернет страни Илустроване Политике, други текст – *Прича о скијашком итату*, у Политикином забавнику, у рубрици ‘Живот пише драме’; а трећи текст *Омер о Омфали* преузет је из Политикиног забавника.

а) Композиција првог и другог текста – са структурно-текстолошког гледишта – веома је једноставна. Текст *Мој живот у иностранству* није тако кохерентан, разуђен је и испресецан размишљањем девојке-посетиоца и реминисценцијама о животу старог Пјера, коме је дошла у посету. У тексту се смењују дијалог и наратија. Композиција *Приче о скијашком итату* је кохерентнија, јер осим једне споредне епизоде у којој имамо статичан мотив сусрета са другим алпинистима, текст представља опис догађаја и околности у којима су се нашла четворица алпиниста, испричан из перспективе очевица, али и поред тога ипак је разуђена детаљним описивањем и једном споредном епизодом. Први текст можемо поделити на три целине, према начину на који се остварују: дијалог – наратија – дијалог. Други текст пролази кроз све етапе

драмске радње и можемо га поделити на шест делова: увод, заплет, кулиминација, перипетија, расплет и епилог. У тексту је доминантна наратија. Нема дијалога, а на три места се у форми управног говора преносе речи изговорене у некој карактеристичној ситуацији. Што се саме организације догађаја тиче, у питању је проста линеарна сукцесија, јер у тексту имамо приповедање о догађајима и ситуацијама у којима се алпинисти налазе од тренутка одласка од куће и поласка у експедицију па до поновног повратка кући, и приповедања о проживљеном у кругу породице. Приповедање је такво да га можемо сматрати експланаторним, са поступцима експликације и детаљизације описа.

2. Текст *Мој живот у иностранству* схватићемо као кратку причу са свим оним особеностима које смо горе поменули, дакле текст са јасним литерарним амбицијама:

Смежурани старац покушава да кроз дебело стакло наочара види ко сам. На њему одело, демоде, са понеком флеком... Ипак се види да је некада давно то био скуп комад одеће, квалитетан твид, још бољи крој... Поново му се обраћам:

– Чика Пјер, јел’ знате ко Вам је дошао у посету?

– Приђи ближе да те видим, много си далеко...

Једино да му се унесем директно у лице... Мислим да ме не би ни тада препознао. Одуштајем и кажем му своје име и чија сам...

– Ааа, откуд ти да се мене сетиш?

– Па ето, чула сам да сте овде у стационару, па сам дошла да видим како Вам је.

– А, хвала богу добро, али није баш као код куће... Боље је код куће, али ето, не могу више сам, не видим, не могу у пазар, ни да кувам, перем, притисле године...

– Ви јако добро изгледате за своје године... 87 није мала ствар... Мој тата је отишао много млађи, у 68-ој...

– Чуо сам, каже чика Пјер, мршти се и мења тему... Не воли да прича о смрти и о умрлима...

– Пита ме – а како је сад доле? Како се живи? Има ли свега?

– Има, чика Пјер, има, само ако имате пара... Кад имате пара, има свега...

– Знаш ја то, то је тако увек било... свуда...

– Овде Вас лепо пазе, зар не?

– Е, лепо... лепо би било да сам млађи, код своје куће, али сад је тако како је, боље нема... Ја бих највише волео да се вратим да умрем тамо доле...

– Како ћете сад доле, после толико година, пола века? Не бисте се Ви доле могли снаћи... ко би Вас доле овако гледао?... Сестра Вам је тек неку годину млађа од Вас...

– А добро је она, боље него ја... Умро јој је муж, али она још путује... Зимус се вратила из Америке, била је тамо код кћерке...

Опет се мршти и мења тему... А је ли, богати, како је сад доле? Каква је нова власт?

Одакле почети причу, шта је ново за некога ко је отишао пре 50 година из Београда у потрази за бољом зарадом, али и за проводом... Тек што се оженио, решио је да иде у иностранство и своју младу повео са собом, у град светлости.

Посао је релативно лако нашао, јер је још тада добро говорио француски. У граду светске моде, владала је права јагма за сваким ко је у то време знао да удене монах у иглу... Аванзовао је од обичног шнајдера до шефа радионице за поправке (тзв. *retouche*), у једној славној и скупој париској модној кући. Добро је зарађивао, имао и велики бакшиш од неких славних муштерија, али доста је и трошио. Нарочито после

изненадне смрти жене, која није имала ни 40 година кад је доживела срчани удар, док је Пјер био на послу... Сахранио ју је на славном гробљу «PèreLachese» и никада се више није женио.

Живео је повучено и достојанствено, хранио се по добрим париским ресторанима, лепо се носио... Сви су на њега гледали као на једног правог француског господина, са лепим манирима, који добро познаје Француску и Французе...

А није да чика Пјер није био добра прилика, био је. Увек беспрекорно одевен, са пуно француског стила... Онијег раста и проћелав, увек свеже избријан и пријатно напарфимисан, са Liberation-ом у руци... Мене је Пјер из млађих дана ликом и стасом много подсећао на француског министра Alana Juppé-а... Српске речи је изговарао са напућеним уснама, шушкајући милозвучно као прави Француз... Ту и тамо би убацивао и по неку француску фразу, јер је брже мислио на француском... Није имао велико друштво, али би увек притекао у помоћ новопридошлим имигрантима, јурио за њих по разним министарствима, писао у њихово име писма и борио се дипломатски и учтиво са француском бирократијом.

Веровало је да са «patron-ом» тј. газдом нема шале... Газда је газда и увек у праву... хвалио је француски систем, јер обични радници могу да се преко синдиката изборе за своја права... Де Гол му је био идол, а касније Митеран... Десничаре није много мирисао, јер кад год су они на власти, радницима није боље, већ горе, мање плате, дуже радно време итд...

Никада ми није било јасно зашто један такав господин помаже неким полуписменим типовима, који долазе из унутрашњости да зараде «велике» паре у Паризу, тим пре што је често због таквих имао и великих проблема... Неки су се опијали, други остављали венчане жене, налазили љубавнице, па је перје летело на све стране. Дешавало се и да Пјер мора до скочи до prefecture да да изјаву у име неког «швалера»... Било је и оних који су и последњи франак знали да потроше на коњским тркама, па кад им јаве да им је неко доле у Србији умро, да треба да дођу на сахрану, онда би опет Пјер ступао на сцену, облачио «коцкара» на брзака, да остави леп утисак доле код фамилије, да мисле како се добро живи у Паризу и да не виде да од оног њиховог и нема баш неке вајде...

Пјер је често добијао и задатак да Париз покаже онима који су долазили код родбине у посету... Тако сам га и ја упознала још почетком 80-их кад сам се први пут нашла у Паризу код рођака. Пјер је некако увек могао да добије слободан дан, а имао је пуно годишњег одмора, никада до краја искоришћеног... Свега неколико пута је отишао назад у Београд, да обиђе родитеље, а после њихове смрти испоставило се да за Пјера више нема места у очевој кући... Сестра, зет, стигла и деца, а простора за целу фамилију никад доста... Пјер је престао да одлази, да не буде на сметњи...

– Знаш, отац је мени оставио део куће, али ето...

Гледам га и мислим штета, добар је то човек, а није имао баш неку велику срећу у животу... И станчић који је купио негде код париске Олимпије, у време кад је добро зарађивао, изгорео је у некаквом пожару... дуго се тужио са општином ради одштете и на крају кад је отишао у пензију, прихватио је да живи у општинском стану на периферији Париза. Сваке недеље имао је обичај да одлази у Париз метроом на недељни ручак са мојом рођаком, која никада није заборавила да јој се Пјер нашао први при руци кад је стигла са једним кофером на «Gare de Lyon»... Увек су се налазили у истом ресторану у 11-ом арондисману ... Знао је тачно колико је тај ресторан променио власника, који је био добар, који ништа није ваљао...

– Е, није сад Париз као што је некада био... У моје време, није било овако... Било је више реда, а сад, «çavaspas»... не ваља сад...

– Како не ваља, питам, шта не ваља?

– Много се тога овде намножило, има свега и свачега...

– Али видите како Вас пазе? Прошле године сте заглавили на три месеца у болницу, спасли су Вас, трудили се око Вас...

– Да, јесу, богу хвала, давали су ми неке скупе ињекције, па сам успео да поново станем на ноге... сад могу да идем, имам и штап... кажу ми да нема помоћи за очи, вид ми је јако ослабио... Не би вредела никаква операција...

– А каква Вам је храна овде?

– Добро је, није лоше... Има и меса, воћа, колача... Ја не једем пуно, слатко не трошим... знаш боље је јести мање... Волим да попијем кафу... Пијем две дневно,

дозволио ми лекар... То мало погура моје срце кад заштопа, знаш... И жао ми је што не могу више да себи кувам сладак купус са коленицом... Некад ми се баш једе...

– А јел’ Вам долази још неко у посету?

– Не, нема ко, зашто да долази, шта ће ми ко?, брани се....

– Зар немате овде сестричину, са фамилијом?

– „Si, si“, имам, била је она... једном су ме возили код њих, али шта ћу им ја?... Има двоје деце, другог мужа и два кера... немам ја тих пара да се они врте око мене... Овде ми је добро, држава брине о мени... Вратио сам им онај стан, знаш... Пензију овде више не добијам, све држава регулише аутоматски... А и шта ће ми, не видим ја сад да идем да плаћам са картицом... Не треба мени овде новац... Знаш, летос су ме питали да ли имам неког од фамилије још доле у Србији... Рекао сам да имам сестру у Београду... Знаш, ја никада нисам хтео да узем француско држављанство... нисам хтео, шта ће ми то... Није ми било потребно... Можда ме пребаце доле негде, код сестре... рекли су да ће видети... знаш, размишљао сам, волео бих ипак доле да умрем...

Ћутим, климам главом, а у ствари немам срца да му пренесем гуњњање његових рођака... Шта, матори нас се сад сетио, кад му је дошао крај... Где је био до сада? И то на ову кризу и скупоћу... Нема деда појма колико кошта једна сахрана у Београду... Ко ће то да плати? Нека га тамо, где је и до сад био... добро му је тамо...

а) Апстраховањем сижеа ове новинске приче, долазимо до теме, која је – у најгрубљим цртама представљена – пролазност живота и релативност људске среће. Тако је у ширем смислу. У ужем смислу примарна је социјална тематика, и она је презентована кроз судбину оних којима домовина постаје само оно место на којем се тренутно налазе, који дакле немају ни дома ни рода, јер су их изгубили отиснувши се из родног краја у бели свет. Покушај повратка, па и сам повратак, само потврђују горку истину о губитку пупчане врпце која их повезује са коренима. Наративни спецификум ове теме јесте однос рођака према човеку на заласку живота, а који је протраћио живот и остао без материјалних средстава која би овима била мотив бриге о болесном рођаку.

б) *Мој живот у иностранству* почиње хетеродијезом, приповедањем у трећем лицу, о старцу који кроз дебело стакло наочара покушава да препозна саговорника. У тексту су присутне и дијалоске партије, као и хомодијеза, оличена у унутрашњем монологу девојке. Кроз текст нас води прича девојке-посетиоца из Београда, из чијег угла посматрања ми примамо цео догађај и чијим очима посматрамо судбину напуштеног и заборављеног старца.

в) Текст можемо поделити на три целине: прва – експозиција – почиње описом чика Пјера, смежураног старца који носи наочаре са дебелим стаклом, у оделу са понеком флеком, чији крој сугерише да је и онога који га носи прегазило време:

Смежурани старац покушава да кроз дебело стакло наочара види ко сам. На њему одело, демодје, са понеком флеком [...] Ипак се види да је некада давно то био скуп комад одеће, квалитетан твид, још бољи крој [...]

v1) Овај иницијални опис ефецијентно композиционо-тематски интегрише у приповедно ткиво следећи дијалошки парцелат, са комуникативном функцијом препознавања и представљања:

– Јел знате ко Вам је дошао у посету?

– ааа, откуда ти да се мене сетиш?

Након ове две ситуационе реплике, следи читава наративна батерија симетрично постављених питања и одговора, са монолошким интерполатима старчевим – у виду интимних, социјалних, филозофских или културолошких реминисценција: о животу у стационару, о животу уопште и друштвеним приликама, о власти у Београду, итд. С друге стране, свако девојчино питање представља нови наративни захват у причу, њена питања генеришу микротеме ове приче, дефинишу фокусне тачке приповедања. А њене дигресије – анафоричко-катафорички – изграђују кохезивне приповедне шавове. Тако су стратешки сасвим друкчије постављени њени монолози у односу на старчеве, али су у целини текста комплементарни. Овде препознајемо сасвим специфично преплитање монолошко-дијалошког поступка, као и наративно дескриптивног. Чини се најисправнијим читав композициони поступак дефинисати као дијалогизацију монолога и наративизацију дескрипције.

v2) Централни део ове приче – својеврсни пандан заплету – јесте заправо други део, који сматрамо сижејним фокусом – у њему се више асоцијативно и радијално, него хронолошки и линеарно прогресивно дискурзивно расклапа живот старца – у тематски репрезентним наративним тачкама приказује се његов развојни пут, који почиње одласком из Србије и доласком у Париз:

Посао је релативно лако нашао, јер је још тада добро говорио француски. У граду светске моде, владала је права јагма за сваким ко је у то време знао да удене конач у иглу [...] Аванзовао је од обичног снајдера до шефа радионице за поправке (тзв. *retouche*), у једној славној и скупој париској модној кући. Добро је зарађивао, имао и велики бакшиш од неких славних муштерија, али доста је и трошио. Нарочито после изненадне смрти жене, која није имала ни 40 година кад је доживела срчани удар, док је Пјер био на послу [...] Сахранио ју је на славном гробљу „PèreLachese“ и никада се више није женио [...]

Пјер је често добијао и задатак да Париз покаже онима који су долазили код родбине у посету [...] Тако сам га и ја упознала још почетком 80-их кад сам се први пут нашла у Паризу код рођака. Пјер је некако увек могао да добије слободан дан, а имао је пуно годишњег одмора, никада до краја искоришћеног [...] Свега неколико пута је отишао назад у Београд, да обиђе родитеље, а после њихове смрти испоставило се да за

Пјера више нема места у очевој кући [...] Сестра, зет, стигла и деца, а простора за целу фамилију никад доста [...] Пјер је престао да одлази, да не буде на сметњи [...]

в3) У трећем делу поново се развија дијалог о животу у стационару и посетама које прима, као наставак приче о социјалном статусу као директној консеквенци материјалног стања, и ту се отвара приповедни фон за етаблирање културних, националних⁶⁰ и фамилијарно-патријархалних вредности:

- А јел' Вам долази још неко у посету?
- Не, нема ко, зашто да долази, шта ће ми ко?, брани се [...].
- Зар немате овде сестричину, са фамилијом?
- „Si, si“, имам, била је она [...] једном су ме возили код њих, али шта ћу им ја?
[...] Има двоје деце, другог мужа и два кера [...] немам ја тих пара да се они врте око мене [...] Овде ми је добро, држава брине о мени [...] Вратио сам им онај стан, знаш [...] Пензију овде више не добијам, све држава регулише аутоматски [...] А и шта ће ми, не видим ја сад да идем да плаћам са картицом [...] Не треба мени овде новац [...] Знаш, летос су ме питали да ли имам неког од фамилије још доле у Србији [...] Рекао сам да имам сестру у Београду [...] Знаш, ја никада нисам хтео да узмем француско држављанство [...] нисам хтео, шта ће ми то [...] Није ми било потребно [...] Можда ме пребаце доле негде, код сестре [...] рекли су да ће видети [...] знаш, размишљао сам, волео бих ипак доле да умрем [...]

Ћутим, климам главом, а у ствари немам срца да му пренесем гуњњање његових рођака... Шта, матори нас се сад сетио, кад му је дошао крај [...] Где је био до сада? И то на ову кризу и скупоћу [...] Нема деда појма колико кошта једна сахрана у Београду [...] Ко ће то да плати? Нека га тамо, где је и до сад био [...] добро му је тамо [...]

г) Посматрајући начин на који се ова три дела текста остварују, закључујемо да су у причи доминантни дијалог и нарација. Што се дијалога тиче, можемо рећи да као вербализацијска форма циклизира причу, постављајући се на почетку и на крају текста. Притом је и изванредан пример столске транслокације – тј. преузимање доминатне форме колоквијалног стила и његово утекстовљење у поетизовани дискурс. Ова транслокација праћена је, разуме се, и стилском контекстуализацијом – тј. жанровским уклапањем у наративно ткиво кратке приче. Хоћемо рећи да тематско естетизовани контекст врло ефицијентно апсорбује ову колоквијалну форму, те она губи стилске везе са домицилним регистром, а сама текстуална адаптација не остаје на површинском нивоу: не фигурира овде дијалог као стилски апликат или

⁶⁰ 'Националност' – мисли Милер (1995: 178) – „не може више остати дифузна културна матрица, узета здраво за готово, не може бити нешто што се стиче просто живљењем на неком месту, удисањем ваздуха, праћењем како се у окружењу ствари чине на одређени начин“. Тако код старца Пјера препознајемо устаљене мотиве и тропе националне имагинације – он о томе говори дискурзивним темама и сликама које су у средишту националног начина мишљења и осећања. Сликама везаним за емотивну лојалност коју подразумева национална припадност.

декорација. Он је транскодификован у једну стилску категорију коју називамо илустрацијом.

г1) Дијалог у првом делу приче можемо поделити на два сегмента, с обзиром на иницијатора разговора. У првом, о животу у стационару, иницијатор је девојка која поставља питања на која старац даје дуже или краће одговоре у зависности од њихове важности за старчев живот, и у зависности од значаја за вођење теме. Од три реплике које у тој првој фази дијалога размењују, најдужи је први старчев одговор који представља његово виђење свог тренутног стања. Кроз старчев одговор провејава сета због напуштања дома, а и туга због тога што борави у стационару, јер и поред свих услова у склоништу „није баш као код куће“, а што, тумачено у контексту, значи да му недостају пажња и љубав, драги људи који чине пријатну породичну атмосферу, а не само зидови, храна и намештај. Сетан тон старчевог одговора изазива саосећање са његовом тугом, а у крајњој линији и сажалење над његовом тужном судбином. Иако каже да му је ипак боље код куће, старац покушава да свој боравак у дому оправда једним помирљивим „али ето“. Вештина грађења приче огледа се између осталог и у томе како старац постепено скраћује израз, да би све већ речено сажео и изразио поентом целог одговора: „стигле године“.

Старчев монолог је искидан, тече у вртлогу резигнираних мисли и туге. Због тога можемо рећи да су његови искази изоморфични са његовим хабитусом. То им на формалном и садржинском плану даје карактер идиосинкразија. Но иако његов одговор делује само као пуко набрајање чињеница, без икакве повезаности, које су изнете као мање-више засебне целине онако како навиру, на нивоу читавог одговора заправо је успостављена узрочно-последична веза.

г2) Други део дијалога са изразитим је културолошким и социјалним асоцијацијама, са прикривеним и загушеним осећањем патриотизма. Управо о приликама у Србији, из које је тако давно отишао, разговор започиње старац, и истиче своју велику жељу да умре у својој домовини. Чини се да читав разговор тече споро, да је тромог тона, у основи природан, али сведен само на најбитније информације. На крају, има и једно полно-старосно обележје: то је разговор са старом особом којој је мука од живота, разговора, и која одговара споро и развучено.

д) И у завршном делу текста дијалог започиње старац, као и први пут, поново о социјалним темама, али сада не говори о Србији, већ о Паризу, оном некад и овом сад. Париз је, по његовом мишљењу, у прошлости био другачији и било је више реда. Говорећи о храни, старац стидљиво каже: „Добро је, није лоше“, што прикрива неко његово незадовољство; он истиче чега све има, именујући месо, воће и колаче. Овај одговор као да је наставак приче започете питањем „Има ли свега у Србији?“ и поново се у његовом одговору односи на Француску. Тужно признаје да не једе пуно и да чак слаткише не једе уопште, правдајући се тиме да је боље да једе мање. У његовом жалу за храном уопште сублимирана је жал за традиционалним српским специјалитетом и тугом јер више себи не може да скува слadak купус са коленицом.

ђ) Путем дијалога упознали смо се са животом старца у садашњости, а путем наратива коју спроводи девојка добијамо информације о његовом животу у прошлости. Девојка-посетилац прича о његовом одласку пре пола века из родног града у Париз, смрти супруге, пословима, одевању, племенитости и доброты. Истичући те елементе, само још више подвлачи контраст између човека пуног живота, какав је некада био и овог сада, оронулог, смежураног, резигнираног старца који чак и својим оделом сугерише опадање материјалног богатства и животне енергије.

е) Коначно, прича делује логиком социо-психолошке студије емигрантства, и дезоријентације коју доживљава човек лишен стварног социјалног окружења, истргнут из њега и бачен у услове у којима се осећа туђином. Студија је трансформисана у фикцијске слике, те је попримила обресе књижевноуметничког дела.

3. Друкчија је по својој природи *Прича о скијашком итану*. Она делује у првом реду као новински извештај о стварним доживљајима спортиста на планини, а тек у другом плану стоје њене стилске одлике, које је приближавају литерарном саставу. Хоћемо рећи да овде естетизована прича позајмљује не само оквир једне новинске форме, већ и залази у регистар новинских тема, па чак позајмљује и многе жанровске и стилске поступке карактеристичне за публицистику:

Поклопљен снегом, Маре се неконтролисано тумбао низ падине Дурмитора. У свест му је нагрнуло све оно што је слушао на алпинистичком течају.

Маре, Брка, Ваљар и Шуре били су одлично расположени кад су крајем марта 1986. године, у суботње преподне, из Жабљака кренули и прошли поред Црног језера. Ишли су ка Великој Карлици [= карлици], издуженом природном амфитеатру у источном делу Дурмитора. Њихов циљ био је алпинистички бивак, одакле су намеравали да за викенд, у правим зимским условима, освоје неки од оближњих врхова.

Београдским алпинистима није се допадало што су морали да се пробијају кроз снежне наносе, али су били спремни и на то. Маре и Брка носили су у ранчевима скијашке ципеле и скије, па су зато све више заостајали за Ваљаром и Шуретом. Пошто од скијашке опреме није било никакве користи, одлучили су да је оставе у шуми и то их је мало растеретило. Међутим, ближио се мрак, а они још нису нашли улаз у Карлицу. Спущала се густа магла и било је јасно да могу да залутају. Одлучили су да се зауставе. Нашли су повољно место на падини и почели да у снегу копају вучју јаму. Била је увелико ноћ кад су завршили склониште. Ушли су унутра, покрили улаз затегнутим шаторским платном, развукли подметаче и увукли се у вреће за спавање. Питали су се да ли су Ваљар и Шуре стигли до бивака, а онда су утонули у сан.

У недељу ујутру пробудио их је неки шум на самом улазу у вучју јаму. Помислили су да је нека животиња, али су одахнули кад су препознали Зоранову главу. Бранко и Зоран покушавали су претходног дана да освоје Шљеме (2431 м), али их је у литици ухватио мрак, па су се целу ноћ смрзавали тамо где су се затекли, огрнути само танким шушкавим јакнама. Кад је свануло, вратили су се до бивака, где су нашли Шурета и Ваљара. Одмах су продужили даље ка Жабљаку и успут приметили шаторско платно на улазу у Бркину и Маретову „спаваоницу”. После краткотрајног сусрета, свако је кренуо на своју страну.

Сада није било магле и Маре и Брка лако су нашли улаз у Карлицу. Кроз огромне сметове, до бивака су, крајње исцрпљени, дошли тек у касним поподневним сатима. Чекала их је врућа супа коју су им скували Ваљар и Шуре.

Следећа два дана беснело је страшно невреме. Бивак се тресао под ударима ураганског ветра. Напољу је било тако непријатно да су излазили само кад су морали. Залихе воде обнављали су топљењем снега, али су појели готово сву храну коју су понели. На располагању су имали само још неколико конзерви месног наредка које је, по старом добром обичају, неко раније оставио у биваку као вишак.

У среду је освануо дан без ветра, а снег је престао да пада. Коначно, алпинисти су изашли напоље. Решили су да се преко Мале Превије (2200 м) прошетају до подножја Милошевог Тока (2426 м) и да осмотре какви су услови за пењање.

Било је много новог снега. Колону је предводио Маре, после неколико метара пратио га је Брка, а Ваљар и Шуре заостајали су више десетина метара. Нису далеко одмакли кад је Шуре приметио да није понео рукавице и зато се вратио да их узме. Маре је, при ходању узбрдо, забадао дршку цебина у падину испред себе, а метална оштрица служила му је као рукохват. За разлику од Марета, Ваљар је при успону користио скијашке штапове.

У једном тренутку, рупа око Маретовог цебина неочекивано је почела некако чудно да се проширује. Цепин је остао да лебди у његовим рукама, ослонац испод ногу је нестао, а он је добио ударац у чело. Одмах му је постало јасно да је управо покренуо лавину и да се налази у огромној маси снега која се ваља низбрдо. Мозак је почео убрзано да му ради и није имао времена ни да се поштено уплаши.

Кад је лавина кренула, Шуре се налазио испред бивака и навлачио рукавице. С безбедне удаљености видео је како његови пријатељи као играчке нестају у снежној бујици.

Поклопљен снегом, Маре се неконтролисано тумбао. У свест му је нагрнуло све оно што је о лавинама слушао на алпинистичком течају. Сетио се да дерезе на испруженим ногама повећавају опасност од ломљења кичме, јер могу да се закаче за чврсту подлогу. Такође, руке морају да се користе како за одржавање тела на површини лавине, тако и за стварање ваздушног цепа испред носа ради несметаног дисања. Некако је успео да скупи руке и ноге у „фетални” положај, а онда је покушао да плива прсно низ „матицу” лавине.

За то време, Шуре је погледом беспомоћно пратио лавину. Изненада му се учинило да на њеној површини види нешто необично. Пажљиво се усредредио на загонетни предмет. Тада се досетио шта је то. На белој покретној подлози наизменично се појављивао и губио Ваљарев скијашки штап.

Маре је и даље „пливао” кад је схватио да се лавина зауставила. У неколико снажних замаха рукама и ногама успео је да се избави из снежног загрљаја. Мало ниже видео је и Брку како се извлачи из снега. И један и други збуњено су се освртали околу, али нигде нису видели Ваљара. Тргао их је снажан Шуретов глас:

– Брко, иди доле, не тамо, више десно, ниже, још мало десно, не толико, бре, још доле, право, још, стани, копај туууу!

Брка и Маре почели су ужурбано да копају. Знали су да жртве лавине најчешће страдају од гушења. Копали су и у ширину и у дубину, без успеха. Иако су се очајнички трудили да што пре нађу Ваљара, из све веће и дубље рупе избацивали су само гомиле снега. Њихове неизговорене црне слутње прекинуо је Шуре, буквално долетевши низ падину. Заурлао је:

– Дубље копај, ту сам видео штап, мора да је и он ту!

Сад су, као помахнитали, копали са шест руку. Осећали су да Ваљарево време полако истиче [...]

Кад су набасали на штап, у каишу је била и рукавица. Затим су напипали руку и главу и брзо рашчистили снег око Ваљаревог лица. Био је сав модар, али жив. Неколико претходних минута био је без ваздуха, и већ је почео да губи свест кад је осетио да га неко вуче за руку. Одмах су га ослободили и извукли на површину. А онда су сви сели у снег. Ваљар је полако долазио себи. Уместо да буду живи сахрањени под наслагама снега, сви су били неповређени.

Попели су се узбрдо до бивака и договарали шта даље да раде. У овим условима, свако кретање било је повезано с опасношћу од нових лавина, а чекање на боље временске прилике могло би да траје много дуже него што има хране. Брка је одлучио да одмах пође ка Жабљаку, а Маре му се придружио. Ваљар и Шуре остали су да причекају још који дан.

Уз доста среће и без изазивања нових лавина, Брка и Маре прошли су кроз Карлицу, нашли своју скијашку опрему, стигли у Жабљак и узели собу у хотелу.

А да је све релативно, Маре је схватио кад се вратио кући и кад је, у кругу породице, приповедао шта му се све дешавало на Дурмитору. Детаљно је описивао како је Шуре избегао лавину и како је тачно запамтио место где је нестао Ваљарев штап. Међутим, његовог млађег сина занимало је нешто сасвим друго:

– Тата, док сте ти и чика Брка спавали у вучјој јами, а где је био вук?

3.1. Дакле, текст пред нама има своју тематику, сиже и фабулу. (а)

Тематику препознајемо као стварносну, тј. предметну подлогу, дефинисану управо насловом *Прича о скијашком штапу*. И сама тема акцептабилна је на два нивоа: у ужем смислу, представља релативност свега, па чак и приказаног догађаја, посматраног кроз призму оца, алпинисте, и кроз визуру сина, реципијента приче коју отац приповеда. У ширем смислу, тема је променљивост човекове судбине, али оне коју сам човек својом пажњом или непажњом кроји. (б) Сиже препознајемо као сазнату стварност која посредује између тематике и фабуле, тј. композиције ове приче. (в) И на крају, у причи можемо пратити сукцесивност сижеа: опис и наротивизацију невоља које су алпинисти доживели приликом освајања неког од врхова Дурмитора, – тј. препознајемо фабулу и композицију.

3.2. Пођемо ли од последње наведеног текстовног слоја приче, јасно ћемо издвојити одређене композиционе сегменте, сижејно осамостаљиве у виду текстовних парцелата, али тематски и фабуларно повезане у линеарно-

прогресивну и хијерархијски постављену приповедну структуру. Издвајање експозиције, заплета, кулминације, перипетије, расплета и епилога јасно одговара композиционим елементима драмског жанра, те можемо устврдити да је овде транслацирана и стилски транскодирана још једна форма сем новинског извештаја, сада, додуше, естетска. Другим речима, овде се јасно укрштају два поступка стилизације, који одређују стилску поливалентност ове приче – један је публицистички, а други уметнички.

а) У експозицији приче упознајемо се са ликовима, њиховим намерама и о почетку покушаја остварења тих намера. Експедиција је имала два циља: први, алпинистички бивак и други – освајање врха Дурмитора. Радња се смешта у уметнички транспонирано време, које има своје оквире: тај период обухвата суботу и недељу. Увод, пре свега, има функцију временског еталона – прецизно се одређује време путем године, месеца, дана и временског одсечка дана у којем се догађаји дешавају. Има, надаље, и улогу просторног локализатора: Жабљак, Црно језеро, Велика Карлица, Дурмитор. Такође, у иницијалном одељку приче успоставља се сцена и уводе ликови – то су београдски алпинисти Маре, Брка, Ваљар и Шуре:

Маре, Брка, Ваљар и Шуре били су одлично расположени кад су крајем марта 1986. године, у суботње преподне, из Жабљака кренули и прошли поред Црног језера. Ишли су ка Великој Карлици, издуженом природном амфитеатру у источном делу Дурмитора. Њихов циљ био је алпинистички бивак, одакле су намеравали да за викенд, у правим зимским условима, освоје неки од оближњих врхова.

б) Други део текста можемо сматрати заплетом. Приповедач детаљно извештава о кретању кроз снежне наносе и положајима које су учесници у подухвату заузимали: Ваљар и Шуре су заостајали, а Брка се вратио да узме рукавице, чиме нам аутор предочава да у случају неких непредвиђених околности неће бити у стању да помогну једни другима. Централни догађај по коме је и читава кратка прича добила назив везан је за Марета као покретача радње и Ваљара као јунака приче. Маре је ненамерно покренуо снежну лавину, која их је обојицу захватила:

У једном тренутку, рупа око Маретовог цепа неочекивано је почела некако чудно да се проширује. Цепин је остао да лебди у његовим рукама, ослонац испод ногу је нестао, а он је добио ударац у чело. Одмах му је постало јасно да је управо покренуо лавину и да се налази у огромној маси снега која се ваља низбрдо. Мозак је почео убрзано да му ради и није имао времена ни да се поштено уплаши.

Кад је лавина кренула, Шуре се налазио испред бивака и навлачио рукавице. С безбедне удаљености видео је како његови пријатељи као играчке нестају у снежној бујици.

Поклопљен снегом, Маре се неконтролисано тумбао. У свест му је нагрнуло све оно што је о лавинама слушао на алпинистичком течају. Сетио се да дерезе на испруженим ногама повећавају опасност од ломљења кичме, јер могу да се закаче за чврсту подлогу. Такође, руке морају да се користе како за одржавање тела на површини лавине, тако и за стварање ваздушног цепа испред носа ради несметаног дисања. Некако је успео да скупи руке и ноге у „фетални” положај, а онда је покушао да плива прсно низ „матицу” лавине.

в) Кулминацију приче, те и њено наративно интензивирање представља приповедни догађај у коме Шуре, неми посматрач, на површини снежне лавине уочава Ваљарев штап, те и потом сва тројица крећу да га траже:

За то време, Шуре је погледом беспомоћно пратио лавину. Изненада му се учинило да на њеној површини види нешто необично. Пажљиво се усредредио на загонетни предмет. Тада се досетио шта је то. На белој покретној подлози наизменично се појављивао и губио Ваљарев скијашки штап.

г) Стабилизација кумулативног наративног поступка са микротематским импулсима ка расплету – представља тзв. перипетија: Шуре усмерава колеге где да траже Ваљара, и то аутор преноси дијалогски дословно, језички-експресивно приказујући сву неизвесност ситуације.

Он то чини користећи кратке елиптичне форме – када се адвербијали комуникативно осамостаљују у заповедне или инструктивне форме, или инструменталним формама са јасно калибрираним прагматичко-перформативним циљем. Употреба и једних и других форми текстовно је прорачуната приповедно постављеном ситуацијом, и мотивисана неопходношћу брзог реаговања: „иди доле, не тамо, више десно, ниже, још мало десно, не толико[,] бре, стани, копај, тууу“. На језичком плану појављује се појачајна речца 'бре', која је колоквијално конотирана. Неуспешне покушаје тражења прекинуо је Шуре, који је „буквално долетео низ падину и заурлао: копај дубље, мора да је ту“. Његовом појавом и виком ситуација достиже кулминацију, предочену лексемом 'летети', колоквијално и жаргонски употребљеном, као и експресивним глаголом 'заурлати'.

д) Четврти део наше приче идентификујемо као расплет: алпинисти су нашли Ваљара, и срећни су што неповређени одлазе у Жабљак:

Кад су набасали на штап, у каишу је била и рукавица. Затим су напипали руку и главу и брзо рашчистили снег око Ваљаревог лица. Био је сав модар, али жив. Неколико претходних минута био је без ваздуха, и већ је почео да губи свест кад је осетио да га неко вуче за руку. Одмах су га ослободили и извукли на површину. А онда су сви сели у

снег. Ваљар је полако долазио себи. Уместо да буду живи сахрањени под наслагама снега, сви су били неповређени.

ђ) Последњи драмски композициони елемент препознајемо као епилог приче:

А да је све релативно, Маре је схватио кад се вратио кући и кад је, у кругу породице, приповедао шта му се све дешавало на Дурмитору. Детаљно је описивао како је Шуре избегао лавину и како је тачно запамтио место где је нестао Ваљарев штап. Међутим, његовог млађег сина занимало је нешто сасвим друго:

– Тата, док сте ти и чика Брка спавали у вучјој јами, а где је био вук?

Можда бисмо могли овај епилог преименовати у ефектну и шаљиву поенту, која представља и тему у ужем смислу, а то је реакција Маретовог сина на детаљну причу о догађајима на Дурмитору, и то не у облику констатива, већ у виду питања: „Тата, док сте ти и чика Брка спавали у вучјој јами, а где је био вук“.

4. Сада ћемо приступити поређењу двају текстова, са уверењем да ће нам овај методолошки поступак донети могућност утврђивања особина кратке новинарске приче, а истовремено – и повлачења границе међу њеним подврстама.

а) У првом тексту доминантан је мотив самоће и сиромаштва, симболично приказан одећом, изгледом и жељом за храном. Други важан мотив препознаје се као социјални и културни, друштвени у ширем смислу – са уздржаном нотом критике власти. Поред њих постоје и други мотиви, као што су: мотив непрепознавања (сви га оставили: „Па откуда ти?“), вида (слаб вид, у метафоричком смислу немогућност уочавања истине), те мотив хране, мотив власти, патриотски мотив представљен на дихотомној линији домовина/Париз. У другом тексту доминантан је мотив борбе за живот, напора да се спасе пријатељ, те микромотив скијашког штапа, јазбине и вука. Други је текст једноставније језичке и сижејне грађе, те и скромнијег фабуларног конструкта: мотив опасног доживљаја овде је развијен и приказан у неколико сличица, а његово значење објашњено у епилогу.

б) Даље, у првом тексту доминантан је сажаливи тон старца над својом судбином и девојке над њим, а у другом је на наративној сцени тон неизвесности, те на крају – и шаљиви тон. У оба текста видан је емоционални набој, нешто јаче изражен у другом него у првом тексту. У првом је доминантна тугаљивост не сасвим вешто израженог саосећања младог човека према старијој

и немоћној особи, а у другој – задовољство због борбености и здравог отпора природним силама. Изостаје, међутим, компонента узајамне солидарности у мање битним детаљима – нпр.: организован полазак и чвршћи осећај заједништва у напорној акцији, што даје извесну неверицу читаоцу о стварном пожртвовању у главном догађају.

в) Оба текста у основи су писана стандардним, књижевним језиком, са малим екскурсима у колоквијални стил, а први је овлаш допуњен француским изразима. Ни у једном од два текста нису присутни елементи стилске организације израза, с тим што у другом тексту само једном срећемо метафору 'снежни загрљај'.

в1) Имајући у виду три трансверзале⁶¹ на основу којих се може парцелисати језички систем у целини, па тако и ови текстови, – онда можемо рећи да у првој краткој причи примећујемо присуство сва три фактора груписања речи и израза.

На основу дијатопијских фактора, издвајамо стране речи: *аванзовао*, у значењу напредовао, *јагма* у значењу *помама*. Поред појединачних лексема, у тексту срећемо и реч романског порекла *retouche* уместо поправке (Клајн–Шипка 2008: s. v.), *patron* уместо газда (Клајн–Шипка 2008: s. v.), али и француску фразу *ca vas pas*, као и називе локалитета, које писац веома верно преноси. Уз то, овде налазимо и устаљене изразе, карактеристичне у језику медија и језику туристичких организација, па тако уместо назива главног града Француске, јављају се два пута: 'град светлости' и 'град светске моде'. На дијатопијској равни, могуће је приметити да се у тексту поред књижевних појављују и некњижевне лексеме: кер, заштопати у значењу застати и заглавити (Клајн–Шипка 2008 s. v.). Лексема заглавити жаргонски је интонирана. У тексту налазимо и тзв. народске форме фразеолошке провенијенције као одговор на питање Како сте? – „Хвала Богу, добро“. Постоји и један ненормативни облик инструментала средства употребљеног са предлогом *са*, који је карактеристичан за инструментал друштва, у примеру *плаћам са картицом*.

⁶¹ Дијакронијску – на чијим половима разликујемо архаичне речи и конструкције, с једне стране, и нове речи и необичне форме, с друге; дијатопијску – са стандардним и домаћим елементима, с једне стране, и дијалекатским и страним, с друге; те и дијастратску – са стандардним формама на једном полу, и супстандардним и жаргонским, на другом.

в2) Што се лексичког плана другог текста тиче, за њега је карактеристичан стручни жаргон и употреба алпинистичких термина: алпинистички бивак, цепин, али и кумулација професионализама и термина уопште, нпр.: *станиште*. Прецизност локализације у другом тексту извршена је и топонимима: Жабљак, Црно језеро, Дурмитор, као и именима планинских врхова: Мале превје и Милошев ток.

г) По свему што је речено, чини се да је први пример могуће идентификовати као књижевноуметничку причу са нешто новинарских особина, док је други типичан случај тзв. стварносне прозе, сасвим карактеристичне за новинарски израз уопште, а овде у извесној мери и са извесним поступцима белетризоване, мислимо, пре свега, на интензификацију израза убрзаним темпом казивања и истицањем узбудљивих момената итд. Два типа књижевноуметничког стила врло су честа у штампи, и тамо задовољавају потребе својих читалаца за уметничким доживљајем стварности, и евентуалним оживљавањем приче у виду сликовитог представљања реченог, дакле приповедног стила на месту извештајног.

5. На крају, а поводом трећег најављеног текста за анализу. – У нас постоји традиција објављивања прича у листу које су, нарочито у такозваним озбиљним дневницима, имале високе уметничке вредности, јер су их писала најбоља и најпознатија литерарна имена, и наша и страна. Од 1926. године београдска ‘Политика’ негује анонимне конкурсе за кратку причу који омогућују младим, талентованим књижевницима да се боље пробију у јавност, – и то обично захтевајући изоштрена мерила, високу квалификованост оних који одабирају и објављују писану реч, њихову усмереност ка здравом и разумном. Тим поводом је Нада Маринковић изрекла (1974): „Мрачни, деструктивни текстови, макар колико одговарали истини, или пак блиставе, опојне приче далеко од стварности, неће помоћи човеку да се лакше бори и сношљивије живи. Нисмо за дидактику и бајке, али нисмо ни за лагана тровања, за систематски стваране – апатију и цинизам“.

5.1. Тренутно се најугледнији дневни лист у Србији не може увек похвалити високим квалитетом објављених прича. Пред нама је прича Љ. Ршумовића са насловом *Омер о Омфали*, у којој је аутор хтео на духовит начин да исприча причу о Херкулесу или Хераклу.

а) Омфала је била царица Лидије, која се, велике снаге а слабих духовних потенција, упустила у љубавну романсу. Преносимо исечак, али са неким исправкама:

Греше сви који мисле да антички богови и њихова родбина нису одговарали за своје поступке и нису кажњавани за злочине које би починили. Није их кажњавао суд него онај коме је штета учињена, ако је имао снаге за то. Ако није, призивао је у помоћ некога од богова којима је приносио жртве.

Истини за вољу, постојао је и један судија, не у судници него у глави и у души онога који би недело починио. Кад би га савест притегла(,) он би сам тражио неког угледног праведника да га „очисти од греха“. Није га било лако наћи. Ако је злочин био тежак(,) праведници су најчешће одбијали очишћење.

А очишћење је, у ствари, било казна: прогонство на неко удаљено место или задавање грешнику претешких задатака које треба да реши или, на крају, продаја некоме у ропство.

Како се догађало(,) најбоље ћемо одмрсити на случају Херакловом, који се још није тако звао када је у наступу лудила, које му је маћеха Хера послала, побио своје синове.

Знајући шта се догодило, његов отац Зевс га је упутио у Делфе пророчици Питији да му прорекне како да се ослободи греха.

– Ко си ти? – упита га пророчица строго, кад се појавио у светилишту.

– Ја сам Онај што кажњава! – одговори Зевсов син.

– То се зове камен у Теби који Атена бацила на тебе да се освестиш и вратиш из лудила.

Имаш ли ти неко своје име?

– Зову ме Алкид, не знам зашто.

– То је име твог часног деде које не заслужијеш да носиш.

– Другог имена немам.

– Онда ћеш се звати Херакле, Херина слава.

– Хера ме мрзи.

– Та мржња те чини јаким, можда најјачим на свету, јер је божанска.

– То говориш као жена или као пророчица?

– То говорим као Она која зна...

У– причи пред нама, пре свега, има драстичних момената које није упутно презентовати најмлађим читаоцима: „Хера ме мрзи. – Та мржња те чини јаким, можда најјачим на свету, јер је божанска...“

А затим, налазимо читав низ података који причу чине тешко читљивом јер су далеки или непознати деци: „То се зове камен у Теби који је Атена бацила на тебе да се освестиш и вратиш из лудила“.

Приповедање је развучено, бледо, немарно урађено, и чак са разноврсним ситним грешкама. То све доприноси сниженој стилској потенцији ове приче, која је требало по себи да почива на једном делотворном стилском поступку, а то је цитат. Овде је тај цитат из античке књижевности и митског наслеђа, али он није као опште место или апликат дезаутоматизован и стилски прерађен тако да се у њему читава стваралачки поступак вишег домета, нарочито такав који ће одговорити перцептивним могућностима публике којима је намењен – а то се деца.

б) Разуме се да овакво лоше композиционо и језичко-стилско решење са собом повлачи и друге и дубље консеквенце – етичке и културне, нарочито када се има у виду комуникативна усмереност ове кратке приче. Морално, па чак и логички сумњиве изјаве писца чине овај текст далеким и од уметничке и од филозофске линије мисли и речи. Погледајмо само други пасус са његовим размишљањима о делима људи и њиховим друштвеним вредновањем:

Истини за вољу, постојао је и један судија, не у судници него у глави и у души онога који би недело починио. Кад би га савест притегла(,) он би сам тражио неког угледног праведника да га „очисти од греха“. Није га било лако наћи. Ако је злочин био тежак(,) праведници су најчешће одбијали очишћење.

Очишћење од греха у надлежности је *угледних праведника*, а то више личи на неслану шалу него на стварни суд о неделу и казни, о глупости и мудрости. Исти квалитет носи и изјава о томе да је некога *савест притегла*. И тако даље.

в) Из непрегледног мора тема и мисли које покреће мит о Херкулу одабране су оне које причу чине квази дечјом, али са опасним идејама по дечју памет, па и за став одраслих, и са врло површним захватом у колосалну практичну и филозофску величину грчког наслеђа да све испада трагикомично.

3.3.2.3. Закључне напомене

1. На крају аналитичког посматрања три различита текста која припадају белетризованим новинским формама, тј. жанру тзв. кратке приче – можемо извести бар два теоријски релевантна закључка.

а) Први анализирани текст – *Мој живот у иностранству* – показује највиши степен естетизације новинског извештавања и хармоничног вођења композиције. У њему препознајемо стилске поступке транслокације, контекстуализације и транскодификације језичке и мисаоне грађе.

б) Други текст – *Прича о скијашком итату* – драмску структуру изграђује мнемичким и импровизацијским средствима приповедања. Иако позајмљује уметничку форму, језичка и стилска средства остају на нивоу новинске приче, или, пак, стилски падају на ниво колоквијалног израза.

в) Трећи текст – *Омер о Омфали* – и формом, и садржином, и језичком грађом, и надасве темом – представља имитацију античке форме. Овакво

поетско моделирање према општепознатом узору можда би се у нечему и могло сматрати успешним, да није изостала свака врста секундарног ознаковљења језичке грађе. Композиција је, наиме, под притиском конфузног сижеа постала дифузна и некохерентна. Сем тога, у настојању да сачува књишку јасноћу, тј. ону која се читује у препознавању античких митова, – аутор је угрозио актуелну јасноћу приче.

2. Избор теме у првој инстанци опредељује избор језичких и мисаоних поступака.

а) Културна, социјална, национална и интимна имплицативност и конотативност остварене у првом тексту далеко премашују тематски потенцијал остварен у другом тексту, и стоје у несравњивом односу према трећем тексту – који се избором теме и наративног решења, просто стилски дисквалификује.

б) У прва два текста конкретна тема и појединачне судбине успевају се уздићи до уметничког нивоа универзалности: у првој причи са више успеха, у другој – са мање. У трећем тексту, међутим, поступци и резултати су супротни. Аутор полази од опште теме, оверене античким наслеђем, и онда је стилски неутралише – у настојању да је учини наративно еластичнијом и са становишта савременог читаоца перцептибилнијом, умањујући на тај начин њен историјски, културолошки и естетски капацитет.

3. У краткој причи – *in ultima linea* – могуће је издвојити одређене композиционе сегменте, фабуларно повезане у линеарно прогресивну и хијерархијски адекватну приповедну структуру. Издвајање експозиције, заплета, кулминације, перипетије, расплета и епилога јасно одговара композиционим елементима драмског жанра, те можемо утврдити да је овде садржанана још једна форма сем новинског извештаја, сада, додуше, естетска. Другим речима, овде се јасно укрштају два поступка стилизације, која одређују стилску поливалентност ове приче – један је публицистички, а други уметнички. Публицистички стил се огледа мање у излагању сижеа, у фабули, а више у дијалошким пасажима, где је и реченица једноставна и речник лако конвергира ка колоквијалном. Литерарност је видна у повременој, где слабије где јаче израженој сликовитости израза у фабули, која често досеже духовитост праве уметничке метафорике, и гипкост складног израза који привлачи читаочеву пажњу не, само догађајним већ и вербалним слојевима структуре.

3.3.3. ЦРТИЦА

1. И цртица је облик приповедне прозе сличан краткој новинској причи, и њу карактеришу сажетост и краткоћа приповедања, али су у цртици дате само назнаке неког књижевног лика или догађаја. „Одликује је“ – по мишљењу Т. Поповић (2007: 114) – „мањи степен белетризације стварности и одсуство елемената песничког језика (метафорика, ритам и др.)“. У цртици су обрађене одређене теме из живота: мисли и расположења, живот и искуства. Н. Ћорилић (2005: 52), можда несвесно, кроз речи девојке Мине, која пише „запажања о животу, цртице“ даје дефиницију цртице из живота. Цртица је (РКТ 1992: s. v.): „краћи облик наративне прозе који се обично своди на назначење обриса неког догађаја и лика [...] У другој половини 19. в., изникавши из народног и анегдотског приповедања, као и из реалистичке тенденције за сликањем ситних догађаја свакодневног живота, ц. је била један од омиљених облика приповедачког сведочења и исказа“. Цртица је у односу на њој сродну врсту, репортажу, знатно мање заступљена међу новинским текстовима.

а) Многи сматрају, по Д. Славковићу (1979), да је цртица, заправо, мала репортажа. Цртица (енгл. feacher) – то је мали захват у живот, без неких претензија за великим сликањем, животни детаљ успут ухваћен и записан у новинарској бележници. Цртица не говори о једном човеку уопште, или уопштено о једном догађају или појави. Цртица је управо оно што каже њен назив: цртица, а не до краја извучена линија. „У садржају цртице“ – пише Б. Којић (1964: 173) – „не ради се ни о каквим значајним и важним догађајима, него најчешће о ситним људским манама и врлинама, о поступцима које треба похвалити или покудити, о личним иницијативама које су спријечиле штету или несрећу, укратко, за садржај цртице је прикладан сваки људски проблем, који је уједно, или који је бар донекле, и друштвени проблем, који има и своју социјалну страну. Каткад је садржај цртице нека ситна епизода, а каткад читава мала драма из људског живота“.

б) Цртица је, вероватно, настала као реакција на монотono, регистраторско, суво писање о догађајима, појавама и људима. Требало је

разбити то сивило, тај конвејер⁶² вести и извештаја и многим, наизглед ситним договорштинама прићи интимније, топло, људски. И то управо оним договорштинама које, саме по себи, нити су драматичне, нити важне, нити узбуђујуће. Оним обичним, свакодневним односима у друштву, о којима се прича у трамвају, пред улазом у биоскоп, на пијаци, и који, објективно, не би ушли у новине, у јавност, јер, управо као такви, не заслужују посебну пажњу читалаца, слушалаца, па и гледалаца. Џон Ф. Деј (1962: 35–36) сматра да је фичер (цртица) одраз света у лакшем облику, те да се у овој новинској форми говори о навикама појединаца, причају се мале истине живота. Према Н. Г. Богданову и Б. А. Вјаземском (1973: 69), тема цртице је ужа: говори о једном погону или предузећу, школском заводу, и тада новинар приповеда о својим утисцима, излаже своја запажања – не уопштава чињенице.

в) ‘Фичер’ је у нашем новинарству мало познат појам, иако је овај облик новинарског изражавања карактеристичан за западну штампу, поготово америчку. Веома је сличан нашој цртици, и поред тога што га поједини теоретичари стављају у нарочиту врсту вести (фичер је, кажу ти теоретичари, репортажна обрада вести, и ово се мишљење може прихватити једино уколико се пође од тога да сваки облик новинарског изражавања у својој основи, ипак, мора да има елементе вести). Фичер, међутим, говори о људски дирљивим појединостима, при чему се у њега ‘уклапа’ описивање да би се истакле личности и детаљ.

г) Једно од главних обележја цртице свакако је стил писања. Он је сличан репортерском – треба да буде жив, духовит, присан, са претензијама да изнесе атмосферу. И ту новинар уноси себе: свој дар посматрања, виђења и своје људско биће. Цртица – то би, дакле, био напис чије би основне особености биле: она описује обичан догађај из живота, дакле реалност, али из посебног угла посматрања и има посебан стил. К. Милер (1971: 38) мисли да је „неформални стил веома карактеристичан за фичер материјал јер, мада користи чињеничну новост као основу, он првенствено има намеру да забави, а може и да информише“. Према њему, фичер-сторије могу бити наративне, објашњавајуће

⁶² Клајн–Шипка (2008: s. v.). – Конвејер: (енгл.) „покретна трака за преношење делова производа током израде од једног до другог радника или за пребацивање материјала на мање удаљености“.

и дескриптивне. „Као наративне, оне имају битне елементе свих сторија – фабулу, амбијент и карактере – и непосредно буде интересовање читалаца, наговештавањем компликованости заплета, који може бити решен. Фичер-сторије, које су експозиције, правовремено објашњавају тему излагања. Дескриптивне фичер-сторије дају вербалну слику личности, ствари или места која су у жижи интересовања“.

2. Фичер или цртица – по правилу се допада читаоцима, слушаоцима или гледаоцима, јер је лако, пријатно штиво, неоптерећено бројкама и подацима, детаљ из живота. „Цртица је донекле мала репортажа – истиче Ж. Митровић (1960: 19). – У њој се приказује догађај и виде људи [...] Дакле, у цртици треба донекле да се осети атмосфера. Она се, што је важно, а можда и главно, пише с тенденцијом, дакле, унапред се одређује шта се њома жели постићи, са извесном оштрицом, понекад иронијом, тако да често постаје новинска хумореска, којој, листови, према својим потребама, дају различите називе“.

3. Цртица је настала у реакцији на монотono и „суво“ писање о догађајима, појавама и људима. Она говори о ситним манама и врлинама људи, о поступцима које треба похвалити или покудити, о личним подухватима који су спречили неку несрећу. Поједини теоретичари новинарства сматрају да свака идеја за цртицу може бити материјал за репортажу. Цртица ипак један детаљ из мозаика који налазимо у репортажи. Стил писања цртице је жив, духовит, писан да прикаже и атмосферу. У цртицу новинар уноси свој таленат, дар за уочавање односа о којима пише, он уноси и своје лично саучешће. Садржај цртице је обичан догађај, посматран из посебног угла и написан посебним стилom. У цртици описан догађај је стваран, новинар се њега стриктно држи, али има слободу да га уметнички обликује на интересантан начин. За разлику од других чисто новинских облика није сувопаран и ослобођен свих емоција. Вест коју добијамо из цртице нема неког великог значаја и она је, по Р. Животићу, „толико безначајна да често не заслужује да буде објављена у новинама“ (1981: 268). Али иако је безначајна, цртица привлачи пажњу читалаца својим начином обликовања и емоцијама које су у њу уткане. Код цртице је значајно и то да је „литерарно обликовање које је карактеристично по коришћењу стилских вредности, типична драмска композиција..., максимално концизан и сликовит уметнички израз и кондензован наративни ток (без дигресија), метафорско и симболично изражавање, лапидаран и елиптичан стил, унутрашњи динамизам

који се појачава контрастирањем – чиме се ствара илузија стварности, дијалoшка форма, непосредност у изражавању, емоционалност, сликовитост и једноставност“ (Животић 1981: 268).

4. Цртица и репортажа су врло блиски родови, и по начину прилаза, и по начину обраде. То су једини облици новинарског изражавања око којих се често воде расправе: новинарство или литература. Но, без обзира ко је у тој полемици у праву, треба констатовати: и репортажа и цртица су жанрови који освежавају сваки лист, сваку радио или телевизијску емисију (Славковић 1975: 259–260). Стил цртице колеба се између новинског чланка и шаљиве, хумористичне, каткада и бодљикаве приче на рачун појединаца, на рачун друштвених навика, на рачун политичара и њихових идеја итд.

4. Пример који наводимо (*Политика* од 3. јануара 2003, стр. 22, потп. Слободан Симић), више је виц него прича, а сатира је упућена свеопштој политичкој кампањи за улазак у ЕУ:

Европски Деда Мраз

Као и сваке Нове године, у поноћ смо нестрпљиво чекали Деда Мраза.

Неочекивано и први пут откад га чекамо, дошао је тачно у поноћ.

Леп, дотеран, „Армани“ бунда, „Версаће“ панталоне, „Прада“ чизме.

Саонице најновији модел, а позлаћене.

Уместо ирваса нови хибридни мотор од 120 коњских снага.

Небо блиста од фантастичног ватромета.

Деца и ми занемели.

– Немојте се ништа чудити, ја сам европски Деда Мраз! – смешио се гост. – И ви сте, драги моји Срби и Српчићи, од сада у мојој надлежности.

Како смо се ми само обрадовали!

Деца су одмах почела да скачу и играју око нашег новог добротвора. Ја сам искористио гужву да додам још понешто на наш ионако подугачак списак жеља.

– Ево, добри Деда Мразе, овде пише све што би наша деца желела за Нову годину! – предао сам му најзад наш списак.

– Сачувајте га за себе, господине! Ви ћете то умети најбоље сами!

Затим је Деда Мраз завукао руку у своју „Долче & Кабана“ врећу и извадио хрпу новца!

– Ево вам нешто лепо од нашег европског Деда Мраза! – Вадио је и вадио, тако да се направила прилична гомила.

– Јел’ довољно? – упитао је шеретски се смешећи.

– Како да није! – нисам крио одушевљење, – а ви сте најбољи Деда Мраз у историји српског народа! Никад нам нико није поклатио толико новца!

– Па рецимо да ово назовемо... пријатељска позајмица – и даље се смешкао Деда Мраз.

– А прави поклон за вас је... ниска каматна стопа.

Нешто ми је стало у грлу.

– Па хвала, нисте морали – покушао сам да будем пристојан. – Него... до када да вам вратимо ове оволике паре?

Деда мраз је миловао децу по коси.

– Шта се ви бринете за то... Ово је и онако поклон за дечицу.

Пред нама је кратка а духовита, и у овом случају прилично заједљива хумореска са сјајном поентом нагони на смех све до последње „Деда Мразове“

реченице. А онда и читаоцу застане кост у грлу: шта ми заправо остављамо деци и будућности нације – све смо испродавали, и још се дебело задужили на њихов рачун. – Цртица је мала по опсегу, али снажна по дејству на читаоца.

Композиција је изграђена од увода и главног дела у дијалогској форми и у виду узлазне градације, која се креће од простог причања до опомињуће поенте на крају. Увод већ најављује шаљив тон набрајањем санки, опреме и одевних предмета на Деда Мразу. Дијалог духовитим обртима у репликама које појачавају тоналитет казивања успиње се до кулминације која се огледа у одушевљењу слављеника поклонима, перипетије и наглог пада тона у епилогу, када донатор саопштава да је реч управо о позајмици са позамашном каматом и намером да се отплата пренесе на потомство. Врло успела шала на наш положај у амбијенту европских интеграција и изгледима на улогу роба који ће служити имућним носиоцима тих интеграција.

5. Уместо закључка навешћемо цитат у којем је ова фора вишестрано окарактерисана: „Цртица, облик приповедне прозе који одликује зажетост и краткоћа у приповедању и у којем су дате само назнаке неког догађаја или књижевног лика. Као „мали прозни облик“ њу одликује и мањи степен белетризације стварности, као и одсуство елементарне песничке организације језика. Цртица поседује сродности са приповедним облицима народне књижевности и анегдотом, а у светској књижевности најближа је скици“ (РКТ 1992: s. v.).

3.3.4. ПОРТРЕТ

1. Портрет је – мисли Ђурић (1997: s. v.) – мешовита форма „која се развила у готово самостални жанр“. – „Њена успешност повезана је са чињеницом да се у свету медија готово све окреће око људи и њихових личности“. Новинар креатор портрета има тежак задатак „јер је у његовим рукама могућност да развије слику о некој личности о којој је много сазнао и наслутио“. Треба се уздржавати – савет је Рус-Молов (2005: 76) – од вредносних ставова и омогућити портретисаном да сведочи сам о себи. „[...] Као новинарски жанр, портрет припада репортерским врстама; врло слободне структуре, угла ‘портретисања’ – од аналитичког приказа нечијег дела или активности, до малих есејистичких скица субјективне репортерске визууре“. Ово је врста репортаже

која говори о некој личности у 'жижи' интересовања јавности, која је значајна у науци, уметности, спорту или некој другој сфери човековог интересовања. Постоје: *аналитичко-репортерски портрет* који рачуна на рационално реаговање људи, затим, насупротив овом *есејистички портрет* који је усмерен на осећања читалаца и *портрет-интервју* који припада и жанру интервјуа (в. поглавље о интервјуу), али се од њега разликује по богатству података које новинар-портретист 'извлачи' из саговорника.

2. Пример за анализу биће текст са насловом *Вера Чукић – Уживам у глуми* (Венац, омладинска ревија, број 63, 4/1978, 53, потп. М. Шарац):

Тренутно једна од врло ангажованих и популарних глумица, Вера Чукић, паузу, између пробе комада *Вишињев гај*, који се спрема у Атељеу 212, и у коме она игра главну женску улогу, искористила је да говори за читаоце 'Венца', па на почетку интервјуа Вера каже: „Венац сам и ја у своје време редовно читала“. Извињава се због малог закашњења који је настао због продужетка пробе у Атељеу 212, јер неки глумци нису стигли тачно на почетак пробе.

„Како све успевам да урадим на време да то буде добро[,] и сама се чудим!“ Верина животна каријера колико је успешна исто је толико и интересантна. У основну школу је пошла са пет година, јер је изгледала старија. Као петнаестогодишњу девојку запазио ју је редитељ Столе Јанковић и дао јој улогу у филму *Кроз грање небо...* По завршетку гимназије одлази са седамнаест година на Позоришну академију и тако постаје најмлађи студент Академије. Истовремено се уписује на Филолошки факултет и ванредно студира светску књижевност, али је и није дипломирала. Као студент четврте године Академије добила је први ангажман у Атељеу 212 у комаду *Размена*, у режији Предрага Бајчетића. За ту улогу на 'Фестивалу малих и експерименталних сцена' у Сарајеву добила је награду. Пошто је пет година провела у Атељеу 212, одлучила је да пређе у Народно позориште.

„Волим да мењам репертоар. Сматрала сам да је време да и ја променим средину и сцену“. Велики број награда се налази у Вериним витринама. Ту је «Повеља» са Глумачких сусрета у Нишу, затим награда за одличну улогу Софке у *Нечистој крви* Боре Станковића.

„Уживам у глуми! У доколици се бавим фотографијом, шијем и сликам. Глумачки посао обављам веома савесно и професионално. Хоћу из себе да извучем максимум радило се то на сцени или на филму. Моји најдражи филмови су: *Имам две маме и две тате* Креше Голика, *Кафанска певачица* Јоце Живановића и *Жута*. Тренутно снимам филм *Тигар*“. У том филму игра једну саксофонисткињу која баца боксере у нокаут, наравно не снагом песница, него својим неодољивим шармом. Партнер јој је Славко Штимац. Постоји могућност да се у том филму појави и Мате Парлов. Поред проба у Атељеу 212, снимања филма, поред редовних представа у Народном позоришту[,] чији је стални члан драме, Вера припрема свој «шоу» за *Недељно поподне* Телевизије Београд. У том «шоу» Вера игра, пева, глуми...

„Веома волим музику. Волим да путујем! Волим море, лето!... Веселе сам природе“.

За Веру је везан један врло интересантан податак: у Народном позоришту је прошле године одиграла сто двадесет представа *Нечисте крви* пред препуном салом, што код нас до сада није забележено откако постоје позоришта. Наравно добрим делом је за то велика заслуга и Vere, која поред свог неодољивог шарма привлачи и својом изванредном глумом.

3. Ово је портрет-интервју. Састоји се из три мања дела. На почетку, већ у првој реченици се упознајемо са личношћу о којој ће бити писано. У другом делу излагања јесу прикупљене чињенице из живота интервјисане, али и њене изјаве. Портретиста даје биографске податке који се тичу њене каријере, односно, почиње од самог њеног школовања, глуме, студија на Позоришној

академији. На крају као поента наведен је податак о успешном наступу у једној представи у Народном позоришту.

4. У основи текста лежи интервју, од којег су наведени важнији одговори интервјуисане особе, а надградњу чини ауторов текст: обавештења о интервјуисаној особи, и коментари.

а) Изјаве интервјуисане глумице односе се на њен живот и рад. Местимично су то изјаве о склоностима („Веома волим музику. Волим да путујем! Волим море, лето!... Веселе сам природе“), а делимично о послу и начину живота („Уживам у глуми! У доколици се бавим фотографијом, шијем и сликам. Глумачки посао обављам веома савесно и професионално. Хоћу из себе да извучем максимум радило се то на сцени или на филму. Моји најдражи филмови су: *Имам две маме и две тате* Креше Голика, *Кафанска певачица* Јоце Живановића и *Жута*. Тренутно снимам филм *Тигар*“). Исповедни тон подастрт је жељом интервјуисане да себе прикаже у што повољнијем светлу, па у извесном смислу потенцира своје позитивне црте: способности, марљивост, ред итд.

б) Ауторски текст одише друкчијим духом. Приказ личности је неумешан и наиван (*Верина животна каријера колико је успешна исто је толико и интересантна*. – За илустрацију се наводе подаци о школовању, и ангажману у средњошколским годинама у неком филму). Аутор уместо да се држи података и њима осветли позитивни лик глумице, покушава надутим стилем и повишеним тоном да увери читаоца у оно што заправо није истина (Успеси интервјуисане нису наравно за потцењивање, али не заслужују ни громогласне похвале из пера аутора).

в) Стил написа креће се између једноставног канцеларијског извештаја преко неумерено ласкавих оцена (исп. поновљено: „неодољиви шарм“) до бомбастично сроченог сензационалистички надувеног коментара, који заправо не стоји у сразмери са изнесеним чињеницама (Врлине интервјуисане глумице врло су наглашене, чак толико да то видно одудара од података који се о њој наводе: *Велики број награда се налази у Вериним витринама* – наведене су само две, обе прилично ограничене вредности).

3.3.5. РОМАН У НАСТАВЦИМА

1. Роман у листу није, наравно, новинарска категорија него припада – литератури, и то лакшој, забавног карактера (Славковић 1979 : 274). За разлику од првих штампаних романа у наставцима, који су били објављивани на месту за фељтон, испод црте, па и носили назив „роман-фељтон“, данашњи романи у наставцима се објављују преко целе стране. Циљ романа је да разоноди, а ликови су често са друштвене маргине: кријумчари, алкохоличари, продавци дроге, детективи. Ми смо се определили за социјални роман, који је касније доживео и екранизацију. Реч је о роману *Крамер против Крамера*. Наводимо само последњи одељак, и то не у целости, јер дужи текст није могуће укључити у књигу таквог обима као што је наша:

Крамер против Крамера

Расправа је почела у 9.30. Трајала је читав тај дан и половину следећег. Оно што се чуло у судници био је опис читавог једног живота. Вратили су се у прошлост, у време Џоаниног одласка, говорили су о његовој одлуци да задржи дечака, да узму кућну помоћницу, да сачува домаћинство. Шонеси је постављао питања с пуно осећања. Дајте том човеку његово дете, изгледало је као да хоће да каже судији. Погледајте шта је све учинио. Говорило се о викендима, о дечаковим оделима, о прочитаним књигама и одиграним играма.

Негде при крају расправе, у судници је дошло до извесне промене. Џоана Крамер, која је све време седела безизразна лица и своју равнодушност моделирала према адвокатовој, почела је да слуша, заинтересована изјавама и богатством детаља, неспособна да скине поглед са сведока. Одговарајући на последње питање – зашто жели да задржи дете – Тед Крамер је рекао:

- - -
- Немам никаквих илузија, нити тврдим да ће ми дечак бити захвалан. Желим само да будем с њим, као што сам досад био, јер га волим.

Ниски ударци

Реч је добио адвокат Гресен. Одмах је почео да засипа Теда питањима о сатима, данима и ноћима проведеним далеко од Билија. Питао га је колико често узима беби-ситерку, да ли напушта дете да би спавао са женама. Покушавао је да подвргне сумњи и његов морал и приврженост детету.

Тед је сматрао недостојним тај напад инсинуацијама и полуистинама, али је помислио да је његов адвокат такође задао ниске ударце Џоани. Била је то, као што је Шонеси рекао, прљава игра.

Гресен се сада окомио на Тедово службовање, помињући имена и места. Тед је схватио да су они изнајмили приватног детектива да пронађе информације које ће употребити против њега.

- - -
- Колико сте послова променили за последње две године?

Оно што је Тед сматрао својим успехом – налажење послова – адвокат је покушавао да прикаже као карактерну ману.

- Ја само проверавам каријеру овог човека – рекао је. - Он тврди да је способан, а не може да сачува посао.

Адвокат Гресен се тада обрати Теду:

- Господине Крамере, је ли тачно да је ваше дете готово изгубило око док сте ви бринули о њему?

Тед за тренутак није могао да схвати питање, па га је адвокат поновио:

– Кажем, да ли се дете повредило док сте се ви старали о њему и сада је трајно унакажено?

Тед је одједном осетио слабост, као да ће се онесвестити. Погледао је према Џоани. Она је рукама покрила лице.

– Да ли хоћете да кажете да је био немаран као отац? – упитао је судија.

– Да, баш то.

– Јесте ли у стању да поднесете доказе о немарности?

– Нисам, али...

– Ово је изолован случај, адвокате. На основу тог једног случаја не може се говорити о немарности.

– Онда, немам више питања.

Тед се повукао са места за сведоке. Још се осећао лоше. Полако је пошао према Џоани и стао пред њу.

– Ово је крајње подло, Џоана. Крајње подло.

– Жао ми је, – рекла је она. – То сам му само узгред поменула, не помишљајући да ће се он послужити тиме. Да сам знала, не бих му то никад дозволила. Никад!

Али, догађаји су текли независно од ње. Уосталом, као и од њега. Обе стране су имале своје адвокате, а адвокати су имали своју тактику. Тако су само једно другом наносили бол и трпели бол.

Расправа је завршена излагањем обојице адвоката. Тужиљин адвокат је инсистирао на материнству, „тој јединственој, животворној сили, у поређењу с којом ништа на земљи није важније... Неприродно је раздвајати тако мало дете од његове мајке“.

Адвокат туженог позивао се на очинска осећања:

– Очинска љубав је снажна. Она може бити исто тако дубока као и материнска, што се и видело на сведочењу у овој судници. Било би сурово и неправедно да се дете повери другоме.

Суђење је било завршено. Судија ће одлучити. Пресуда неће бити изречена у судници, него ће, по обичају, бити објављена у судском билтену. Билтен ће бити достављен адвокатима, а адвокати ће телефоном обавестити своје клијенте.

Уочи викенда

Није допуштао себи да буде дуже од петнаест минута удаљен од телефона. Размишљао је о расправи, присећао се појединих детаља и био задовољан начином на који је његов случај изложен.

Иначе, понашао се онако како је био описао пред судом, што је било нормално понашање. Проводио је дане на послу, а вечери код куће, са сином.

Ближио се тродневни викенд – дан више због Вашингтоновог рођендана. Лари и Елен су га позвали у кућу на Фајер Ајленду. Пошто није било воде и грејања, камповаће пред кућом и ноћивати у врећама за спавање. Били је то називао „великом авантуром“, а за Теда ће бити испуњено време до следећег радног дана, кад ће наставити да ишчекује адвокатов позив.

У петак, дан пре викенда, адвокат му је телефонирао.

– Теде, овде Џон.

– Да?

– Пресуда је донета, Теде. – Изгубили смо.

– Ох...

– Не могу ти рећи колико ми је жао. Веома сам потресен.

– Како је могла да добије? Како?

– Она је мајка. У деведесет одсто случајева дете додељују мајци. Још је већи проценат кад су деца мала.

– Изгубио сам га! Зар је могуће да сам га изгубио?

– Све смо учинили, Теде.

– То није поштено.

– Знам, али све наде нису изгубљене. Ако се услови измене, можеш увек поднети захтев да ти се додели дете. Можемо се и жалити. Али, ипак мораш да се повинујеш. Виши суд обично потврђује првостепену пресуду.

– Значи, морам да јој га дам. Је ли тако?

- Теде, страшно ми је тешко.
- Мој Били. Мали мој Били. Ох, боже...

Прекинуо је посао, сувише утучен да би могао да ради. Отишао је кући и шетао тамо-амо по Билијевој соби. Требало је да у кофере спакује читав његов живот. Да ли да остави нешто да се нађе детету кад дође у посету? Покушавао је да смисли шта да му каже, како да му објасни.

Грожђе и јабуке

Рон Вилис, који је и даље служио као Џоанин посредник, телефонирао му је пошто га је најпре тражио у канцеларији. Био је љубазан, као и што приличи победнику. Желео је да зна да ли ће понедељак у 10 часова пре подне одговорати и питао је да ли би Тед могао да у један или два кофера спакује најважније Билијеве ствари. О играчкама и књигама могли би да се договоре касније.

Госпођа Вилевска се вратила из самоуслуге и Тед ју је обавестио да је дечак додељен Џоани. Време које је провела с Билијем било је од неоцењиве користи, рекао јој је. Одлучио је да затражи од Џоане да је преузме, на шта је она рекла да ће, наравно, радо наставити да се стара о Билију. Мало касније се повукла у купатило и Тед ју је чуо како плаче.

Били ће ускоро доћи из школе и Тед је замолио госпођу Вилевску да га мало изведе у парк. Он има неке незавршене послове и не може сада да га види. Затим је обавестио пријатеље и примио њихове изразе жаљења. На крају се јавио мајци. Дора Крамер није викала, како је очекивао. Џоани је додељено дете – рекао јој је, а она је мирно приметила:

- Плашила сам се тога.

Питање Ете Вилевске било је Теду прва брига. Желео је да ступи у везу са Џоаном пре него што она направи планове. Ако би одмах послао експресно писмо, Џоана би га добила ујутро. Није хтео да разговара с њом. Било је и других ствари око Билија које треба саопштити. Није могао да му прикачи цедуљу за капутић као да је избеглица. Написао је:

„Џоана, овим ти представљам Вилијама Крамера. Он је слатко дете, као што ћеш видети. Алергичан је на сок од грожђа, али му можеш давати сок од јабука колико год хоће. Понекад га ноћу посећују личности из стрипова. Узгред буди речено, његов лекар је др Фајнман. Најбољи лек за прехладу му је „судафед“. Најмилије приче су му „Бабар“ и „Вини Пу“, али све више и „Батмен“. Досад га је чувала Ета Вилевска, и то је главни разлог за ово писмо. Она је дивна жена, савесна, врло пажљива према Билију, искусна. Што је најважније, Били је воли и навикао се на њу. Молим те да је задржиш. Њен телефон је 555-7306. питај ме ако ти нешто треба. То је све чега се сада могу сетити. Покушај да пред њим лепо говориш о мени, а и ја ћу то чинити у односу на тебе, упркос ономе што осећам, јер тако ће бити „у интересу детета“, како кажу. Тед.“

Чекајући Џоану...

Остало је још неколико часова до Џоаниног доласка. После доручка је у два кофера спаковао Билијеве ствари. Сада није имало ништа друго да се ради него да се чека. Били је отишао да гледа телевизију у очевој спаваћој соби, а Тед је читао новине у дневној соби.

Џоана је каснила. Било је 10:15. Могла се бар потрудити да овај дан протекне што је могуће безболније, мислио је Тед. У 10:30 је нервозно шетао по соби.

Стварно ружно од ње! У 11 је схватио да не зна чак ни њен број телефона. Име јој није било у телефонском именику. Покушао је да пронађе Рона Вилиса и није успео.

У 11:20 телефон је најзад зазвонио.

- Теде...
- Побогу, Џоана!
- Жао ми је.
- Где си, до ђавола?
- Код куће.
- Код куће?
- Теде, не долазим.
- Како?
- Не могу.
- Шта то значи, Џоана?

– Ја... не могу то да учиним.
– Хоћеш да кажеш: овог преподнева? Данас?
– Не могу. Једноставно не могу.
Почела је да плаче.
– Шта не можеш?
– Хоћу рећи... оно време проведено у судници...кад сам чула шта си све учинио. – Једва је могао да јој разазна речи.
– Одговорности...
– Џоана, Билијеве ствари су спаковане!
– Мислила сам да ће бити друкчије, али кад је дошао тренутак... кад сам се нашла пред оним што стварно треба да урадим...
– Шта? Ништа не разумем!
– Мислим да нисам много прибрана особа. Мислим да су ствари које су ме навеле да одем од куће... још присутне у мени. У овом тренутку немам сувише лепо мишљење о себи.
– Џоана, шта то причаш? На чему смо, за име бојје?
– Не могу, Теде. Он је...твој.
– Мој је?
– Желела сам га, стварно сам га желела.
– Мислиш ли озбиљно?
– Не долазим. Нећу се појавити.
– Је ли то истина?
– Више се нећу борити с тобом око њега.
– Могу да задржим Билија?
– Мислим да судија неће имати ништа против. – Глас јој је прешао у јецање. – Ох, Теде...Теде...Теде...
– Смири се, Џоана.
– Знаш, мислим да сам доживела неуспех. Доживела сам неуспех управо како је рекао твој адвокат.
– Ох! Шта смо све нанели једно другом!
– Можеш га задржати, Теде. Он је твој. Само...могу ли да те замолим нешто?
– Шта, Џоана?
– Могу ли да га виђам понекад?
У том је тренутку била толико рањива да је осећао како би је једна непажљива реч могла дотући. Ако би само рекао „не“, она би отишла. Али, зар би могао тако да поступи?
– Смислићемо нешто, Џоана. Не брини.
– Хвала ти, Теде. Ја...једноставно не могу више да говорим.
Спустила је слушалицу.

Срећан човек

Он се наслонио на зид, толико смаћен да ноге нису могле да подносе терет тела. Сео је за трпезаријски сто, занемео. Одмахивао је главом и покушавао да поверује. После свега овога, Били је његов! Седео је, а сузе су му текле низ лице.

Једном му је Ета Вилевска рекла да је срећан човек. Сада се заиста тако осећао. Устао је и вратио спаковане кофере у дечју собу.

Били је гледао телевизију. Требало му је рећи. Тед је искључио телевизор и клекнуо испред малишана.

– Били, мама је управо телефонирао. Дакле, Били... ипак ћеш живети овде, са мном.

– Мама не долази?

– Она те воли. Много те воли. Али, биће као што је и досад било. Јер, и ја те волим. –

Очи су му се опет напуниле сузама. – И...био бих...врло усамљен без тебе.

– Хоћу ли спавати у свом кревету?

– Да. И у својој соби.

– И остаће ми све играчке?

– Да.

– И књиге?

– Све.

Дете је покушавало да схвати.

– Дакле, данас не идем тамо?
– Тако је, Били.
– Радиш ли ти данас?
– Не.
– Онда можемо да идемо на игралиште, тата?
– Да, Били. Можемо на игралиште.
Тога дана су радили обичне ствари. Били су на игралишту, ручали у ресторану, гледали „Мапете“. Увече је дечак заспао пошто је саслушао уобичајену причу. Тед Крамер је задржао сина.

(Крај)⁶³

2. Текст пред нама својим живахним тоном подсећа на лаку литературу. Али својом тематиком он задире у врло осетљива питања породичних и личних односа, и односа судских и људских права – једном речи: у однос права у јуристичком смислу речи, и људске правде као етичке категорије.

3. Овај осми део романа у наставцима можемо поделити на неколико целина: прва није насловљена, а даље се нижу целине са поднасловима: *Ниски ударци*, *Уочи викенда*, *Грожђе и јабуке*, *Недељни мајмуни*, *Земља духова*, *Чекајући Џоану* и *Срећан човек*. Сваки од ових подналова одговара ономе шта се у роману дешава. Према тематици, ово је социјални роман, у ужем смислу – породични. Иначе, у самом наслову романа *Крамер против Крамера*, примећујемо неке оштре супротности, антагонизам, на шта упућује лексема *против*. Како ћемо сазнати у роману, Крамерови су бивши супружници, који се боре за старатељство над дететом.

4. Главни учесници романа јесу Тед и Џоана Крамер, њихов син Били, адвокати, судија. Као споредни ликови у роману појавиће се Тедови пријатељи Лари и Елен. Суђење је приказано као правна расправа у којој се говори и о детаљима из стварности, али се употребљавају и морално недозвољена средства. Вештији адвокат успева да убеди судију у валидност свог става, и поред тога што је истина на другој страни. То што је Тед више пута мењао посао може се на суђењу посматрати кроз две перспективе: са Тедовог гледишта то је успех, а у адвокатским правним конструкцијама – карактерна мана која Теда представља као неодговорног човека, неспособног да задржи посао. Суђење је кулминирало

⁶³ То је био пример срећног савршеног брака, док једног дана она није отишла, оставивши мужа и сина да се сами сналазе [...] Према овом роману Е. Кормана снимљен је филм који је добио пет Оскара. Преузет је осми део из *Илустроване Политике*, број 1126, 3, 1980: 61–63.

оног тренутка када је Тед представљен као немаран отац у једном тренутку непажње. Тада се он обратио својој бившој жени речима: „Ово је подло, Џоана, Крајње подло”, подвлачећи прилогом *крајње* и онако семантички снажно конотирану лексему *подло* као израз неверице пред оним што се дешава. Искази се повезују комуникативном кохезијом, линеарно: „Али догађаји су текли независно од њега. Уосталом, као и од ње. Обе стране су имале своје адвокате, а адвокати своје тактике”.

Адвокати су бранећи интересе својих клијената, говорили о родитељству, али су вербалне способности Џоаниног адвоката биле израженије, веште, безобзирне; он је користио *ниске ударце*. Даље се још више стиче утисак немоћи оца да задржи дете јер догађаји су текли, суђење је завршено, пресуда ће бити изречена, објављена, и извештај ће бити достављен. У тексту су заступљени дијалози: између адвоката и судије, између Џоане и Теда.

Уочи викенда након тога, уследило је мучно чекање. Тед је стално био уз телефон, очекујући повољне резултате. На адвокатов позив његове реченице су кратке: „Да? И?” јер је нестрпљив да чује исход суђења. Када потом пита адвоката „Значи, морам да јој га дам? Је ли тако?” – одговор је био: „Тед, страшно ми је жао...” Изразита је емотивна ситуација. Тед није могао ништа да ради, остао је са својим мислима.

У поглављу *Грожђе и јабуке* постаје јасно колико је отац везан за малишана, и колико је брижан; али и колико је моралан. Он супрузи пише о њиховом сину, до детаља се бавећи његовим навикама. Наводи да је Били алергичан на сок од грожђа, да му је лекар дао да пије лек, да воли приче: „Бабар“ и „Вини Пу“, „Батман“; моли је да задржи беби-ситерку на коју се Били навикао. На крајумоли: „Покушај да пред њим лепо говориш о мени, а и ја ћу то чинити у односу на тебе, упркос ономе што осећам, јер тако ће бити ‘у интересу детета’, како кажу”.

Мајка није на тој моралној висини, али кад на суђењу осети нечасне адвокатове намере, она покрије лице рукама, свакако из осећаја неправде. На крају спознаје пуну истину о себи, мужу и детету, осећа грижу савести, и оставља сина Теду, а он јој обећава да ће моћи да га виђа. На крају романа, отац и син се ослобађају мучних осећаја и притиска.

5. Превођењем се у тексту дешавају измене које ометају увид у целину стилских поступака. Зато је формална анализа у ствари пре упућена преводу

него тексту као изворној творевини. Ипак ћемо овлаш указати на неке детаље, од којих је бар већина сигурно заступљена и у изворној верзији романа.

а) Метафоре – Адвокат *је задавао ниске ударце*; – *Требало је да у кофере спакује читав његов живот*, – бар су делом оригиналне и инвентивне. Метафорички призивак имају и неке друге конструкције упечатљивог дејства, као нпр.: – „Тед је сматрао недостојним тај *напад инсинуацијама и полуистинама*, али је помислио да је његов адвокат такође *задао ниске ударце* Цоани. Била је то, као што је Шонеси рекао, *прљава игра*. – Гресен се сада *окомио на Тедово службовање...*” Итд.

б) Писац се не либи ни да употреби јачи израз попут хиперболе: – Он се наслонио на зид, *толико смлаћен да ноге нису могле да подносе терет тела*; – *јединствена, животворна сила, у поређењу с којом ништа на земљи није важније*.

в) Кумулативне структуре и овде, као и иначе, кад су засноване на паралелизму (Симић 2001: 265), добијају савршенији вид градиције (*Сати, дани, ноћи*).

3.3.6. ФЕЉТОН

3.3.6.1. Анализа фељтона

1. Фељтоном (француски: *feuilleton* – подлистак), насталим у Француској око 1800. године, првобитно се називао онај део политичког листа у којем се налазио приказ културног живота (углавном позоришна критика); он је у почетку, дакле, био посебно одвојен и на дну стране, испод линије одштампан литерарни, а нешто касније и политички или какав други прилог. Ф. Врег сматра да фељтон „покушава да кратким описом захвати у шаролику мрежу духовних односа – део света, комадић живота, неки друштвени проблем. Опис је преплетен асоцијацијама из разних подручја живота, монолошним медитацијама, ироничним севањима. Размишљања су субјективна, а запажања осећајна. Из кратких описа и размишљања избијају етички проблеми друштва. Тематски може да разматра културне, унутрашњополитичке, моралне, етичке, филозофске и друге друштвене проблеме. По свом облику фељтон може да буде написан као

писмо [...], као проблемска медитација, као скица, као запис шетача, или као путопис [...]" (Фрег 1964: 193).

2. Фељтон може да буде дуг неколико куцаних страница, односно минута и да, као целина, буде објављен само у једном броју листа или у једној емисији радија, али је сада – изменом концепције – пракса друкчија: фељтони обично иду у наставцима и не искључиво испод црте, у дну стране, него на читавој страни, често илустровани фотографијама, факсимилима, цртежима и графиконима. Написани живо, са драматичном нотом на којој се посебно инсистира, обухвативши један значајан и недовољно расветљен догађај из блиске или, ређе, даље прошлости, фељтони су радо читани и могу да имају значајну васпитну улогу: да ону читалачку публику, која мало познаје прошлост, упознају са детаљима из историје, да објасне узроке тог догађаја и његове последице по развитак друштва.

3. У српском новинарству фељтон фигурира као форма која подразумева да аутор поседује таленат за писање и неку врсту струковне етаблираности. Самим тим је више него други жанрови изложен критици – колико еснафској пажњи, толико и критици јавног мњења. Та појава помаже филтрацију квалитета у фељтонистици. Зато неки фељтони изазивају посебну пажњу друштва и врше велики утицај на изглед јавности⁶⁴. Посебну категорију у овом жанру заузимају фељтони који се баве познатим личностима, њиховим радом и њиховим приватним животима. Ови фељтони се често преплићу са књижевно-уметничким родовима, наликују на приповетку, путопис, биографију или аутобиографију. У сваком од њих је циљ да се неки историјски контекст и јунак у том контексту преломи кроз призму сопственог доживљаја новинара и његову намеру да нам то исприча. Дневне новине, магазини и интернет портали држали су и држе до квалитета фељтона на својим страницама, па тако данас постоје фељтони о „познатима“ који су оставили траг у јавности. „Добрица Ћосић у троуглу: Тито-Ћосић-Ранковић“⁶⁵, „Витезови ништавила“⁶⁶, „Титосталгија“⁶⁷

⁶⁴ Фељтон „Јединица“, Филипа Шварма, објављен у *Vremenu* од 4. 3. 2010. – изазвао је велико интересовање и реализовао се у много реприза и на телевизији и на радију.

⁶⁵ Уп.: *Српска реч*, Група аутора од 03. 10. 1996.

⁶⁶ Исп.: *E-novine*, Драган Радуловић од 04. 08. 2009.

⁶⁷ Објављено у: *Danas*, Митја Великоња од 04. 03. 2010.

серија фељтона о Слободану Милошевићу⁶⁸ – све су то фељтони који су афирмисали и ауторе и протагонисте. Било је примера када је овај жанр злоупотребљаван и када је скоро целокупна српска јавност устала у одбрану и жанра и личности.

4. У последње време, међутим, вечерњи и ревијални листови нарочито, преплављени су фељтонима нешто ниже вредности, – иде се линијом голицања малограђанске психе, пише се о свему и свачему: о интригама на дворовима, приватном животу милијардера и естрадних звезда, о брачним свађама познатих глумаца и спортиста, о растурачима дрога итд. И све то можда би се могло и морало прихватити – јер су и то, на жалост, детаљи живота који тече поред нас – када би прилаз био друкчији: не сентиментално-плачљива причања већ жива, занимљива, истинита казивања о догађају, појави, човеку – о чињеницама које су не само забавно, већ постају едукативно штиво.

„Разумљиво је” – каже Ф. Врег (1964: 197–198) – „да писање фељтона тражи искусног писца. Прави фељтон је неизбежно повезан са личношћу самог писца, јер одражава његове идеје, медитације, осећајне карактеристике, његову културу [...], његову дикцију [...] Јасно је да фељтонистичко писање претпоставља и даровитост. Ако нема талентоване личности, нема ни фељтона. Тако можемо објаснити да у одређеним периодима нема фељтонистике“. Ове констатације могу се прихватити само за ону врсту фељтона какав је био у почетку и какав се још понегде може срести, за написе, дакле, испод линије, а не за садашњи облик (и садржину) фељтона.

5. Према Н. Г. Богданову и Б. А. Вјаземском (1973: 61–62), фељтон је литерарни материјал, проникнут духом оштре, актуелне критике, који постиже своје циљеве помоћу живописног начина излагања. У фељтону се користе елементи сатире и хумора, његовом стилу се даје извесна живост, лакоћа и сликовитост. У нашој штампи популарни су фељтони са културном, привредном, спортском, али и историјском тематиком. Фељтонистику озбиљнијег садржаја нарочито негује ‘Политика’. За пример смо отуда узели два фељтона у наставцима (*Политика*, 3. јануар 2010., стр. 24). Наводимо кратки исечак из фељтона *Византија, рани векови* (писац је Ц. Ц. Норич):

⁶⁸ Исп.: *Печат*, Милорад Вучелић од 22. 02. 2008.

Константин, који је осећао искрене симпатије према хришћанству и искрено веровао да је хришћански Бог одговоран за његово мистично искуство на путу према Милвијском мосту, није још био спреман да пригрли хришћанску веру *in toto*. И мада је до тог тренутка сигурно већ прихватио *Summus Deus*, Највишег Бога, био је и савршено спреман да верује да тај Бог може да се јавља у неколико различитих облика: као Аполон, *Sol Invictus*, или Митра, чији је култ био и даље омиљен, нарочито у војсци, или уистину и као Бог хришћана. Од свих ових његових појава могао је да буде најприврженији овој последњој, али као свеопшти владар, сматрајући да је изнад свих секти и хијерархија, није налазио разлог да затвара било коју од својих могућности.

И римски Сенат се сложио с њим. Да би прославили његову победу над Максенцијем и поновно успостављање закона, реда и царске управе у граду, подигли су у његову част велики славолук који још стоји југозападно од Колосеума. Већина рељефних украса на њему била је, у ствари, искоришћена са разних ранијих споменика посвећених Домицијану, Трајану, Хадријану и Марку Аурелију; Гибон целу конструкцију описује као „сетни доказ урушавања уметности и јединствено сведочанство најопакије таштине“. Запис на споменику, међутим, потиче из Константиновог времена. У преводу гласи: ‘Цару Цезару Флавију Константину који је надахнут божанственошћу и величином духа осветио државу у праведном рату над тиранином и свим његовим следбеницима’.

Instinctu divinitatis [биће: ‘надарен божанственошћу’ – И.Ј.]: фраза је необична и мора бити да је намерно одабрана због своје вишезначности. Не помиње се Христ, а ни крст; нема чак ни назнаке које је божанство у питању. Ипак, Константин је морао одобрити текст пре него што је предат каменоресцима. Природно је што је морао да води рачуна о сваком свом потезу, а свакако нема сумње да су то чинили и сенатори који су посвету саставили; човек мора, и поред тога, да верује да је своју сагласност дао сасвим добровољно јер се лично још није определио за било кога од богова. *Instinctu divinitatis*: и сам то никад боље не би умео да срочи.

Поред славолука и колосалне статуе цара у седећем положају, седам пута веће од природне величине, која је била смештена у преуређену и на брзину преименовану Максенцијеву базилику, а од које је преостала чудовишна буљавна глава од седам тона, која се сада налази у музеју на Капитолу – римски сенат [= Сенат – И.Ј.] је Константину, током последња два месеца 312. године, учинио још један знак наклоности. Прогласили су га врховним августом. У том својству је напустио град почетком јануара 312. [= 313.(?) – И.Ј.] кренуо пут Милана, где је имао уговорен сусрет са Ликинијем...

Без обзира на ситне грешке, које су по свој прилици настале у преводу, текст оставља утисак озбиљне научне расправе, пуне података и компетентних оцена. Успон хришћанства – видимо јасно – дугује захвалност не богобојажљивом, него снажном и ратоборном цару Константину, и његовом успеху у рату за освајање Рима. Писац не улази само у појединости догађаја тих древних времена, него и у личност великог војсковође, његова веровања и колебања, али и одлучност у спровођењу својих одлука, које су свакако погодиле учвршћењу хришћанске религије у најмоћнијем царству тога времена.

6. Други пример који ћемо навести преузет је из *Православља (новине Српске патријаршије)*, јануар 2010., стр. 36. Тема је опет историјска, али је карактеристично да текст није преузет из историјске студије, него је писан управо као фелџон (потписник Живорад Јанковић). Преузимамо почетне пасусе:

Вожд Ђорђе Петровић

Велики вожд

Интересовање за водећу личност обновљене српске државе, која, нажалост, траје кратко, само од 1804. до 1813. године, почиње већ са првим данима отпора и траје непрекидно до данас. Судбоносна 1813. спречава да се личност вође, тада у борби настале и сталним ратовањем брањене српске државе, сагледа у потпуности...

О Црном Ђорђу пре 1804. године мало се знало и онда, а потом са појачаним интересовањем, поред поузданих података, стварала се фама чије разне верзије спречевају да се утврди шта је стварно. У писана сведочанства Вожд улази споро и са много мање података од онога што би дало могућност да се више сазна.

Појавио се нагло и по природи посла – као водећи човек – постао недоступан. Они који су били око Вожда, обузети ратним невољама, нису се занимали за његову прошлост, а другима је било немогуће да му приђу.

Чак и Петар Јокић, као Ђорђу врло близак човек пре устанка и кроз устанак командант његове гарде, довољно је далеко од места где се расправља и одлучује. И на његовом примеру најбоље се прати настанак слојевитости у српској војсци и губитак почетног „демократског“ карактера. Само неколико дана после Орашачке скупштине почиње други начин живота. „Ујутру нам наједанпут заповедише да идемо. А, већ куд? Не знамо...“. То „не знамо“ често се среће током Јокићевог казивања и сведочи колико су знања учесника у догађају мала.

Многи од бораца који су под командом Вожда ратовали читавих десет година, нису имали прилике да га лично упознају, слично Милошу Стојићевићу Поцерцу: „Ми и’ питамо, знају ли они Господара. Кажу да га не познају. Ми им покажемо ко је Господар, но они се сузбијају. Мисле, да и’ варамо, јер га виде у гуњу и опанцима. Приђоше да га пољубе у руку“.

Не чуди што га Турци на разговору после Тичарске битке (1810.) не познају, пошто је и тада слабије одевен од осталих војвода. Нису веровали да је он ту са њима присутан и зато су се растали са поруком: „поздравите Црног Ђорђа“. Другом приликом ће се рећи: „Питате ме за Господара нашег Георгија Петровића је ли код двора цесарског у служби био. Разни разво говоре, но више веле да је код Михаљевића на нашој страни капларом био; али, знају са временом, за сада питати га, мали смо“ [...]

Скромни су домети наведеног списка, и скроман је дијапазон знања и духовних потенцијала пишчевих. Он се креће по површини чињеница без могућности да се удуби у њихов виши смисао. Али једно је добро погођено: карактер Великог Вожда и његов ратни геније. У сељачком гуњу и опанцима, скромно одевен, он се нимало није истицао из масе својих сабораца, нити се уздизао од њих и тежио реду осталих устаничких вођа, али памећу и храброшћу био је изнад свих. Није Карађорђе тежио личном истицању и себичној грабежљивости карактеристичној за људе на вишим положајима. Био је предан идеалу националног ослобођења до последње честице свога бића. Своју дужност схватио је не као прилику за сопствени успон, него као мисију да одржи јединство војске и успех ратовања. И то му служи на част и као човеку и као вођи народне револуције.

7. Нема сумње, фељтон је данас заправо исто што и књига у наставцима у којој се води расправа о битним питањима науке, политике, привреде, културе, спорта итд. То може бити публицистички трактат у ужем смислу речи, а може бити научна расправа, политички памфлет, – или такође песничко дело високог

ранга. Стил фељтона, према томе, није ни новински у правом смислу речи, нити у првом реду новински и публицистички уопште, јер стил зависи од тематике и метода њене обраде. Једино што се може устврдити, јесте да је стил оне врсте која пристаје теми и намени текста који се објављује као фељтон.

8. Следећи пример који узимамо у разматрање јесте *Јесен Милоша Црњанског*, Р. Поповића (уп: *Вечерње новости*, од 10. до 22. фебруара 2008). Он припада белетризованом типу који задовољава и комуникативно-информативну, и експресивну функцију језика. Ипак он је и фактографски по начину преношења информације за који се аутор одлучио. Аутор се овде одлучио за комбиновану форму излагања – дијалошку и приповедачку. Делови у којима је аутор присутан ненаметљиви су и служе да нас уведу у конкретну грађу, која нам се презентује у форми дијалога, интервјуа, писма, чланака, биографија... Све што је аутор текста сакупио и решио да нам обелодани у облику је аутентичних дијалога и монолога, било да су они везани за самог писца, или су рефлексивна пишчевог живота и дела. Композиција је линеарна, дијахрона. Приказује живот Милоша Црњанског у периоду од 1964. до 1977. са прецизним подацима о датуму и месту догађања. По доследности са којом је коришћена грађа овај фељтон има и хроничарски карактер. То је хроника не само писца и његове околине већ и прилика у друштву, посебно у уметничкој елити тога доба. Наводимо само мали исечак да бисмо се уверили у особености стила овог текста, а анализа се тиче целине фељтона. Дакле, ево тог исечка:

Терет народа свог

У својој изби, у Квин корту 83, у Лондону, Црњански живи таворећи, заправо сањајући свој повратак у домовину, повратак пун неизвесности, али он жели коначни смирај у Београду. О томе душу никоме не отвара, али из разговора с амбасадором Срђом Прицом и његовом супругом Вукицом, који га повремено позивају у свој дом, дискретно ставља до знања да би можда ишао у своју земљу, да би се вратио.

Систематизује своје исписе из Британског музеја о српским поменима у енглеским изворима, записима и хроникама. Настају четири текста и Црњански их шаље редакцији недељника НИН. Редакција је 12. јуна 1964. године објавила први текст „Ноулз о Косовској бици“, а потом и остале, наредних недеља: „Археолошке везе Балкана“, „Вендски траг у Британији“ и „Откуд потичу имена наших река и брда“. Он систематизује различите изворе, али се не опредељује, остављајући очито научницима да крену трагом извора како би се ови проблеми решили. У лето 1964. године, на питање младог сарајевског књижевника Анђелка Вулетића – шта је битна карактеристика његовог стваралаштва док је био млад – Црњански одговара: „Национални осећај пре свега, као и код целе моје генерације. Љубав према свом, не баш сретном народу. Љубав према нашој заосталој књижевности. Та љубав није никаква заслуга. Она је просто последица мог рођења на северној граници, крајњој граници нашег народа. То је имало за последицу претерани осећај национализма. Ја тиме тумачим пред самим собом скоро све што сам радио, писао, претрпео, до завршетка године 1934 [...]“.

Вулетића интересује његово виђење живота у туђини:

„То што је Буњин добио Нобелову награду живећи у Паризу, или један велики песник Шпаније живећи у Мексику, не значи да су боље писали у иностранству. Писац као Антеј постаје снажнији само кад додирне своју земљу. Херкул је иностранство. У туђини се губи воља за радом, туђина увек смањује остварену количину рада. А камелеони су многобројни у нашем времену [...] Значи само да се велики писац рађа и цвета само у свом родном крају [...]“.

Упитан шта ради, Црњански одговара:

„Ја се већ неколико година бавим сонетима и мадригалима Микеланђела. Објавићу ове године есеј о томе [...] Природно је, без даљега, да учествујем у судбини оног народа за који ме је мати родила. Књижевник који не учествује у судбини свог народа није прави књижевник. Нарцис у литератури спада у категорију менталних онаниста [...]“.

На крају писац поручује:

„У нашој литератури општа је појава била да писац и песник згасну рано. Мени се то неће десити [...]“.

И, потом, додаје:

„Осећам се поносним што сам дочекао да се могу вратити у нашу књижевност после многих патњи. А сматрам да је одвратно кад песник ставља себе високо изнад других људи. Андрић (Иво) је рекао да себе сматра у народном, општем, животу, као и сваког другог човека. Чујем да Крлежа, који је исто толико био заслужио Нобелову награду, ради за тројицу и не седи заглаван у свој пупак, као што бонзе седе. И ја сам чинио што сам, у својој ситуацији, могао...“.

9. Наслов фељтона *Јесен Милоша Црњанског* – упућује на одабрану тему, а у исто време наслућује и намеру аутора. Поповићева идеја је пројектована кроз наслов – да се једноставно, ненаметљиво и непретенциозно прикажу задње године у животу великог писца. Наслов подсећа на смирај, на гашење, на одлазак и пролазак, крај циклуса који је имао и своју зиму, и буђење и своју пуну зрелост. Симболички су конципирани и наслови поглавља. Симболика наслова прожима цео овај фељтон. То су места која обједињују текст тиме што је у њима кондензовано мишљење аутора⁶⁹.

10. Разговорни стил је особен за овај жанр. Уобичајено је да се његови дијалози осмишљавају у конкретне контемплативне форме. Тога код Поповића нема. Једини медитативни печат аутора је у насловима⁷⁰. У фељтону Р. Поповића лична обојеност испољава се као фино сенчење фактографских партија које се наизменично смењују са дијалогом. Он користи један сведен језик, кратке реченице, и тиме скреће пажњу са језика на чињенице. Оставља читаоцу да информација стигне у интегралном облику, неукрашена. Неоптерећена стилским фигурама и тропима. Поповић користи час перфекат,

⁶⁹ Наслови су: Терет народа свог, Један нови Скерлић, Поруче три поеме, *Сеобе* велико дело, Довољно велики Србин, Нигде *гвоздене завесе*, Очаран великим Теслом, Ситан али виталан, *Сеобе* после *Авлије*, Академија – не, хвала!, Мислим највише о смрти, Заточеник дома свог, Све је готово, докторе.

⁷⁰ Наравно, не треба негирати да је целокупна стилска кодираност неког текста иманентна аутору, али стил у ужем смислу мора да садржи квалитативне елементе и консеквентност. Или намерну неконсеквентност.

час презент, лексика је прилагођена најширем аудиторијуму. После дужих делова под наводницима прву реч следеће реченице почиње великим словима. Као да каже: „Ово сад говорим ја“. У ствари, аутор хоће да остане невидљив. Хоће да једноставношћу израза не омета богатство, разноликост и информативност који прате цитате Црњанског и његових савременика. Поповић неће да смета, чињенице су снажне саме по себи.

11. Мешање жанрова и њихових стилова особено је фељтону. У последњем делу овог који анализирамо причање се претвара у приповедање. Стил који је био фактографски постаје литерарни, сугестивно наративан – а да се наизглед није нимало променио. На тренутке подсећа на жанровску форму вести, на извештај, али испуњен дубином садржаја и сликовношћу. Смењују се кратке и дуге реченице како се смењује деменција и луцидност у задњим данима Црњанског. И наслов фељтона добија дубљи смисао. Заиста у јесен умире Милош Црњански под чудним околностима. Аутор пушта да те околности говоре више од речи, пушта Црњанског да својом последњом реченицом означи Врхунац нарације. Затим иде кратка вест о сахрани. И на крају стих.

3.3.6. Закључак о фељтону

У фељтонске прилоге убрајају се литерарне врсте, прилози из разних подручја уметности и фељтонистички облици научно-популарне литературе. Тематика је такође разнолика: доминирају политичке, економске, социјалне, литерарне и историјске, али и теме из свих области живота и људске активности (уп.: Јовановић, И. 2017в: 43–59). Фељтон је публицистичка проза која покушава да кратким описом захвати и шаролику мрежу духовних односа – део света, комадић живота (исп. Ђурић 1997: 448). То је сада дужи, живо, са претензијама литерарне драматике описан, обично историјски догађај, историјска појава или подвиг једног човека, по правилу ратни или шпијунски, иако обухвата и друге садржаје: политичке, културне, спортске (само што они морају да имају елементе причања и елементе литерарног писања). А то опет значи да фељтон треба да дâ пресек неког догађаја, осветљен индивидуалном оценом и изнесен на начин који није сувопаран, хладан и уздржан. Као такав, фељтон није типичан облик новинарског текста, и то не само зато што га најчешће пишу људи изван редакције (писци, историчари) већ више стога што

нема наглашене журналистичке елементе: актуелност чињеница, строгу информативност и лапидарни језик саопштавања.

3.3.7. КОЗЕРИЈА

1. Козерија (фр. *causerie* ‘разговор, ћаскање’) у РКТ s. v. дефинисана је на следећи начин: „Кратак књижевни прозни састав (понекад и у стиховима), обично новински есеј или фељтон у слободном, лежерном тону и језику, у коме се на занимљив и забаван, духовит, често и хумором проткан начин говори о разним актуелним збивањима, појавама и личностима [...]“.

2. По дефиницији, дакле, козерија је варијанта фељтона са есејистичким примесам у стилу. Духовитост израза приближава је шаливој причи итд. Козерија може бити употребљена као ефикасно средство политичког, идеолошког или каквог другог обрачуна, и од вештине писања и упечатљивости стила често зависи исход полемике.

3. Будући да је срачуната у првом реду на утисак код читаоца, и на свежу слику онога о чему је реч, козерија је – у том светлу посматрана – заправо врста хумореске, од које се разликује једино по томе што на први поглед неприметним начином – исмева одређену личност, поступак, појаву или сл.

4. У разматрање узимамо најпре козерију објављену у хумористичком часопису *Јез*, бр. 3027, г. 76, стр. 8 (З. Николић Зозон):

СРАМОТА, БРУКА, СКАНДАЛ, БЉАК!

Браћо и сестре, чини ми се да смо се жестоко огрешили о наше, боље рећи народне посланике! Јесмо, богами, и то само због тога што нисмо дозволили да нови Закон о народној скупштини не само ступи на снагу него и уђе у процедуру. Наравно, требало је да им дозволимо да после само 15 година радног стажа оду у пензију са све богатом отпремнином. Требало је, јер им је још само то фалило па да накриве капу или шубару па лагано оду у легенду са по хиљаду евра пензије. Месечне пензије!

И, уместо да им дозволимо усвајање још сијасет закона којима би сами себи омогућили куповину преко реда у било ком хипермаркету у земљи, ослобађање од плаћања путарине где год се запутили и бесплатно обданиште за сву децу коју су нам направили, ми им забрањујемо да одлазе у пензију после три мандата!?

Свашта! То само говори да ми и даље не знамо да ценимо и поштујемо оно што је наше...

Не знам да ли је касно, али ја бих их сада предложио за почасне гађане Србије које не би „качио“ ни овај нови Закон о саобраћају, само да би ладно прелазили на црвено и као пешаци и као возачи. С тим у вези, за тај небески део Србије не би требало да важи ниједан овоземаљски закон, па чак ни онај на чијем су писању, усвајању и ступању на снагу сами учествовали! Јер, они заслужују много више од онога што им тако скромно дајемо!

За њих би премијер свакодневно морао да кува кафе и лично им односи у Парламент. Њима би председник државе морао да се јавља и пре и после сваког пута, па био тај пут по земљи или иностранству. Њима би министар финансија морао да подноси рачун, а не они њему. Рачуне за станарину, струју, кабловску телевизију, интернет, статичне и мобилне телефоне морали бисмо ми да им плаћамо! Када им већ плаћамо све остало, ово ће нам бити „ко ‘ладне воде попити“.

Треба их ослободити куповине бензина, плаћања таксија, као и евентуалне казне ако би их контролори којим несрећним случајем затекли у возилу јавног градског превоза без карте за вожњу у једном правцу. То ће бити мали корак за нас, али велики за њих! Дневнице им под хитно треба повећати! Као и имунитет.

И, на крају, свима би колективно и јавно требало пенцетирати образе. Кожом коју су нам скинули с леђа. Наравно, на наш рачун.

Па, нек’ кошта шта кошта!

а) Кроз иронију као основно стилизацијско средство, аутор проговара о актуелним питањима у вези са понашањем народних представника у Скупштини. Иронија избија из тобожње подршке писца себичним одлукама посланика да себи подигну плате и поведу дискусију о прераном одласку у пензију, а све пред лицем народа који живи у беди и неизвесности будућих збивања. Од почетка према крају тон излагања доживљава стални успон, све до досетљиве поенте о ‘пенцетирању образа’, која је уједно и кључ за одгонетање стварног смисла написа.

б) У наслову козерије су три синонимне лексеме чијом се кумулацијом потенцира и продубљује комуникацијска ефицијентност. Узвична интонација потенцира тон којим се поменуте речи изговарају. Лексеме су, уз то, и гласовним склопом парономастички повезане. Последња реч у низу представља логичну реакцију на оно што прве три значе. Цео наслов је у ствари коментар који читалац има кад прочита редове ове козерије.

в) Карактеристична је употреба презенте, али је пре свега видљив велики број глагола употребљених у потенцијалу. Тим обликом се показује да се дата ситуација не износи као реална, него као могућа. Тиме се пародијски имитира нарацијски манир посланика при изношењу предлога или предвиђању будућег ‘развоја’ земље.

г) Већина глагола који су употребљени иду у ред моторних, и углавном су свршеног вида, што је пре свега карактеристика уметничког стила, па је њиховим присуством наглашена динамика збивања. Међутим, без обзира на велики број глагола, текст ипак има именички карактер. На 54 глагола, долази чак 80 именица. Живост стила се постиже сменом номиналних и вербалних средстава приликом приповедања, што значи разноврсност у презентацији садржине двема условно говорећи синонимним могућностима.

д) Бомбастичним епитетима иронијски се нијансирају значења именица уз које стоје, и лажно узносе ‘почасни’ грађани: *небески* део Србије, *почасни* грађани, *богата* отпремнина.

ђ) Аутор се поиграва језиком користећи метафорички израз народског звука: *накривити капу или шубару*, или поређењем исте колоквијалне боје: *ко ‘ладне воде напиту се*. Итд. Колоквијални карактер имају вокативи *браћо* и *сестре*, као и афективна речца за изражавање субјективног односа: *богами*.

е) Више је жаргонски него колоквијални израз *свашта*, коју овде писац употребљава изражавајући лажно згражање над непоштовањем представничког дома. Заменице су асемантичне, али одређени семантички садржај, као што је случај овде, могу развијати: „свакојаке ружне (тешке и недоличне и сл.) ствари (биће још свашта код нас)“ (Гортан-Премк 2004: 27). Поменути лексема је стилем, привлачна јединица која образује стилистички контекст. Иронијски су употребљене и присвојне заменице, нпр.: *нашима* се називају народни посланици који су предмет подсмеха. Двосмисленост се у тексту открива посебно интонираним исказима. Експресивни ставови су најчешћи облик изражавања, има и реторских питања, дужих, али и изразито кратких исказа, као што је и онај мало пре поменути, сведен на минимум.

5. Сличног је садржаја и други пример, опет из *Лежа*, бр. 3028, год. 76, стр. 7 (и од истог писца):

ОБЕЋАЊА МЕНИ РАДОВАЊА

Наш народ лепо каже: „Обећање лудом радовање!“ Народ лепо каже, а он зна шта прича (мада никад не зна шта ради). Јер, управо сада када нам је ова проста и актуелна 2010. већ за вратом можда је право време да се подсетимо само једног дела обећања упућених на наше адресе крајем прошле и почетком ове врло просте нам 2010. године. Подсетићемо се само једног дела обећања, јер „Јеж“ је исувише мали за сва огромна обећања којима смо били бомбардовани у стилу милосрдног анђела током протекла [= протеклих] 360 и кусур дана.

Елем, председник државе је обећавао бољи живот за све грађане Србије без обзира на националну, верску и политичку припадност.

Председник Владе је обећавао бољи рад Владе и свој лично, као и бољи живот за све становнике Србије без обзира на верску, националну и политичку припадност својих министара.

Сви подпредседници [= потпр-] Владе су обећавали бољи рад подпредседника.

Председница Скупштине обећала нам је у неколико наврата ефикаснији рад Парламента и мање НЛО – ципела.

Министри без портфеља су обећавали да ће радити као да имају портфељ.

Сваки министар понаособ обећавао је да ће рад сваког министарства понаособ надгледати он лично и да ће ти ресори понаособ радити беспрекорно, онако како то сви грађани Србије понаособ и очекују.

Сви државни секретари су обећавали да ће радити онако како је то у интересу народа, и како им наложи њихов ресорни министар.

Директори јавних предузећа листом су обећавали јавни рад и успехе у складу са могућностима, само да би им плате и даље остале тајна.

Судије свих судова, од општинских преко специјалног до касационог, обећавали су нам поштено суђење, ни по бабу ни по стричевима, већ по правди партија чији су симпатизери.

Брижне и надасве напаљене синдикалне вође су нам обећавале бескомпромисну борбу до задње капи крви. Наравно, наше...

Нови председници општина су обећавали бољи живот од онога који се живео у време њихових претходника. Стари председници општина су обећавали кудикамо бољи живот упркос објективним тешкоћама мислећи на светску економску кризу и глобално отопљавање.

Хашки трибунал из године у годину обећава фер суђења(,) али од тога из године у годину не бива ништа. Јустисија јесте слепа, али је у овом случају баш слепица!

Лидери опозиције су обећавали да ће бити много бољи од актуелне власти, као и да ће владати овом земљом много поштеније у складу са европским законима. Али да се стрпимо док не дођу на власт.

Жозе Мурињо је прошле године Интеру обећао титулу, и све су шансе да ће обећање испунити. Да ли зато што је далеко од сер Алекса Фергусона или што је из Италије отишао Карло Анђелоти, не знам. Зна само да ће он по свој прилици одржати реч.

Међу малобројним који су одржали обећање су Радомир Антић (одлазак у Јужну Африку), Расим Љајић (поднео оставку), Рафа Бенитез (није поднео оставку), Милорад Чавић (освојио медаљу), Пикси Стојковић (вратио се у земљу), др Маријана Ковачевић (не даје изјаве за новине), Ћиро Блажевић (не излази из новина) и остали малобројни. А и ја вам свечано обећавам да се више нећу појављивати на овим страницама.

5.1. Основицу наслова чини народна изрека, која је минималним изменама добила на духовитости и изражајности. Текст се састоји од 16 параграфа, уводни део је најдужи и њиме нас аутор уводи у тему о којој ће говорити. Даље се, сваким новим исказом понавља централна лексема, па се тако остварује ритмички паралелизам који прати сличност слика датих глаголом *обећавати* као стожерном тачком око које се групишу сви остали тематски елементи.

5.2. Композиција је изграђена у виду низа паралелних конструкција који чине нешто као градацију, рекло би се низлазну. Субјекти који су обећања давали чине хијерархију, и то од најутицајнијих представника власти – председника државе, преко представника Владе, потпредседника, све до лидера опозиције. Поигравајући са речима аутор чини да та обећања добију смешан одсјај празног брбљања. Тај се утисак појачава и умноженим понављањима других речи која отичу споредним каналима нарације: „Сваки министар понаособ обећавао је да ће рад сваког министарства понаособ надгледати он лично и да ће ти ресори понаособ радити беспрекорно, онако како то сви грађани Србије понаособ и очекују“.

а) Понављања захватају затим и разне политичке флоскуле које се много пута чују са политичких говорница, нпр.: „Елем, председник државе је обећавао бољи живот за све грађане Србије без обзира на националну, верску и политичку припадност. – Председник Владе је обећавао бољи рад Владе и свој лично, као и бољи живот за све становнике Србије без обзира на верску,

националну и политичку припадност својих министара“. – Почетно ’елем’ све поставља у круг колоквијалности, а излагање карактерише као брбљање

б) Та линија нарације води преко празних изјава типа: „Министри без портфеља су обећавали да ће радити као да имају портфељ. – Или: Сви потпредседници Владе су обећавали бољи рад потпредседника. – Па право до ништавних појединости као што су посланичке ципеле: Председница Скупштине обећала нам је у неколико наврата ефикаснији рад Парламента и мање НЈО – ципела“.

в) Насупрот свима у оркестру бесмислених обећања нашли су се примери људи који су своја обећања испунили. Смешна страна њиховог набрајања јесте у томе што њихова обећања нису ни у каквој вези са општим интересом. Тако је остварен контраст, а мисаоно тежиште аутор ставља на прву групу о којој говори, излажући оне који су обећавали, а нису обећања одржали, руглу. Излаже подсмеху лажне величине, и уз хуморни тон каже: „А и ја вам свечано обећавам да се више нећу појављивати на овим страницама“. Тиме је мотив обећања доведен до апсурда, јер је обећање од силног понављања очито сасвим овештало и постало потпуно ништавна чињеница с којом се једино могу збијати шале.

5.3. Формално стилске уређење текста такође заслужује пажњу читаоца и аналитичара.

а) Служећи се параномазијом и иронијом, наш аутор се поиграва речима: „Јустиција јесте слепа, али у овом случају је баш слепица“.

б) Иронијом су прожете и многе описне конструкције које крећу од стилски неактивних, па смелим обртом исходе у смешну супротност: „Брижне и надасве напаљене синдикалне вође су нам обећавале бескомпромисну борбу до задње капи крви. Наравно, наше...; Судије свих судова, од општинских преко специјалног до касационог, обећавали су нам поштено суђење, ни по бабу ни по стричевима, већ по правди партија чији су симпатизери“.

в) Бројни су епитети чија је једина сврха да истакну бомбастичност политичких тирада: *бескомпромисна борба, поштено суђење, огромна обећања...*

г) Затим, у примеру: „Јер, управо сада када нам је ова проста и актуелна 2010. већ за вратом можда је право време да се подсетимо само једног дела обећања упућених на наше адресе крајем прошле и почетком ове врло просте

нам 2010. године“ – аутор игром речи ‘проста и актуелна 2010. већ за вратом’ или ‘почетком ове врло просте нам 2010. године’ заправо се поиграва квази озбиљним подацима уз политичка обећања.

3.3.8. САТИРА

3.3.8.1. Уводне напомене

1. Разобличавајући друштвене недостатке, политичке страсти, људске себичности, непромишљености, мане и глупости итд., на подругљив и духовит начин – сатира као новинска и уметничка форма заправо опомиње и ‘кажњава’. Док уметничке сатире са хумористичком ведрином забављају и растерећују, друге новинске форме сатиричне ноте својом јеткошћу и горчином ангажују, покрећу и обавезују. Уз гротеску, техника комичног преувеличавања и хиперболисања најмоћније је стилско средство сатиричара који настоји неку деформисану друштвену појаву или менталну и моралну изобличеност пренагласити до те мере да она постане очигледна и несносна свима. У композицији сваке сатире има алузивних места која представљају критику друштвене стварности, и на тим местима управо се препознаје однос аутора према свету, и то као негација оног дела света који се ставља под лупу критике. Најчешћа сфера стварности која је под ударом сатиричне жаоке јесте друштвена, посебно политичка стварност, а онда морал. Сатира, у општем контексту ироније ситуације, представља реакцију на постојеће друштвено стање, а може прећи и у скривену побуну. Према томе, сатира се у прагматичком смислу може кретати од духовитог опажања и хумористичког приказа, преко трагикомичног виђења света, до преласка у саркастично огорчење према друштвеним околностима.

2. У књижевној теорији сатира се дефинише (Лешић 1992: РКТ s. v.) као „књижевно дјело у којем је на подругљив и духовит начин изражена оштра осуда једног друштва или људских мана [...]. Данас под сатиром не подразумијевамо толико неки формално посебан књижевни жанр колико специфично изражен пишчев став према приказаној стварности, посебан тон његовог казивања и нарочит начин изградње лик[ов]а [...]. За изражавање своје визије свијета и за остваривање својих циљева сатиричар се служи свим

погодним средствима: од *инвективе* 'непосредног нападаја, прекорним или жестоким речима, које, карајући или ружећи, носе у себи сатиричну жаоку' (Б. Поповић) преко *алузије*, која само наговјештава негативну оцјену, до *ироније*, којом се људски пороци и глупости представљају као високо вриједне врлине (нпр. у Данги Р. Домановића) и на тај начин изобличавају с једном продорном поруком [...]'". Даље Лешић наводи и остале фигуре којима се служи сатиричар – алегија, бурлеска, пародија, травестија итд.

3. Богатство стилских средстава које писац има на располагању пишући сатирични текст, наравно, тражи мајсторско перо да би до читаоца допрла као ефикасни и оптимално ефицијентни израз. Но нису сви сатиричари једнако успешни у свом послу. Лешић наводи пример Р. Домановића, заиста најуспешнијег у критици српских нарави и друштвених односа. „Наругао се“ – по речима Ериха Коша (Предговор: Домановић 1967: 10) – „духовној лењости и непокретности средине која се плаши свега новог и смелог, исмевајући сваку иницијативу и свако настојање да се у мртво море паланачке досаде унесе мало личне ноте и нешто више покрета“. У контексту опште расправе о сатири и њеним особеностима навешћемо исечак из Домановићевог *Вође*.

4. Сељаци неког сиромашног краја реше да потраже боље станиште, са плоднијим земљиштем и више кише. Али не знајући куда да крену у потрагу, запитају се кога би узели за вођу који ће их сигурно одвести куда желе. Ту се нађе неки старији 'мудри' човек који седи и задубљен у мислима гледа у земљу. Учини им се најпогоднијим за то, и изабери га за вођу. Пођу на пут са породицама укључујући старце и нејач, и с пуно поверења у вођу крену за њим – а овај их поведе странпутицама преко трња и камењара, ломећи ноге, руке и вратове; док се и најодушевљенији освесте, остане их свега тројица, и тек тада сазнају да је вођа – слеп. Познаваоци тврде да је најоштрија жаока окренута заправо према Николи Пашићу, радикалском вођи и честом председнику владе, чак до времена дуго после Домановићеве смрти. Следе перипетија и расплет ове невеселе приче.

Смрачило се. Гегају тако на штакама, док тек погледаше, а вође нема пред њима. Још по један корак, па сви опет у јаругу.

- А јаој, нога!... А јаој, мајко моја, рука!... А јаој!...

Кад се свануло, а вођа седи онако исто као и онога дана кад га изабраше за вођу. На њему се не опажају никакве промене.

Из јаруге избауља онај говорник, а за њим још двојица. Обазреше се око себе онако нагрђени и криви да виде колико их је остало, али само је још њих тројица. Смртни страх и

очајање испуни њихову душу. Предео напознат, брдовит, го камен, а пута нигде. Још пре два дана су прешли преко пута и оставили га. Вођа је тако водио.

Помислише на толике другове и пријатеље, на толику родбину, која пропаде у том чудноватом путу, па их обузе туга јача од бола у осакаћеним удовима. Гледаху рођеним очима својим рођену пропаст.

Овај говорник приђе вођи и поче говорити изнемоглим, устрепталим гласом, пуним бола, очајања и горчине...

– Куда нас водиш и где си нас довео? Ми се теби поверисмо заједно са својим породицама, и пођосмо за тобом, оставивши куће своје и гробове наших предака, не би ли се спасли пропасти у оном неплодном крају, а ти нас горе упропасти. Две стотине породица поведосмо за тобом, а сада преброј колико нас је још остало.

– Па зар нисте сви на броју? – процеди вођа, не дижући главе.

– Како то питаш? Подигни главу, погледај, преброј колико нас остаде на овом несрећном путу! Него што смо овакве наказе.

– Не могу да погледам!...

– Зашто?!

– Слеп сам...

У основи ове сатире налази се заправо анегдотска прича која је згодна за кафанске шале. Аутор је од ње направио трагикомичну драму несрећних сиромаша који су своје поверење поклонили неспособном и несавесном вођи. Расплет приче дешава се у запањујућој бурлесци која оставља учеснике без речи, а поуку приче уступа читаоцу, јер је више него очигледна.

3.3.8.2. Анализа новинске грађе

1. Сатира је, дакле, књижевно-уметничка форма, али се у новинарству, с обзиром на однос према суседним жанровским формама, може сматрати варијантом козерије са оштрије израженим критичким ставом према стварности коју приказује. Сатирични тон данас преовлађује једино у разрачунавањима међу политички или како друкчије супротстављеним друштвеним групама (нпр. партијама, присталицама идеолошких, верских, каткада и научних и уметничких струјања), и карактеристичан је за разне врсте памфлета, критичких осврта, полемичких написа итд.

2. Добра и у прави час начињена сатира има изузетно јако дејство и може да изазове далеко већи утисак него ма који бриљантно написан коментар, и она може бити ангажована, може мобилишући да делује на људе у борби за истину и правду. Р. Животић (1993: 117) посебно се осврће на сатиру као ‘литерарну врсту’, а, с њом у вези, говори и о карикатури у новинарству. Један од важнијих методолошких задатака јесте тражити граничну линију између литерарне и новинске сатире.

а) У семиотичком смислу, на сатиру бисмо могли гледати као на другостепено, тј. „упризорено виђење“ стварности (в. Успенски 1979), као на такву поетику вербализоване или субвербализоване композиције у којој се критички исмева појединац, група, држава или власт. За изражавање своје критичке визије света сатиричар се користи непосредним вербатолошким ознаковљењем (инвективом), али оваквом ознаковљењу придружује и алузивне смисаоне прираслице – и у њиховој се комплетизацијској структури реализује инсинуативно, алегорично, иронијско-пародијско, а често и у еуфемистично значење (као персифлажа).

б) Сатиру редовно прати директна и агресивна критичка оштрина инвективе, али се не искључује и могућност смехотворног дејства као секундарног ознаковљења стварности. Овакви ефекти проистичу из вербатолошке двосмислености, слутњи и наговештаја, углавном насталих у примарној неподударности написаног и мишљеног, а може га разумети само онај који је способан да у томе препозна стварносни контекст. За комичне алузије тачно је рекао Владимир Проп (1984: 71) да су „по својој природи ’прелазне‘ између [...] оног што је изричито речено и оног што се подразумева, оног што се сасвим гласно каже и оног што се шапуће“. Сатирична алузија у својој семантичкој основи садржи жељу да се на дискретан начин подвргне руглу или исмеје појединац, нека појава и друштвена неприкладност. У сваком случају, друштвена сатира комбинује комично-пародичне мотиве са социјално-филозофском тематиком. Она је, и када прекорачује свој предмет, конкретна и везана за време и простор у којима настаје, па се у том смислу ниједна сатира не може назвати ’чистом‘, него се тек могу препознати елементи сатиричнога.

в) Једно од кључних питања у вези са феноменом сатире везано је за интенције пошиљаоца (тј. сатиричара), те степене прикривања и откривања сатиричног, као и ефекта који сатирични текст има на примаоца. У овом контексту, интересантно је упутити на Грајсово „начело сарадње“ (уп. Grice 1975) – које подразумева да у комуникацији постоји идеја сарадње која обликује сатиричну форму да би аутор сугерисао и посредно наметнуо свој став. Дакле, порука се изриче у иронији ситуације, посредством које се остварује умножавање значења и изграђивање критичке свести прималаца.

3. Ми ћемо за ову прилику најпре анализирати један пример из нешто даље прошлости, када су политичке страсти биле израженије него данас, а

притисак цензуре много већи – па ипак су се неки ставови, и најоштријим пером исписани, ипак појављивали у штампи или сл. Текст је објављен у *Сатирикону*⁷¹.

ВОЂА

– Добро вече, народе! // – Помози Бог, добри човече! // – Нисам ја добри човек, него обичан путник ненамерник! // – Свеједно, путниче ненамерниче... // – Изволи, добродошао си! Ми ти од свег срца нудимо наше гостопримство, а ти не мораш ништа да нам понудиш. // – И немам много тога. // – Такав нам и треба! // – Ипак, могао бих нешто да вам понудим. // – На вољу ти. // – Да размислим. // – !? // – Може ли овако: ја да будем вођа, а ви народ? // – Не долази у обзир! // – А може ли овако: ви сте као народ, а ја сам као вођа? // – Не може! Али то је већ боље! // – Онда овако: ја сам велики вођа, а ви сте мали народ? // – То није тачно! // – Добро: ви сте велики народ, а ја сам мали вођа? // – Тако је! // – Драго ми је што сте имали толико поверење да ме ставите за вођу. // – Живео вођа! // – Доста патетике... Будимо скромни. // – Доле патетика! // – Сад ћете видети како се народ води. // – Баш смо знатижељни. // – Крените за мном! // – !? // – Само напред, што се чудите! // – Како да кренемо кад ти стојиш? // – Само ви крените, ја ћу за вама! // – То је неправедно: вођа је одувек ишао испред народа. // – Ви се понашајте како вам кажем, а ја ћу да вас савесно водим! // – Хоћемо вођу испред себе! // – Народе, ништа се ти не секирај, ја сам испред тебе! // – Не схватамо те, вођо?! // – Али, ја тебе схватам, народе мој! // – Буди одређенији, вођо: идеш иза нас, а недвосмислено тврдиш да нас водиш? // – Тачно је да сам ја иза вас. Још тачније је да сте ви испред мене. Најтачније је то да вас ја водим! // – Како нас то водиш, вођо? // – Натрашке, народе!

3.1. Насловом се алудира на алегорично-сатиричну причу Р. Домановића истог наслова. Прича је писана искључиво у дијалогу који се води између главних јунака: вође и народа. Вођа у лику путника стиже у неименовану земљу и назива себе ‘путником ненамерником’. Аутор је познату синтагму којом се неко именује као путник намерник, преиначио додавши испред познате лексеме негацију. На тај начин је исказ учинио необичним и дао сатири комичне ефекте. Смисао синтагме се обрће на наличје и продубљује се понављањем у оквиру наредног исказа. Сам путник иза те синтагме крије намере које ће се касније испољити – а које су усмерене на потчињавање народа и проглашење вођом.

а) Прича се од самог почетка гради на контрасту који постоји између два јунака сатире. На томе инсистира путник, будући вођа. Стигавши међу народ (увече!), не одговара на гостопримљиве понуде („Ми ти од свег срца нудимо наше гостопримство, а ти не мораш ништа да нам понудиш“), већ жели да дефинише односе, у којима ће он бити вођа. При томе се исказује као препреден заводник према наивном народу: – „Може ли овако: ја да будем вођа, а ви народ? // - Не долази у обзир! // – А може ли овако: ви сте као народ, а ја сам као вођа? // – Не може! Али то је већ боље! // – Онда овако: ја сам велики вођа, а ви

⁷¹ Из пера Н. Димитријевића. – Бр. 2, за 1981. год., стр. 90.

сте мали народ? // – То није тачно! // – Добро: ви сте велики народ, а ја сам мали вођа? // – Тако је!“

б) Вештим обртом и ласкавом титулом ‘велики народ’, он се успева наметнути као ‘мали вођа’. Народ се не досећа обмани, већ подлеже превари. Понављањем лексема ‘вођа’ и ‘народ’ настаје низ паралелних конструкција поређаних у виду градације која оцртава пут вештог преображаја путника у вођу. Празним обећањима и наметљивим на својој командној улози: „Сад ћете видети како се народ води. / – Баш смо знатижељни. / – Крените за мном!“ – вођа успева да учврсти своју позицију, тј. у позадини. Овим аутор као да инсистира на истини да се за вође по правилу намећу не прави народни прваци и узорни у стваралаштву и напретку, већ они који су на зачељу. Они сматрају да им чињеница што постају прваци даје право да поведу народ: – „Тачно је да сам ја иза вас. Још тачније је да сте ви испред мене. Најтачније је то да вас ја водим!“

в) У расправи која око тога настаје вођа успева убедити народ да крене путем који им он намеће, иако је то очито бесмислена солуција:

– Како да кренемо кад ти стојиш? // – Само ви крените, ја ћу за вама! // – То је неправедно: вођа је одувек ишао испред народа. // – Ви се понашајте како вам кажем, а ја ћу да вас савесно водим! // – Хоћемо вођу испред себе! // – Народе, ништа се ти не секирај, ја сам испред тебе! // – Не схватамо те, вођо?!

д) На крају се обелодањује превара и испоставља поразна чињеница о назадовању: – „Како нас то водиш, вођо? // – Натрашке, народе!“

г) Целокупна композиција се – од експозициј до комичног расплета – осветљава као градација на чијем је врхунцу признање о превари. Алегоријска прича у коју се претвара текст симболизује политичку елиту не заправо као недораслу за свој одговоран посао управљања народом, него још много горе: као носиоца опасних намера по народно добро.

3.2. Густина појачајних израза сведочи о ауторовој тежњи да достигне високу експресивност израза, и тако га вероватно учини уверљивим и упечатљивим:

– Добро вече, народе! // – Помози Бог, добри човече! // – Нисам ја добри човек, него обичан путник ненамерник! // – Свеједно, путниче ненамерниче... // – Изволи, добродошао си!

Чести знаци узвика само су израз експресивности. Но претерана тежња да се постигне једна врста ефекта може имати супротну последицу: стилску ретардацију и слабљење изражајности текста, односно утисак лажног ефекта. У анализираној сатири не можемо се отети утиску о намештености и лажности многих детаља, па ослонац на Домановићеву сатиру, у том светлу посматран, граничи се заправо са slabим имитирањем. Прича се стога показује као slab покушај злоупотребе узора, а не као оригиналан стваралачки производ духовитог козера. Према томе, новинар често и није изједначив са даровитим књижевником, већ се показује као ситни забављач који тежи за јефтиним утиском, а не за стварно критичким изразом који ће деловати као бритка негација неких друштвених појава. Новинарска сатира и књижевно-уметничко дело истог жанра – често се далеко разилазе по естетским и етичким квалитетима.

4. Следи пример савременијег садржаја: сатирична „мушка радио-драма аутора Р. Павловића *Докоњацу*⁷².

Glasovi (Lica): Dimitrije Kotur, Blagoje Karajica, Đurađ Paponjak, Mitar Kačar, Vukan Zobenica, Jevrosim Tubak, Milkan Klačnjak

Akustika ljetnog dana na selu. U daljini huk vodopada i žubor rijeke. Povremeno ptičiji cvrkut i šuštanje lišća na povjetarcu.

Kotur: Bogami je tako. Haj'mo na ručak.

Paponjak: Ma, kakav ručak u ovo doba! Rano je još za ručak... Idemo prije ručka malo dolje do vodenice, da vidimo šta radi Jevrosim Tubak.

Kotur: Dobro veliš. Ja potpuno zaboravio da moramo malo i do vodeničara.

Karajica: Haj'mo onda do Tubaka, šta čekamo...

Muzika, a zatim pretapanje u akustiku sličnu pređašnjoj, samo je žubor rijeke bliži i čuje se klopavanje mlinskog kamena, podalje od blende.

Kotur: Jevrosime, kakva ti je to oblica u rukama?

Tubak: Lipova... Dvije godine sušila se na tavanu vodenice, baš iznad ognjišta.

Karajica: A taj nož? Nismo ga dosad vidjeli.

Tubak: Napravio mi ga kovač Hranislav... Oštar i ljut k'o guja prisojkinja... Rekao sam Maglovu da mu za ovaj nož s drškom od ovnujskog roga neću za meljavu uzimati ušur najmanje tri godine.

Paponjak: A šta nišaniš niz tu oblicu?

Tubak: Gledam, brate, gdje da je zarezem... Nož gladan... zinuo... hoće mekane i suve lipovine, a ja nikako da ga počnem hraniti.

Kačar: Pa, šta čekaš? Suva lipovina ti je u jednoj, a nož, koji baš te lipovine hoće, u drugoj ruci.

Tubak: Šta čekam?... Otkud ja znam?... Čekam da mi sine ono moje... da mi se kaže gdje ću zarezati.

Karajica: I ti, Mitre, svašta pitaš... Znaš da je naš vodeničar, naš Jevrosim Tubak, odavno poznat likovni umjetnik, a svi umjetnici su ti nekako na svoju ruku, pa tako i naš vodeničar.

Paponjak: Naš naivac, je l' ga ono tako nazivaju?

Kotur: Tako su pisale novine kad je izlagao tamo u gradu, poslije one... kako 'no je zovu... likovne kolonije.

⁷² Исп.: http://www.aforizmi.org/etna/etna_170/index.htm. Beograd, maj-jun. 1918. Broj 170. Godina XVIII.

Karajica: Je li, Jevrosime, šta će ti ta dva kvrgava ogranka na oblici?
Tubak: Takve ih priroda stvorila, pa nisam htio da ih odsiječem... Možda će se baš takvi kakvi jesu uklopiti u ono što budem izdjeljao iz ove oblice. Vidiš da liče na dvije ptičije noge.
Paponjak: Hoćeš li praviti pticu iz te oblice?
Tubak: Otkud ja to znam?
Karajica: Ako ti ne znaš, ko će znati?
Tubak: Ja samo nadnesem nož nad drvo, a onda ruka sama krene tamo kud je naumila, kuda je nešto u meni, a meni nepoznato, povuče, pa ne znam šta će od svega ispasti.

Rezak zvuk noža koji zasijeca drvo. Taj zvuk će se ritmično ponavljati, uz manje pauze, do pred kraj drame.

Zobenica: Pisalo se dosta o našem Jevrosimu...
Kotur: ... i govorilo na radiju...
Paponjak: ... i prikazivalo na televiziji...
Karajica: A on ovdje u vodenici prevrće vreće žita i brašna, i baš ga briga za sve to što o njemu govore i pišu.
Tubak: A šta mi je za tim što govore i pišu... Ne govore oni i ne pišu zbog mene, nego zbog sebe.
Kačar: Čuti Tubak i samo djelja, djelja, djelja... Ponekad mi se učini, dok posmatram kako vješto barata nožem, da je u njegovim rukama suva drenovina mekša od sira u mojim šakama.
Kotur: (*iznenađeno, povišenim glasom*) Ljudi, vidite li vi šta je Jevrosim izdjeljao dok mi trabunjamo?!
Karajica: Šta?... Vidi, vidi... Nešto kao... kao... kao...
Paponjak: Kao nos...
Kačar: Da, da, kao nos.
Kotur: Ali, ne bilo kakav nos, nego kao nos, kao nos... Ma, pogledajte, ljudi! Pljunuti nos Kurta Valdhajma!
Zobenica: Onog što je bio generalni sekretar Ujedinjenih nacija?
Karajica: A poslije toga predsjednik Austrije?
Kotur: Baš tog Kurta Valdhajma!
Paponjak: Jest, njegov nos, Kurtov, tako mi današnjeg Svetog Ilije i onih njegovih vatrenih kočija što malo prije odletješe u nebo!
Tubak: (*tiše, za sebe*) Onog Kurta Valdhajma, ili njegovog dvojnika, koga sam, mladog, vidio na Kozari... (*Njegova misao*) Ljeto, četrdeset druge... Ofanziva na Kozari... Oni soldati krvavih ruku tjeraju preplašen, nemoćan narod u logore... Plač, vriska, jauci... Ja petogodišnji dječak... otac me čvrsto stiše za ruku...

Akustika koja dočarava mnoštvo naroda koji se kreće kroz šumu. Poneki pucanj. Povici vojnika na njemačkom i na hrvatskom. Plač djece i žena. Bolno stenjanje. (U slučaju scenskog izvođenja, inserti filma na video-bimu.)

Tubak: (*njegova misao*) I sve bih ja to zaboravio... I kolone, i znoj, i glad, i žeđ, i strah, i oštrice noževa koje su se blještavim sjajem zarivale u grudi sputanih ljudi... Petogodišnje dijete zaboravlja i lijepu stvar, a kamoli neće strahote koje se, teške kao čelik, svojom nejasnoćom spuste na dno duše, pa otud, mračne i nejasne, truju čovjekov život do groba... Zaboravio bih i onog visokog, mladog, štrkljastog fašistu koji je išao u grupi vojnika u njemačkim uniformama i upirao prstom u one koje je trebalo izdvojiti iz kolone nevoljnika pohvatanih u šumi... Zaboravio bih i onu lokvu krvi u kojoj je ostala da krklja moja majka kojoj je jedan vojnik zario nož u grudi kad me je pokušala neprimjetno gurnuti u gustiš i tako me izdvojiti iz kolone koja je vodila u smrt... Zaboravio bih i stisak očeve ruke kad je na njega onaj koščati, suvonjavi, u struku ne prirodno presavijen vojnik upro prst, što je bio znak vojnicima da ga prebace u kolonu muškaraca koja se kretala uporedo s nama... Zaboravio bih i kako me otac tada gurnuo u šipražje, pa požurio u onu kolonu što je vodila u smrt, da bi skrenuo pažnju s mene, i tako me zaštitio od kame... Možda bih i tog mladog, visokog njemačkog oficira zaboravio, da nisam vidio njegov veliki, orlovski nos, koji je štrčao sa špicastog lica...

Vraćanje u pređašnju, osnovnu akustiku.

Kotur: Jest, nos Kurta Valdhajma. Nikome drugom ne može pripadati takav nos nego samo njemu.
Kačar: Kad bolje pogledam, u pravu si, Dimitrije... Valdhajmov, baš Valdhajmov.
Zobenica: A zašto si se ti, Jevrosime, ućutao, pa samo djeljaš li, djeljaš?
Tubak: Šta da pričam kad sve znate?
Kotur: To što djeljaš... Je li to nos Kurta Valdhajma?
Tubak: Kljun... Mislio sam da djeljam kljun... Ali sad, kad i vi tako kažete, mislim da bi to mogao biti i nos Kurta Valdhajma.

Paponjak: Otkud si se sjetio da baš sada djeljaš Valdhajmov nos?

Tubak: Ja sam mislio da izdjeljam pticu... Ali... Nekako mi Kurt u mislima... Neki dan dođe u mlin onaj Vaskrsije Gvozden, odozgo iz Gornjaka... Donio mi litru rakije, zamotanu u dupli list nekakvih starih novina... Popijemo po dvije-tri čašice, Vaskrsije ode, a ja uzmem one novine da ih presavijem i zataknem pod strehu, zatrebaće za potpaljivanje vatre. Kad, gleda me s novina čovjek... Nekako špicastog lica, sa koga štrči velik, pogrbljen nos...

Akustika unutrašnjosti vodenice. Tubakov glas "bori se" sa zvukom mlinskog kamena. (U scenskoj verziji moguć snimak događaja koji slijedi na vudeo-bimu.)

Tubak: (njegova misao) Ovaj nos... Ovo lice... Ovaj pogled čovjeka sa slike u novinama... Čekaj, da vidim šta piše... „Predsjednik Austrije Kurt Valdhajm juče je...“ Ja znam taj pogled, to lice i taj nos... Kurt Valdhajm, predsjednik Austrije? Toliko puta vidio sam njegovu fotografiju u novinama kada je bio generalni sekretar Ujedinjenih nacija, a tek sad, buljeći u zgužvane, stare novine, prepoznajem ovo lice i ovaj nos... Vidim ih preplašenim očima petogodišnjeg dječaka, gore na Kozari, četrdeset druge... Jest, to je on bio... On ili neko mnogo, mnogo sličan njemu, Kurtu Valdhajmu... Samo, tada mnogo mlađi nego na fotografiji u koju buljim... Kad čovjek stari, neke crte lica mu se mijenjaju, a neke ostaju onakve kakve su bile i u mladosti... Taj nos, na primjer... On, baš on, taj nosati i neprirodno u struku presavijeni vojnik, upro je prstom u mog oca... Da, taj njegov nos... To se ne zaboravlja...

(Glasno, više nije njegova misao)

Znam tog čovjeka!

Vraćanje u pređašnju akustiku.

Kotur: Šta kažeš, Jevrosime?

Jevrosim: Znam tog... *(Iznenadeno, kao da se naglo probudio)* Šta ti to mene pitaš, Dimitrije?

Kotur: Nešto si rekao... Kao, "znam tog čovjeka"... Tako nešto... Nisam baš najbolje čuo, pa te pitam šta si rekao?

Kotur: Ništa ja nisam rekao. Šta ću govoriti? Zar ne vidiš da djeljam, a ja kad djeljam, onda niti šta govorim, niti o čemu razmišljam. Prepustim nož ruci, a ruku srcu, pa srce vodi ruku, a ruka nož... I tako... eto... nastaju ove moje besposlice...

Zobenica: Skulpture... Tako je, čini mi se, pisalo u novinama... Umjetnički vrijedne skulpture naivnog umjetnika Jevrosima Tubaka...

Tubak: Ja ih jednostavno zovem besposlice. Dok sjedim u mlinu, djeljam, samo da ruke nekako uposlim, kao da štapom džaram po pepelu... Eto, zato ih zovem besposlicama.

Paponjak: Vidite, ljudi! Mi mislili nos, a ono Jevrosim Tubak iz one lipove oblice izdjeljao pticu!

Kačar: Da čovjek ne povjeruje... Prava-pravcata ptica, kao da ju je sam Bog stvarao. Čini ti se da će ovog časa poletjeti i pridružiti se svom jatru koje je daleko odmaklo.

Karajica: Ona dva kvrgava ogranka, što su onako nezgrapno izbijala iz oblice, sad su ptičje noge.

Zobenica: A ono za što smo mislili da je nos Kurta Valdhajma, ono je... pogledajte i sami, što da vam pričam... ono je ptičji kljun.

Kotur: Ptica, brate, ništa drugo nego ptica. Pravo veliš, Mitre, čini ti se – sad će poletjeti... Nego, šta ćeš, Jevrosime, s tom svojom pticom od lipovine činiti? Hoćeš li je u lonac ili u kavez? *(smijeh)*

Tubak: Šta ću činiti?... Pustiću je, eto šta ću.

Kačar: Pustiti? Kuda pustiti?

Paponjak: Toliko se namučio da je izdjeljaš, a sad ćeš je jednostavno pustiti?

Tubak: Neka leti svome jatru... Imam ja tih besposlica od drveta koliko hoćete gore na tavanu.

Zobenica: A kako ćeš je pustiti?

Tubak: Onako kao što bih pustio i svaku drugu pticu... Evo, ovako... Blago je obuhvatim objema šakama, ispružim i malo podignem ruke...

По природи дијалога, а и по звучној позадини, јасно је да је реч о сеоском амбијенту, а на то упућују и имена лица која учествују у 'драми'. Текст је веће дужине, и дајемо га у целини, али смо за анализу одабрали кратке исечке.

4.1. Дијалози у првом (изостављеном делу) потпуно су необавезни и празни, а крећу се око моста на Великој реци, који се види у даљини: да ли постоји или не постоји, и ако постоји – од чега је: од камена или дрвета. Други

део на први pogled, и на површини збивања, nastavlja se u nonšalantnom tonu. No kad krene priča o vodeničarevoj umetnosti, asocijacija postaju sumorne, i ton pričaња određen i oštar. Rasprava o nosu ptice koju je vodeničar izdelaо naglo se prenosi na poznatog političara Kurta Valdhajma. Taj nosilac najviših počasti u svetској politici показује se kao učesnik fašističkih zločina:

Karajica: Šta?... Vidi, vidi... Nešto kao... kao... kao...

Paponjak: Kao nos...

Kačar: Da, da, kao nos.

Kotur: Ali, ne bilo kakav nos, nego kao nos, kao nos... Ma, pogledajte, ljudi! Pljunuti nos Kurta Valdhajma!

Zobenica: Onog što je bio generalni sekretar Ujedinjenih nacija?

Karajica: A poslije toga predsjednik Austrije?

Kotur: Baš tog Kurta Valdhajma!

Paponjak: Jest, njegov nos, Kurtov, tako mi današnjeg Svetog Ilije i onih njegovih vatrenih kočija što malo prije odletješe u nebo!

Tubak: (*tiše, za sebe*) Onog Kurta Valdhajma, ili njegovog dvojnika, koga sam, mladog, vidio na Kozari... (*Njegova misao*) Ljeto, četrdeset druge... Ofanziva na Kozari... Oni soldati krvavih ruku tjeraju preplašen, nemoćan narod u logore... Plač, vriska, jauci... Ja petogodišnji dječak... otac me čvrsto stišće za ruku...

Најпре се чини да сећање на Курта Валдхајма долази од неодљиве сличности његова носа са птичјим кљуном. Онда се наједном казивање згушњава у трагично сећање петогодишњег дечака на трагичне догађаје из 1941, и стравичног насиља немачких војника над његовим ближњима и над њиме самим. Сви се гласно слажу о лику Валдхајмовом, а само онај који је директно преживео криви догађај у себи води 'унутрашњи' монолог о томе, не дозвољавајући да други примете. Трагедија је само његова.

4.2. У даљем дијалогу изоштрава се код истог учесника то трагично сећање на погром сељака од стране фашистичких војника, и на необичан догађај који га спасава од смрти:

Tubak: (*njegova misao*) I sve bih ja to zaboravio... I kolone, i znoj, i glad, i žeđ, i strah, i oštrice noževa koje su se blještavim sjajem zarivale u grudi sputanih ljudi... Petogodišnje dijete zaboravlja i lijepе stvari, a kamoli neće strahote koje se, teške kao čelik, svojom nejasnoćom spuste na dno duše, pa otud, мрачне i nejasne, truju čovjekov život do groba... Zaboravio bih i onog visokog, mladog, štrkljastog fašistu koji je išao u grupi vojnika u njemačkim uniformama i upirao prstom u one koje je trebalo izdvojiti iz kolone nevoljnika pohvatanih u šumi... Zaboravio bih i onu lokvu krvi u kojoj je ostala da krklja moja majka kojoj je jedan vojnik zario nož u grudi kad me je pokušala neprimjetno gurnuti u gustiš i tako me izdvojiti iz kolone koja je vodila u smrt... Zaboravio bih i stisak očeve ruke kad je na njega onaj koččati, suvonjavi, u struku neprirodno presavijen vojnik upro prst, što je bio znak vojnicima da ga prebace u kolonu muškaraca koja se kretala uporedo s nama... Zaboravio bih i kako me otac tada gurnuo u šipražje, pa požurio u onu kolonu što je vodila u smrt, da bi skrenuo pažnju s mene, i tako me zaštitio od kame... Možda bih i tog mladog, visokog njemačkog oficira zaboravio, da nisam vidio njegov veliki, orlovski nos, koji je štrčao sa špicastog lica...

а) Узбуркана сећања настављају се са високим интензитетом. Неволни јунак догађаја сећа се смрти мајке која је хтела некако да заштити малог, и вештог очевог маневра пред одлазак у смрт, који га је тајно угурао у густиш да не буде виђен од стране целата.

б) Поред тога и мимо тога наставља се мање-више необавезан дијалог око птице коју је истесао воденичар, и питања да ли може узлетети. Одавде се прича (поново) пресељава у фантастичне сфере. Птица затим стварно узлеће, и приказ добија гротескне димензије о којима не намеравамо водити расправу, јер се одвајају од основне теме. Неведени дијалози лавирају у распону између необавезне конверзације сељака у доколици и трагичне приче о ратним догађајима. Стил се такође креће између колоквијалног, мало разбарушеног досеткама, и озбиљног ратног сећања пуног горчине. Реченица у том монологу чини компактну структуру која се пење у виду интензитетске градације.

в) Куда су усмерене критичке жаоке ове сатиричне приче, готово сасвим скривене у наслагама свакодневног разговора? Сетимо се, Курт Валдхајм је носилац највиших политичких функција у послератно доба. Свет му је опростио фашистичку 'епизоду', ако је уопште и било кога ко ју је носио у сећању, сем малог петогодишњака у чијем сећању испливава слика дугоносог фашистичког официра који без милости поступа са недужним људима похватаним у шуми, куда су се скрили од смртне опасности. Правда је, кажу, спора али доступна. Овај пример показује да то није увек случај, и да зависи од односа снага оних који кроје односе у колективу којем припадају. Овде је реч о светским размерама, у којима догађаји у забитном динарском селу не значе ништа. Али значе у душама оних над којима се трагична неправда вршила, и који се тога као неизбрисивог трага у својој психи сећају кад се и после дугог времена створи прилика за таква сећања. Чини нам се и да сам човек у којег је израстао петогодишњи дечак нерадо о томе говори. Напротив, он пушта птицу са истакнутим кљуном која га подсећа на све то – да одлети „своме јату“. Прашта и извршиоцима и светској јавности која неће да зна за извршење злочина. Морална поука је јасна.

3.3.8.3. Закључне напомене

1. Сатира, а поготово свакодневна новинска – представља критички коментар друштва око нас, а уз то је врло ефикасно средство пре свега политичког деловања медија, и пре свега штампе. Новинска сатира је сама по себи једно од најјачих медијских оружја које може имати огроман утицај на стварање мишљења и атмосфере у друштву уопште. Сем преувеличавања изабраних детаља и аспеката приче, сатира допушта и избор тропичких средстава чијим се тумачењем вербализовани приказ осветљава уз истицање карактеристичних особина неког лица или појаве. Оштрина погледа на оно што приказује уздиже сатиричара до нивоа снажне уметничке фигуре која се намеће као тумач општих културних, привредних и др., али пре свега политичких збивања на простору и у време у којем делује.

2. Структуру сатире, на крају, можемо посматрати и као структуру модела, која, с једне стране, подсећа на структуру приказиваног објекта, у исто време је и одраз структуре ауторове свести, његовог погледа на свет: посматрајући је као уметничко дело, тј. као модел, ми стичемо представу о структури објекта и реалности (исп.: Лотман 1970: 66). Није толико можда ни важно што се сатира као модел укључује у ‘модел света’ ауторовог; много је интересантније приметити обрнут правац – укључивање ‘модела света’ у конкретну сатиру (исп. Симић 2001). У сатиру су, заправо, уграђена ауторова сопствена схватања, ставови или интенције. Као резултат стилске трансфигурације – сатира се може посматрати и као обликовање друштвене стварности, и као њено вредносно активирање, а као резултат стилске транскодификације – сатира има апстрактан садржај и смисао.

3. Исход нашег разматрања може се сажети у тврдњу да ознаковљење сатира којим смо се овде бавили има двојак стилистички смисао: промотивни на једном крају, и мимикријски на другом. Семиолошки сатирички код и његова структура ознаковљују стварност, али су и сами ознаковљени њоме јер на себи одсликавају стварност. На крају, ефицијентност сатире основица је њеног стилистичког вредновања, па сем што обележава промоцију њеног смисла, има и своје наличје, јер може значити и ефицијенцијску депресијацију. У скопији јединства супротности, може се рећи да у сатири без наличја нема лица.

4. У поређењу са блиским новинским врстама сатира се одликује пре свега на плану стила. Наиме, сатирична прича тематски и фабуларно може бити истоветна са нпр. кратком причом. Али се од ње разликује потенцираном снагом израза – мотивисаном на једној страни описаним догађајима и карактерима, а на другој избором јаког израза, каткада свежег духовито сликовног, а каткада ироничног, чак колоквијално вулгаризацијског. Карикатура и гротеска у таквим приликама су најсврсиходнији стилски украси.

3.3.9. КАРИКАТУРА – ПРЕЛАЗНА НОВИНАРСКО-УМЕТНИЧКА ВРСТА

3.3.9.1. Уопште о карикатури

1. Карикатура је општи уметнички и стилистички појам, а најпознатија је у ликовној уметности. Према дефиницији у *Речнику књижевних термина* (1992: 338–339), то је „начин представљања, у књижевности, и нарочито у ликовној уметности, особа, догађаја и појава, при којем се – издвајањем неке карактеристичне, спољашње или унтрашње црте и својства и њеним намерним наглашавањем, појачавањем и преувеличавањем – производи комичан утисак и ефекат. Специфичност карикатуре је у промишљеном, стилизованом поједностављивању и често гротескно апсурдном преувеличавању делова или елемената представљеног објекта, а њен ефекат произлази из тражене дисхармоније њених делова“. Новинске карикатуре посебна су уметност друштвене критике: њоме аутор мора задобити пажњу читалаца и испричати му причу са опомињућом поруком.

а) Као намерно претерани приказ карактеристичних својстава особа, појава, догађаја, ствари итд., карикатура је врло често ефектно средство друштвене, политичке или моралне критике. Већина карикатура у штампи остаје на нивоу духовите илустрације, а тек мањи део досеже виша естетска остварења. Њена средства реализације најчешће су цртеж и графика, у широком распону од скице и крокија до у новије време технички сложенијих остварења.

б) Као облик уметности карикатура је постала веома распрострањена не само због своје духовитости и оригиналности, већ и због комерцијалне употребљивости, па је то један од главних разлога што је срећемо у медијима,

како штампаним, тако и веб издањима. Дуги низ година незаобилазан је стилски апликат, тј. украсни детаљ готово свих новина и часописа⁷³, и многи аутори својим стилем обојили су и дали снажан печат новинској кући или редакцији за коју раде. „Новинска карикатура је веома тешка дисциплина. Оно што је вишебој у атлетици то је карикатура у новинама. Дух у елитним дисциплинама“ (Борковић 2005). У дневним новинама и политичким магацинима карикатуре представљају незаобилазне коментаре актуелних догађаја, а „њихови најпознатији аутори цењени су широм света јер изражавају своје ставове мимо државне и уредничке цензуре. Међутим, интереси оглашивача и политичара, као и све веће позивање на ’политичку коректност’ данас су у великој мери отупели некада убојиту оштрицу карикатуриста“ (Миладиновић 2013: веб 03-05).

2. Добра и у прави час начињена карикатура има изузетно јако дејство и може да изазове далеко већи утисак него ма који бриљантно написан коментар, и она може бити ангажована, може мобилишући да делује на људе у борби за истину и правду. Р. Животић се посебно осврће на карикатуру као ‘литерарну врсту’⁷⁴, а посебно говори о карикатури у новинарству. „Карикатура је илустровани новински материјал [...]. По мишљењу неких аутора, карикатура се заснива на цртежу или слици као основном експресивном средству, а текст је секундарног значаја. Многи се непотребно питају шта је примарно у карикатури: слика или реч? Истина је да има успешних карикатура без речи (без наслова и текста уопште), да има карикатура у којима јединствено делује слика и реч (што је најчешћи случај), али карикатуре без слике нема“ (Животић 1993: 117). И у овоме последњем могла би се тражити гранична линија између литерарне и новинске карикатуре.

а) У семиотичком смислу, на карикатуру бисмо могли гледати као на сатирично „упризорено виђење“ стварности (в. Успенски 1979), као на такву поетику невербализоване или субвербализоване композиције у којој се помоћу

⁷³ За развој карикатуре било је посебно важно оснивање хумористичких часописа, у којима су карикатуристи налазили могућност сталног додира с јавношћу (исп.: *La Caricature* у Француској (1831), *Punch* у Енглеској (1841), *Kladderadazsch* у Немачкој (1848). Итд.).

⁷⁴ „Овим хомонимом се, обично у роману, драми или неком другом жанру, означава лик чије су главне црте искривљене и преувеличане да би се постигао комичан ефекат“ (Животић 1993: 113).

слике (и језичких елемената) критички исмева појединац, група, држава или власт. За изражавање своје критичке визије света карикатуриста се не користи непосредним вербатолошким ознаковљењем (инвективом), већ бира најпогодније уметничко средство сликовног приказа, у чијој се комплетизацијској структури реализује алузивно, инсинуативно, алегорично, иронијско-пародијско, а често и у еуфемистично значење (као персифлажа).

б) Насупрот директној и агресивној критичкој оштрини инвективе, смехотворно дејство карикатуре као секундарног ознаковљења стварности проистиче из семиотичке двосмислености, слутњи и наговештаја, насталих у примарној неподударности изговореног, насликаног и мишљеног, а може га разумети само онај који је способан да у томе препозна стварносни контекст. За комичне алузије тачно је рекао Владимир Проп (1984: 71)⁷⁵ да су „по својој природи 'прелазне' између [...] оног што је изричито речено и оног што се подразумева, оног што се сасвим гласно каже и оног што се шапуће“. Сатирична алузија у својој семантичкој основи садржи жељу да се на дискретан начин подвргне руглу или исмеје појединац, нека појава и друштвена неприкладност. У сваком случају, друштвена карикатура комбинује комично-пародијске мотиве са социјално-филозофском тематиком. Она је, и када трансцендира свој предмет, конкретна и везана за време и простор у којима настаје, па се у том смислу ниједна карикатура не може назвати 'чистом' сатиром, него се тек могу детектовати елементи сатире, одн. сатиричнога.

3. Једно од кључних питања д важности за објашњење феномена карикатуре везано је за интенције пошиљаоца (тј. карикатуристе), те степене прикривања и откривања карикатуралног, као и ефекта који карикатурни приказ има на примаоца. У овом контексту, интересантно је упутити на Грајсово „начело сарадње“ (уп. Grice 1975) – које подразумева да у комуникацији постоји идеја сарадње која обликује карикатуралну форму да би аутор сугерисао и

⁷⁵ Вл. Проп у својој чувеној студији о комици и смеху (1984: 54) пише овако: „Од Аристотела па до наших дана естетичари понављају да ружно може бити комично, али не дају објашњење ове појаве и не дефинишу која ружноћа бива смешна, а која то није. Ружно је супротно лепом. Ништа што је лепо не може бити смешно; смешно може бити одступање од лепог. Човек има неку врсту инстинкта за долично, за оно што он сматра нормом“. Из угла естетичара, Хегел (1970) нешто слично запажа када да портрет ружног човека може бити веома леп.

посредно наметнуо свој став. Дакле, порука се изриче у иронији ситуације, посредством које се остварује умножавање значења изграђивање критичке свести прималаца.

а) Јован Прокопљевић⁷⁶ (2013: веб 0-05) износи следеће запажање: „Није потребна једино храброст да се нешто објави – потребно је и разумевање да карикатура не подразумева само лепу илустрацију него и идеју која стоји иза ње, а данас је то видљивије него икада пре. Добра карикатура мора у себи да обједињује више различитих елемената: да буде лепо нацртана и естетски прихватљива у сликарском смислу, да буде универзална и схватљива већем броју људи, али пре свега да је актуелна и да носи важну поруку“. Ипак, и он примећује да су данас познати цртачи постали потцењени а да су карикатуре – да ли због кризе или због непознавања њихових реалних вредности – најчешће изгубљене негде на унутрашњим страницама часописа⁷⁷.

б) Према Н. Г. Богданову и Б. А. Вјаземском (1973: 46–47), карикатура је сатирично или хумористично описивање којим се даје критичка оцена било којој одређеној друштвено-политичкој и животној појави или конкретном лицу и догађају. Она помаже да се води борба са свим што је учмало, назадно, преживело. У остваривању теме за карикатуру, од уметника се тражи велики такт, познавање живота, усмереност; критика упућена на тачну адресу. Најефикаснији су сатирични цртежи у којима се отворено указује поводом чега су направљени, саопштава се место радње и именује објекат. Цртеж појачавају оштроумни, живи наслов и текст. Ипак, само добри наслови и јасни потписи не спасавају карикатуру ако она у свом садржају није обухватила конкретну животну тему.

⁷⁶ Ј. Прокопљевић је један од српских најнаграђиванијих аутора у земљи и иностранству, чије карикатуре су преко 500 пута красиле насловну страну дневног листа *Политике*. Током своје каријере није се суочавао са цензуром, а каже да је главни разлог за то начин његовог изражавања, односно поседовање такта и политичке коректности, који га спречавају да „отворено каже све ствари у лице“. „Бирам да не увредим никога, али не зато да бих ја остао некако заштићен, већ зато што сам још у младости научио да богаљу не треба у лице говорити да јебогаљ“ (201: веб 0-05).

⁷⁷ У *Политици* (www.политика.рс) осим свакодневног украшавања текста недељом се појављује карикатуриста Петричић, у *Блицу* (www.блиц.рс) радним данима је Сомборац, а у часопису *Данас* (www.данас.рс) појављује се Когах (који је свакодневно присутан још на неким порталима).

4. У карикатури имамо, дакле, два елемента: цртеж и текст (који садржи наслов и потпис). Текст је функција слике; он објашњава, допуњује, локализује, даје име и презиме цртежу; најчешће је подређен цртежу који спонтано, снагом уметничког израза, даје печат ономе што се хоће рећи, истиче садржину, тему, и одмах је вреднује. Међутим, постоји карикатура без текста (и без наслова и без потписа) и тада је она најубојитија, наравно уколико је погођена, појавила се у право време и обухвата праву, животну тему, а јуриша на нешто што је конзервативно, мрачно, негативно.

а) „Сврха карикатуре је” – према РКТ (1992: s. v.) – „да управо тим истицањем слабости, порока и негативности у појединцу, друштву и времену, као својеврсним протестом и побуном против ауторитета, критички и растрезњавајуће позитивно, хумано и прогресивно делује. К. може при том да буде, по речима И. Секулић, ‘цртана шала’ (или, како каже Е. Крис⁷⁸, ‘графички облик досетке – духовито оговарање’), али и снажно политичко борбено и пропагандно средство“.

б) Средства карикирања су дакле многострана: вербална, ликовна итд. Примарно су то цртеж и реч, али цртеж, као што је горе било речи – може опстати и без речи ако је довољно илустративан. Наравно, и текст у карикатури може бити у првом плану; али се текст и слика најчешће допуњују или једно другом контрастирају. Да би била прихваћена, карикатура мора бити једноставна и разумљива. Од помоћи је често и претходна обавештеност примаоца. Стилистичка средства код карикатура јесу пре свега контраст, иронија, дијалог, симбол, алегорија, градација. Стилску ефицијентност вербалног материјала не умањује једноставна и свакодневна лексика, нити елиптичне реченичне форме.

5. По Д. Славковићу, карикатура, „као реакција на дневне, актуелне, обично негативне (мада може и на позитивне) појаве у друштву [...], има одређено, специфично и веома значајно место у новинарству. Она је својеврсни коментар: нешто објашњава, тумачи и, што је посебно важно, заузима став, даје оцену, жигосе све што не ваља у друштву, политици, у међуљудским односима. Оштрина критике једне карикатуре изнијансирана је: иде од благог, добронамернаг подсмеха до жестоког обрачуна“. Њена мета су обично носиоци

⁷⁸ Исп. његова психоаналитичка истраживања у уметности (Крис 1970).

власти, режима, реакционарност и уопште екстремизам политике која се води, учмалост, јавашлук у друштву, себичност, заостала схватања, примитивизам, полтронство, једном речи – све лоше људске особине и негативне појаве у друштву.

а) Пошто се карикатуром истичу и преувеличавају карактерне особине човека или појаве, то уметници настоје да што је могуће снажније и смешније прикажу свог ‘хероја’, да хиперболишу његове негативне црте или да у некој појави виде само њену црну страну. Међутим, у свему томе мора се имати одређена мера – недозвољено је вређати, ниподаштавати људе, подвргнути руглу њихове, на пример, физичке недостатке. Карикатура носи у себи хуману ноту управо у тежњи да исмеје или да жигоше појаве и акције које су усмерене на повреду људског достојанства било у ком виду – зато се права карикатура увек бори за оно што је сврсисходно у друштву; она мора, пре свега, да указује на поступке, акције, дело човеково, а не на њега као човека.

б) Један од најславнијих карикатуриста са наших простора Пјер Крижанић каже (1951: 68): „Појаву карикатуре у дневној штампи изазвала је потреба савременог човека да се у захукталом темпу живота и политичког збивања што брже и непосредније оријентише и уђе у суштину актуелних проблема. Она својим сажетим обликом пружа синтетичну слику догађаја. Карикатура се у дневној штампи јавља као израз личног схватања уметника или као став одређених политичких стремљења. Њена тенденција се манифестује у разним степенима оштрине, од благе ироније до памфлетски жучне сатире. По начину на који карикатуре настају, могли бисмо их поделити у две групе. У прву групу дошле би карикатуре чија је инспирација у уметниковом духу и његовој моралној личности; у другу групу спадају карикатуре које карикатуриста ствара према замисли других [...] Јединство цртежа и текста представља највећи домет и одређује вредност карикатуристe-уметника“. Занимљиво је да карикатура, иако веома ефектан специфичан облик новинарског изражавања у штампи, није нашла места на телевизијском екрану. Наиме, врло ретко, само у изузетним случајевима, може се видети на телевизији (уп.: Славковић 1975: 209–210), иако је на данас најраширенијем електронском медијуму, интернету, и у његовом медију, тзв. интернет новинарству, – чешћа но у штампи.

в) Уосталом, новинска је карикатура и важан историјски извор, јер је као саставни део новинарства, имала у историји важну улогу у информисању јавности и креирању јавног мњења. Њоме су пропраћена сва важна друштвена и политичка збивања што је чини важним историјским извором⁷⁹. Наравно, нема она увек позитивне циљеве, него се употребљавала и у пропагандне и политичке сврхе, а служи каткад и у подстицању негативних стереотипа, како у тоталитарним, тако и у демократским друштвима.

3.3.9.2. Анализа семиотичке и стилистичке структуре карикатуре

1. Тематски, карикатура обухвата већину сфера човековог делања, ако не и све. Углавном је одликује стилизована једноставност, „која у споју са гротеском и апсурдом истиче поједине делове приказаног предмета [...] Улога карикатуре јесте разобличавање појава, тако што у њима препознаје оно што је типично и смешно. Истицањем, наглашавањем или преувеличавањем слабости, порока и мана појединца, друштва и времена, карикатура изражава протест или побуну против ауторитета. Она делује критички, хуморно и прогресивно“ (РКТ 1992: s. v.). Наравно, исти став може карикатуриста заузети и према позитивним цртама великих људи и збивања, политичких првака, војсковођа итд. У оба случаја тај став може бити морално исправан, али и неисправан.

а) Невербални и вербални код чврсто су повезани код карикатуре, и у том комплементарном суодносу откривају праву идеју карикатуралног приказа. Текст карикатуре врло је једноставан, често има афористички призив, најчешће се пише у такозваним облачићима, али га срећемо и испод цртежа у форми дијалога. Р. Животић примећује (2001: 283) да је „успела карикатура занимљива, по својој духовитој идеји привлачна, а својом актуелношћу и изражајношћу осим забављачког може имати и интервенцијски карактер“. Додаје да оцена о 'брзини оријентације' вреди за целокупност 'подстицаја', који долазе од штампе и других медија и боре се око каналисања људских схватања у ову или ону

⁷⁹ „У карикатурама се виде многе ствари које званични уџбеници не спомињу [...] То је својеврсна историја у сликама која говори више од хиљаду речи и приказује реалну слику једног прошлог времена“ (Најхолд 2013: веб. 0-05).

страну. Карикатура је само један од фактора овако схваћене ‘јавне комуникације’, са својим специфичним средствима и методима деловања.

б) Карикатура је својеврсна ‘репортажа у слици’, па су њени цртежи најближи идеалу портретисања целе епохе, разуме се, кроз ругање одређеном друштвеном тренутку. Због тога су њене теме најчешће из свакодневног живота, али и оне са дневнополитичком тематиком. Предност карикатуре је у томе, посебно када се ради о писаном новинарству, што је она новинско-уметнички медиј који је у стању сваку тему прихватити и једноставним средствима њену идеју привести сврси. Остали новински жанрови то не могу, или не смеју, па је у том смислу карикатура у предности.

в) Карикатуре добрих ‘мајстора’ делују као анатомски поглед на свет. Оне су наша савест, веровање, понекад и дубоке тајне. Карикатуре су и важан елемент демократичности једног друштва, поготову оне које имају неку ‘политичку намеру’. Оне могу да опеку политичке неистомишљенике, да открију слабости, да осуде двоструки морал, да демаскирају ароганцију. Понекад, оне могу и да увреде, а извучене из контекста, могу проузроковати и неправду и штету. У том погледу оне заиста подсећају на неке новинске наслове. Оне су створене не само да нас натерају да се замислимо, и више од тога – да нас засмеју, и у начину на који се то постиже – карикатуре се деле на оне које су калибриране на то да подстакну универзални смисао за хумор, и на оне које имају уже конотације, ужи алузивни опсег: национални, локални, социјални и сл. Тако оне откривају дух једног времена, одређеног простора, одређеног менталитета или личности – додирујући час неке симпатичне особине ових одредница, а час оне негативне и опасне. За разумевање смисла карикатуре, тако узев, увек је потребно одређено предзнање, пресумпција, без обзира што је њихова предикабилност мала.

2. У анализи грађе пошли смо од класификације карикатура чија је општост проистекла из разматрања скупина сродних кодних реализација. У начелу, и на овоме месту – можемо говорити о трима врстама. (1) Карикатура је текст ‘без речи’, јер основни циљ карикатуре и јесте да без речи често каже више него странице написаног текста о истој теми. (2) Наравно, има и карикатура са ‘облачићима’, у којима аутори саопштавају своју духовиту досетку, комплетирајући тако целовито дело комичног или сатиричног садржаја. (3) Један број радова је у облику мини стрипа, својеврсни комикси, где

уметници, осим хумористичко-сатиричне поруке, приказују своју вештину у ликовном компоновању идеје и сценском кадрирању. (4) Посебну вредност имају карикатуре-портрети.

а) Овде анализирамо начела и принципе стилизације карикатура као нејезичких структура које се примењују на општијем нивоу стварања новинског дискурса и то коришћењем нелингвистичког (графичког) језика. „Та општа начела су: (а) непроменљивост и променљивост знакова, (б) центричност и ексцентричност приказа и (в) сумирање и слојевитост организације графичке слике или модела“ (Јовановић 2010: 230). Усемиотици функционалних стилова посебно место заузимају цртежи, слике, карикатуре и др., јер ма колико богат, развијен и усавршен, природнојезички код није у стању да сâм преноси сву могућу информацију. Због тога се у просторну раван природнојезичког кода понекад уносене језичка семиотичка средства чија се функција састоји у допуњавању, прецизирању и појачавању информације коју преноси језички систем знакова. Међутим, код карикатуре слика није вањезички функционални појачивач (исп.: Тошовић 2002: 307–308), већ примарни код ознаковљења.

3. Карикатура, рекли смо, бави се многобројним животним проблемима и манифестацијама. Широка је дијапазон тема које третирају карикатуристи сликајући свој поглед на одабране теме.

а) Карикатура под бр. 1 симболички представља, што видимо на основу одеће, човека са села. Натписи у овој карикатури откривају и њену идеју: сељак је окружен шеширима испред којих се налазе директивно-инструктивне етикете о томе за шта му је све потребан новац.



Аутор је поставио лик тако да изгледа као просјак, резигниран и забринут. Натписи испред шешира, гледани с лева на десно, образују комуникативни континуитет, и врхунац достижу на крају, када модус постаје

диктум⁸⁰ (све претходне потребе сељакове неутрализоване су потребом за новим просјачким шеширима). Вербатолошки материјал ноемске и тагемске структуре (исп. предлошко-падежне конструкције са акузативом – *за нафту, за семе, за ђубриво, за још неколико шешира*) остварују, линеарно посматрано, кумулативно-прогресивни смисао, а у форми тзв. квазитекста⁸¹ (исп.: Јовановић Симић 2017: 75–93), натписи чине сатирично-иронични конгломерат. Узете посебно, ове предлошко-падежне конструкције долазе као непредикативне идентификације у ред исказних форми нижега ранга, са функцијом сигнификатива, дакле са функцијом упућивања на садржај.

б) У карикатури 2, која носи наслов *Утеха*, приказана су два лика, али се у првом плану ипак налазе новине, којима су људи прекривени, а чији наслови сведоче о кризи у целом свету (исп.: *Криза у свету, Незапосленост у Америци, Европа се тресе*). Простор у којем се налазе људи веома је сиромашан, одећа је са закрпама, јастук такође, зид је ољуштен. Сликањем амбијента, тј. стилским поступком контекстуализације, метафорично се, – а то прераста у иронију и гротеску – представља и друштво. Смисао наслова *Утеха* изграђен је у изоморфичном поступку пресликавања конкретних животних прилика (личних и партикуларних), и оних општих (глобалних и светских). Петричић је у овој карикатури успео постићи важне стилске ефекте: јасноћу и прегледност, као што је успео достићи прикладну аналогију са предметом карикирања, и издићи свој публицистички израз на ниво естетског. То подразумева да је приказ пред нама усаглашен у самом себи: „да је облик његов уравнотежен и да је у складу са садржајем“ (Симић 2001: 13).

⁸⁰ Термин 'диктум' и 'модус' вербатолошке су провенијенције (исп. Валгина 2003).

⁸¹ Ослањајући се на идеје Ж. Женет (1985: 31–32) – У. Еко (2003: 168) разликује 'текст' и 'паратекст'. Овај се потоњи „састоји од целог низа порука које прате и објашњавају дати текст – поруке као што су рекламе, наслов, поднаслови, увод, прикази“ итд. Б. Тошовић (2002) о тим елементима суди као о нејезичким функционалним појачивачима у новинским текстовима, и ту убраја пре свега фотографију, карикатуру, цртеж, вињету, оквир и графичку обраду слова, а посебно издваја фотографију и слику.

Душан Петричић, **Утеха** (12. април 2009.)

УТЕХА



2

Према томе, као начело стилизације – центричност и ексцентричност приказивања – представља снажне импулсе људског гледишта и мотивације који се на оригиналан начин преносе на карикатуру. Центричност и ексцентричност у нашем примеру највише су скопчани са просторним односима, тј. амбијенталношћу, и тиме се показују видљивијим, што Арнхајм констатује речима: „Срећом, центричност и ексцентричност су просторни односи, што и сами и њихови називи показују. Они су, исто тако, основни за физички као и духовни свет, те се лако представљају визуелним облицима“ (Arnheim 1988: 17). Дакле, новине као елемент карикатурног приказа остварују опште стилистичко начело сумирања, док елементи сиромаштава приказани у амбијенту собе – испуњавају начело слојевитости. Ово начело подразумева просторн(о-временск)у синтезу позиција и перспектива посматрања или тачака гледишта, када се, по речима Успенског (1979: 333) – „уједно сумирају гледачев поглед изнутра (који се испољава у облицима другог плана) и спољњи поглед, поглед споља (облици првог плана)“. Према томе, сумирање и слојевитост организације карикатуре у том смислу подразумева структуралну и функционалну интеграцију елемената садржаја прво по слојевима, а затим састављање тих слојева у јединствену слику.

в) У карикатури 3 са насловом *Правда* садржана је још једна метафора. Богињи правде, инспектору и полицајцу завезане су очи, док се на столу налази полицијски случај, који постоји, али који они не желе да виде. Ликови су приказани са осмехом на лицу, што карикатури даје и дозу сарказма. Општи стилистички принципи овде се јављају као дихотомни парови супротстављених тенденција, па њиховим познавањем и умешном применом у фази када се обрађује интегрално значење ове карикатуре, постиже се 'прави израз', односно његово стилско савршенство, и то без мењања логичког смисла карикатурног садржаја.

Политикини карикатуристи
Душан Петричић, **Правда** (21. фебруар 2010.)



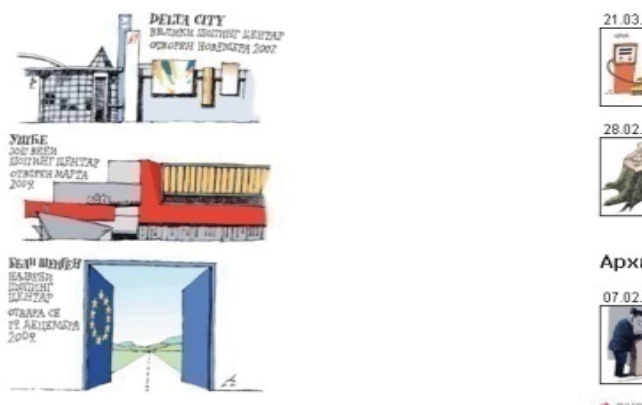
Идиоматизована форма 'завезане очи' – овде добија сликовну дословност, те се накнадно, транскодификацијом, дословност транспонује у фигуративност. Уосталом, начело дословности и недословности вербалних и сликовних елемената у карикатури, у вези је са процесом ознаковљења карикатуре, и у том процесу оцртава се систем у коме је информативна и стилска вредност сваког елемента одређена његовом позицијом и функцијом у њиховој текстуализацији, тј. комплетизацији. Начин кореспонденције елемената карикатурне текстуре са елементима стварности представља процес комуникативне оријентације и стилског акцентовања оних смисаоних обележја која карикатуру одређују као другостепено ознаковљену стварност.

г) Карикатуре под 4 – (а), (б) и (в) са насловом *Шопинг центри, BORDER CROSSING* и *Народни стрип* – у облику су градације, која је једно од најснажнијих стилских средстава у карикатури. Градација је овде остварена најпре визуелно-стилистичким поступком (позадина, слика, оквир), те ове три карикатуре илуструју стварање стереотипне форме. Ово је оправдано с обзиром на то што се уједначеном формом карикатуре масовни реципијент навикава на њу и лако препознаје њену поруку. Потреба за обличким ознакама у свим трима је минимално остварена (у другој готово изостављена), као и за ознакама везе међу деловима конструкције, те тиме бива уклоњена и цела лингвистичка надградња. У првој карикатури (а) натписи су пропраћени контекстним номинацијама: *DELTA CITY* – велики шопинг центар, *УШЋЕ* – још већи шопинг центар и *БЕЛИ ШЕНГЕН* – највећи шопинг центар.

Душан Петричић, **Шопинг центри** (15. новембар 2009.)

4

(a)



(б)



(в)



На првом приказу (а) цртежи центара нижу се одозго на доле, уз навођење година када је сваки отворен; међутим, примећујемо да се на дну цртежа не наводи центар добијања Белог шенгена, и отварање према Европи које он носи. Придеви које налазимо у реченицама уз сваку слику почињу називом центара и градацијски поређаним придевима (од *велики*, *већи* до *највећи*). На другој карикатури (б), која је социјално-етичке мотивације, цртежи се нижу с лева на десно – од конкретног и уобичајеног, до апстрактног и онеобиченог. Вербални материјал овде је замењен варијацијом у симболичком представљању елемената садржаја (иконицама за означавање пролаза за

одређене категорије возила), и несистемским логичким правилом у структурирању ироничне представе (иконица за означавање пролаза за докторе наука). Према томе, у комбиновању конвенционализованих симбола са неконвенционалним налази се суштина стилизације ове карикатуре, при чему се неконвенционални елемент укључује у називну структуру као у батерију јединица јединственог значења етикете. Трећи сликовни приказ (в) има назив 'народни стрип', што је не само терминолошка подвала промоцијом његовом у подврсту карикатуре, већ и тематска и методолошка. Овде се развија иста социјално-интелектуалистичка тема као у претходном приказу – питање инфлације докторских дисертација и академских титула, те и моралне профилаксе, с тим у вези. Ефекат хармоничног противуречја остварен је фолклоризацијом и банализацијом институционалних вредности, као и алузијом на уже локални амбијент (и естрадни укус – исп. стихове: *Иде Миле Лајковачком пругом / Иде Миле [...]*). Семиотичка композиција карикатура под (а), (б) и (в) подразумева три начела општости: појединачни, тј. кодирање карикатурних симбола, посебни, тј. текстуализацију (схематизацију) система (кључа) карикатурних симбола, и општи, тј. саму стилизацију састављања карикатуре. Стил састављања карикатуре, иако везан за најопштије карактеристике саме карикатуре, није одвојен од претходних семиотичких нивоа, него је са њима повезан у смислу дијалектичког закона⁸² општег, посебног и појединачног.

3.1. Како је свака стилизација везана за језик, и стилизација карикатуре везана је за језик тзв. карикатурни, могуће је утврдити општа начела, принципе или кључеве стилистичког израза, стилистичке наглашености, квалитета, или отклона од норме разних варијација карикатурног приказа. У том смислу, наше три претходно анализирание карикатуре имају посебан кључ симбола; они су међусобно слични, но и довољно различити, било у општем или индивидуалном смислу, те се може тврдити да је свака карикатура посебно стилизована, да самим тим представља оригинално ауторско дело, као у књижевности, сликарству, вајарству или у другим областима уметности и културе.

3.2. У новинама често срећемо и познате ликове из јавног живота, уметности, спорта, политике који су стилизовани тако да делују смешно, али и

⁸² Нешто слично Вемић примећује говорећи о изградњи карата (Вемић 2009: 313).

да прикажу неки карактеристични детаљ који та особа поседује и који је издваја. Уз то, и ликови у карикатурама могу бити обрађени тако да симболично изразе став аутора. Такве карикатуре јесу оне под 5, 6, 7 (*Политика* 2009: веб. 11–29).



Пренаглашавање физичких карактеристика на ироничан и сатиричан начин веома је популарно и данас⁸³, па се ове карикатуре осим у новинама, као уметнички изражај могу наћи и на зидовима галерија. Изражајност је у овом случају постигнута квантитетском и интензитетском варијацијом акцентованих елемената приказиваног лика, а карикатурна сликовна регулатива допуњена је културолошки (пре свега навикама), али и психолошки (дакле, емоцијама), па се тако детерминише додатни скуп критерија и на њима заснованих правила за разумевање приказа. То што портрет неке особе постаје ‘некакав’, друкчији од ‘уобичајеног’, и што тиме на себе скреће пажњу – треба узети као побољшање комуникативне ефикасности; а промена ефикасности сликовног приказа заправо је стилска појава. То значи да стилски активан портрет може бити само делом ‘обележен’, што тај део издваја из контекста (као на карикатурама под бројевима 5 и 6), али исто тако он и целином својом може бити стилски маркиран: ‘посебан’, на неки начин различит од ‘обичног’, специфичан по свом квалитету, врсти, и често по намени (као на карикатури под бројем 7). Уосталом, ‘директна аналогија’ која омогућава семантичку интерпретацију

⁸³ Најстарији примери карикирања људскога лика јавили су се у праисторији (идоли, обредне маске), у египатској и грчкој уметности те и у римском сликарству. У средњем веку карикатура се налазила на капителима, бацачима кишнице (тзв. *gargouille*), порталима и хорским клупама те на маргинама и минијатурама илуминираних рукописа. Од XVIII века до данас оваква карикатура била је често оштра и документарна критика политичких и социјалних прилика.

једне структуре (портрета) у ослонцу на другу (лик из стварности), претпоставља неку врсту ‘еквиваленције’; а то значи да су међу тим конструкцијама семантички занемарљиве неке дистинкције. Ове се конструкције понашају као варијанте исте структуре, што је случај са фотографијом⁸⁴. Како је фотографија копија, однос копије према оригиналу начелно је негација знаковности – јер сврха копије није да активира сећање на оригинал, већ да преузме његову улогу, знаковну или незнаковну, што сразмерно ретко има карактер стилског издвајања и наглашавања. У том су смислу, уметнички портрет и карикатура стилски активне структуре, те је лоше што је штампа данас за рачун фотографије потисла карикатуру.

3.3. Већ смо се сусрели са метафоричким облицима карикатуре и рекли да они служе појачању ефицијентности слике и текста. Сада ћемо у разматрање узети неке случајеве тзв. тропичке карикатуре, где је посредан однос слике и речи према теми доминантна њена особеност.

а) Ево првог од таквих случајева (*Политика* 2009: веб. 11–29), где је уз метафору – иронија ситуације главно начело изградње драмске композиције ове карикатуре, а чија је сврха „показивање животне стварности“ (у: Багић 2012: 162) у динамичности контекста, и у плурализму идејних перспектива.



Ово је још једна карикатура без пропратног текста. Камила подсећа на пустињу, што прати табла са именом Дубаи; бура збацује са камиле берзу,

⁸⁴ За фотографију Р. Симић једном приликом каже да она „на неки начин замењује кућу, јер је довољна да истакне њене релевантне особине за дату прилику: имитацијом тих особина она у ствари замењује кућу као објекат посматрања“ (Симић 2001: 177). Излази да је имитација својеврсна метафункција, али се не огледа у употребној преоријентацији предмета, већ у функционалној супституцији (глобалној или у датом смислу који намећу прилике или сл.) – преношењу неких функција на други предмет (овде слику).

прецизније амерички долар. Дакле, Дубаи одбацује продор америчког долара на своју територију. Ова карикатура је одраз економских односа у свету, па се може назвати економском. Наравно, економски односи нису без уплива политике, па је и ова врста, као што би биле и културне, спортске и друге, заправо у основи карикатуре политичког карактера. Коришћен је традиционални симбол америчког долара, али значење читаве карикатурне структуре зависи од начина на који је она изграђена, од начина на који су структурирани акцентовани елементи – централни: камила, и они који чине фон: *бура*, *берза* и *Дубаи*. ‘Виши смисао’, разуме се, скривен је у дубљим значењима речи, па је за његово разумевање потребно посебно тумачење структуре.

Но, без обзира на узајамно укрштање и прожимање, морамо претпоставити да сваки од елемената знаковне структуре допушта бар релативно, бар у извесној мери, посебну обраду, тачније: парцијалну и у себи заобљену стилизацију. Ускладити све слојеве и саставне елементе – тј. компоновати карикатуру – очито је најзначајнији момент у стваралачком процесу. А срж свега јесте: превладати раскорак између конвенционалног односа слике и речи, на једној страни, те смисла и значења, на другој, и то двоје једно с другим: или боље речено – између вербализацијске и сликовне функције елемената у структури карикатуре. У јединствену целину не спајају се, међутим, само елементи система структурирани по правилима композиције – већ то могу, као што видимо, и дискретне структуре ако се међу њима успостави неки модус коегзистенције, организацијски или функционални. Основна карактеристика агрегативних⁸⁵ карикатура видна је када их упоредимо са другим типовима организације – са композицијом, на пример.

б) Следећа је карикатура заснована на гротесци. Лик из дечјих цртаних филмова, Мики Маус, приказан је у оделу нацистичког диктатора, са његовом фризуром и фацијалном експресијом. Повезујући две врсте реалија – полазне и прерадом, стилизацијом добијене, – ова карикатура у свом саставу има и друге неке елементе: у њој се реално преплиће са фантастичним, застрашујуће са смешним. И ‘реално’ и ‘фантастично’ у ствари су вредносне категорије и

⁸⁵ У агрегату не делује онај моменат који је у композицији основа и подлога организације текста: унутрашње семантичко јединство; овде организацијски принципи проистичу искључиво из ауторовог схватања о предмету, и из његове намере – интенције (исп. Симић 2001).

представљају ‘меру отклона од оригинала’: колико нови облици подсећају на полазне, а колико на замишљене ‘обрасце’ оформљене у људском духу, фантазији (исп. Симић 2001).



Пред нама је својеврсна романтична иронија, која се заснива на јединству супротности између идеје надмоћи и наивног, у мешању измишљеног света са светом познатим. Уз то, сарказам је заснован на парадоксалном нескладу између представљеног и сугерисаног, што доводи до изразито пакосне поруге (Крњевић 1985: 693).

Сем изоморфичких, и низ симболичких елемената који су резултат далеке мисаоне обраде једне историјске личности, основа је приказивања њеног по стандардима цртаних представа за децу, тј. према једном лику из цртаних филмова, – ова карикатура није потчињена оригиналима ни у мери ни на начин како је то код копије, већ је многоструко надилази. Међутим, миметичност приказа допушта поређење са копијом: скуп портретних елемената на формалном плану образује конструкцију која у нечему одговара структури описаног садржаја, па се може говорити о мимикријском типу ове ‘кореспонденције’.

Јасноћа приказа овде је вишега ступња јер основу налази у изражајности. Као у фотографској монтажи овде се преиначавају моменти у смислу повећања и смањења ликовне представе, али се још више одређени елементи израза лица изоштравају, замрачују и осветљују. Хитлер у лику Мики Мауса представља резултат супротних стилских поступака: стилске промоције и суспензије, хиперболе и еуфемизма – као уметнички отклон од тзв. адекватног приказа. Карикатуриста је у прорачунавању ефеката свога цртежа пошао од најниже фазе стилизације, тзв. емоционализације – тј. од ‘везаности’ за изванредан лик – као што је Мики Маус, а онда је на њу надовезао следећу, тзв. декодификацију – приказујући кроз Микијев лик – Хитлера. Избор и комбинација сад се приказују

у необичном светлу – као ‘структуралистичка делатност’, како би рекао Ролан Барт (1971: 183). Да би узео жељени елеменат из неког медијума, или дела стварности, карикатуриста је прво ‘расклопио’ медијум цртаних филмова, и изместио лик Микија Мауса из корелативних веза у којима егзистира. Уграђујући затим тај исти елеменат у пројектовану структуру, идеолошку, изражену ликом Адолфа Хитлера – он обавља операцију супротну првој: операцију ‘склапања’; укључује тј. дати елемент у мрежу нових корелација.

3.4. Сатирична карикатура (*Политика* 2009: веб. 11–1) може имати и карактер памфлета са карикатуралним описима.



а) Актуелни социолошки феномен – ‘ријалити шоу’ – тема је ове карикатуре, са јасном идејом алудирања на гледаност оваквих емисија (уп. приказ: гледаоци су загледи у екран). Коментар једне од гледатељки ироничног је карактера: тврдња да је пољопривреда шанса Србије, док је опште познато (наравно, читаоцима који су иоле упознати са овом емисијом) да се становници дотичне *фарме* баве свиме осим пољопривреде. Према томе, тематска фактура ове карикатуре формирана је комбинацијом дијегетике и сликовне миметике, са апсолутном доминацијом другог поступка. Што се самог текста тиче, њега чине колоквијални изрази (нпр. *ајде*) и искази супстандардног статуса, док је логички акценат у исказу визуелно исказан графостилистички (масним словима). Наслов се може посматрати из два угла: као скраћени назив актуелних емисија – *Риалити*, али и својим буквалним преводом: ‘стварност/реалност’. Дијалог је овде техничко средство да се у наоко безазлену руку ‘прокријумчари’ опомињући садржај.

б) Назив *фарма* овде спаја врло удаљена животна подручја, те се приближавање тих значења – у виду контигвитета (подсећања⁸⁶) – одликује више критичношћу него духовитошћу и хумором. И уопште, сугерирати помоћу једне ствари другу не значи ништа друго него придружену семантизацију у којој је композициона форма приказа егзогено мотивисана: подсећа на нешто изван себе. То сећање помаже разумевању. На тај начин је реторика слике утолико специфична уколико је потчињена физичким принудама гледања, али утолико општа уколико ‘фигуре’ нису никада формални односи елемената (исп.: Барт 1971: 259).

3.3.9.3. Закључне напомене

1. Карикатура, а поготово свакодневна новинска – представља критички коментар друштва око нас: она може дуга размишљања сместити у орахову љуску – у једноставну слику претераног израза. За успешност карикатуре битно је неколико фактора: важно је успешно спојити поруку с визуелним приказом, и обрнуто. Уз то карикатура је врло ефикасно средство пре свега политичког деловања медија, и пре свега штампе. Новинска карикатура је сама по себи једно од најјачих медијских оружја које може имати огроман утицај на стварање мишљења и атмосфере у друштву уопште. Сведеним цртежом, али моћним детаљима – карикатуриста уобличава живу и веома упечатљиву слику, на којој су препознатљиви предмети и правац деловања аутора. Он обично бира актуелне догађаје, познате личности и односе – и даје им сопствено тумачење простим и јасним бројем, обликом и међуодносима ликова, предмета, амбијента итд.

2. Сем преувеличавања изабраних детаља и аспеката слике, карикатура допушта и избор сликовних представа које ће директним или тропичким тумачењем приказ осветлити уз истицање карактеристичних особина неког лица

⁸⁶ „Подсећање’ је ‘употребна’ категорија као и уклањање мрља и сл. Али ипак је та употребна категорија друкчија од практичне: – упоредива је нпр. са ‘употребом’ слика у организацији ликовне изложбе; јер слике на гледаоца делују бар на два плана: као лепе ствари оне привлаче на себе пажњу; а као ствари које на нешто ‘подсећају’ – преносе нашу мисао у том правцу. Ово је ‘подсећање’ упоредиво са оним што се догађа кад слушамо речи о неком догађају, личности или сл.“ (Симић 2001: 117).

или појаве. Ведрина погледа на оно што приказује уздиже карикатуристу до нивоа снажне уметничке фигуре која се намеће као тумач општих културних, привредних и др., али пре свега политичких збивања на простору и у време у којем делује.

3. Карикатура се може посматрати и као моделативна структура, која, с једне стране, подсећа на структуру приказиваног објекта, а у исто време је и одраз структуре ауторове свести, његовог погледа на свет. Али истовремено се пред нама отвара и структура ауторове свести и том свешћу сачињена структура света као одређени социјално-историјски поглед на свет. Тако посматрана, карикатура је елемент једне сложеније структуре, као што су ‘модел света’ и ‘модел ауторове личности’ (исп.: Лотман 1970: 66).

а) Није толико можда ни важно што се карикатура као модел укључује у ‘модел света’ ауторовог; много је интересантније приметити обрнут правац – укључивање ‘модела света’ у конкретну карикатуру (исп. Симић 2001). У карикатуру су, заправо, уграђена ауторова сопствена схватања, ставови или интенције. Карикатура је, према томе, функционална структура која укључује ауторов став, његову замисао о структурним, вредносним и функционалним својствима објекта који замењује, и по чијем је узору начињена.

б) Као резултат стилске трансфигурације – карикатура се може посматрати и као обликовање друштвене стварности, и као њено вредносно активирање. Као резултат стилске транскодификације – карикатура има апстрактан садржај и смисао, јер карикатуриста на одређене предметне чињенице пројектује или своје индивидуалне или колективне ставове, који се затим за њу везују као њен знаковни садржај.

4. Ознаковљење карикатуре, којим смо се овде бавили, има двојак стилистички смисао: промотивни на једном крају, и мимикријски на другом. Семиолошки карикатурни код и њена структура ознаковљују стварност, али су и сами ознаковљени њоме јер на себи одсликавају стварност. И у једном и у другом случају, сваки пут на посебан начин, секундарна семантизација стварности послужила је карикатуристи као средство сликовно-вербатолошке организације слике. На крају, ефицијентност карикатуре основица је њеног стилистичког вредновања, па сем што обележава промоцију њеног смисла, има и своје наличје, јер може значити и ефицијенцијску депресијацију. У скопији јединства супротности, може се рећи да у карикатури без наличја нема лица.

3.3.10. СТИЛСКА АНАЛИЗА ДЕЧЈЕ ШТАМПЕ

3.3.10.1. Опште напомене

1. Појава и развој штампе за децу у тесној је вези са појавом литературе за децу као самосталног вида књижевности. И једно и друго је у књижевности и периодици појава новијег датума. На почетку свог настајања штампа и књижевност за децу биле су уско везане и, практично, постојање једне утицало је на опстајање и утврђивање друге (утицај је ишао у оба смера). Под штампом за децу подразумевамо врсту периодичне публикације намењену деци и/или младима. Штампа за децу на овим просторима јавља се крајем 18. века. Први часопис за децу штампан је 1787. године и то је био *Поучителни магазин* Аврама Мразовића.

Прве песме и приче за децу објављене су у дечјим часописима. Дечја периодика је била „главно жариште и медиј који писану реч чини широко приступачном, не само школским колективима и ђацима, као организованог читалачкој групацији, већ младима уопште на различитим ступњевима узраста“ (Петровић 2001: 128). У томе је највећи значај штампе за децу, што је афирмисала дечју књижевност, створила дете-читаоца и допринела да се ова литература осамостали у посебан књижевни вид.

3.3.10.2. Кратак историјат књижевности за децу у Србији

1. Најзначајнији утицај у утврђивању ове врсте књижевности у Срба свакако је остварио Доситеј Обрадовић. Популаризовати читање и приближити га што ширим слојевима друштва, а пре свега младима, било је у складу с његовим просветитељским погледима. Његово најпопуларније дело – *Живот и прикљученија* – намењено је младом читаоцу, али не и најмлађима. Ова живо и духовито написана историја већ својом темом успоставља комуникацију са младом публиком. Ова занимљива и истинита прича постала је омиљено штиво младих онога времена, а успела је и да задржи аутентичност књижевног дела без обзира на то што се кроз дело неспорно провлачи дидактичка црта.

а) Доситеј је такође значајно допринео формирању посебне књижевности за најмлађе, посебно својом збирком басана. О баснама сâм Доситеј каже: „Ништа није способније од басне усладити децу к читању, принудити к вниманију и привикнути њих размишљенију у расужденију“ (нав. према: Марковић 1978: 24).

б) „У Срба су *Живот и прикљученија* и *Басне* имале и особине које су их приближавале деци и омладини, а уз низ осталих мисија били су и претходница књижевности за децу“ (Марковић 1978: 26).

2. Први часопис намењен деци објављен код нас био је превод једног немачког часописа који је издавао Аврам Мразовић и који је на српском носио наслов *Поучителни магазин за децу*. Први број је објављен 1787. године, а за 13 година колико је излазио, објављене су четири свеске.

3. Да се историја развоја књижевности за децу не може раздвојити од развоја штампе за децу (дечјих листова, часописа за децу, магазина за децу...), потврђује и ова констатација Слободана Ж. Марковића: „Појава листова у којима се неговала посебна књижевна реч, блиска младим читаоцима, значи и прави почетак рада на диференцираној књижевности за децу код нас“ (Марковић 1978: 31).

4. Године 1858, у Новом Саду почиње да излази *Школски лист*, чији је утемељивач и уредник био др Ђорђе Натошевић. Овај часопис је задовољавао разнолике просветне потребе, што различне публикације за децу чине и до данашњих дана. Од првог броја у *Школском листу* објављују се књижевни текстови за децу. Од 1865. излази и неколико бројева подлиска *Додатак школском листу*. *Додатак* је био намењен деци млађег узраста, а састојао се од забавних и поучних текстова прилагођених најмлађим читаоцима.

У Сомбору током 1867. и 1868. излази *Пријатељ српске младежи*, чији је покретач и уредник био Никола Вукићевић, а најактивнији сарадник Ђорђе Натошевић. Овај часопис је, као и Натошевићев *Додатак*, био намењен деци млађих разреда основне школе. У часопису су преовлађивали текстови књижевног карактера, мада је било и забавних и поучних. Сарадници и у *Школском листу* и *Пријатељу српске младежи* били су и писци попут Ј. Ј. Змаја, Стевана В. Поповића и др. У српској књижевности је управо др Ђорђе Натошевић утемељио књижевност за децу као посебан вид (Марковић 1978: 33).

5. Млади у Србији с краја 19. и почетка 20. века имали су ту привилегију да на њиховом матерњем језику један домаћи аутор покрене часопис какав је био *Невен* Ј. Ј. Змаја. По много чему револуционаран, *Невен* је био један од најбољих тадашњих листова за децу, који се могао поредити са својим европским конкурентима. Чак је и Скерлић тим поводом написао: „*Невен* је најбољи дечји лист српски“ (Скерлић 1953: 290. – Наведено према: Марковић 1978: 10). Овај часопис, односно његов уредник, нарочито је значајан како за афирмацију књижевности за децу као посебног вида, тако и штампе за децу као најпогоднијег медија за пласирање и одмеравање квалитета онога што се почело издвајати као литература за децу и младе.

Ј. Ј. Змај је замислио, покренуо и уређивао *Невен* више од две деценије – од покретања 1880. до своје смрти 1904. (*Невен* је наставио да излази до 1911). У њему је објавио своје најбоље песме, приповетке и басне за децу, штампао своје играчке, препеве и преводе, доводио сараднике – књижевнике и сликар-илустраторе – сједињавао поуку и забаву. „Његова поезија и *Невен* су својим књижевним квалитетима надрасли утилитаризам песника и уредника и своју друштвену функцију остваривали уметничким сугестијама“ (Марковић 1978: 37). Иако је *Невен* био богат књижевним садржајем, он је и због других својих особина представљао нов, другачији часопис. Змај је познавао мађарске и немачке часописе за децу, и *Невен* је био модерно уређен. И аутор и његова публикација имали су присну комуникацију са својим читаоцима, а Змај је увео и то да деца постану сарадници. Тако су у *Невену* своје прве текстове објавили неки потоњи писци.

Управо се тада, у доба *Невена*, десило коначно осамостаљивање песме за децу: „Он је ту сублитерарну полупоетску полупедагошку форму уздигао на ранг истинске поезије“ (Деретић 2004: 745). Овакав траг могао је оставити само неко ко је, како каже М. Данојлић за Змаја: „волео дете с љубављу радосном и одговорном“ (Данојлић 2004: 104). „Змај је творац српске поезије за децу и њен највећи представник“ (Деретић 2004: 744).

Значај *Невена* и Змаја у историји књижевности и периодике у томе је што је утицао на диференцијацију књижевности за децу и њено издвајање у посебан вид, а исто се може тврдити и за периодичку намењену деци. „Змај је највећи песник српског новинарства и највећи новинар српске поезије“ (Данојлић 2004: 99).

6. У периоду између два рата покретали су се и гасили многи листови за децу. „На страницама штампе, на којима је почела пупити литература намењена деци, огледа се међуратни живот књижевности овога вида“ (Петровић 2001: 157). Дечја штампа излазила је у свим крајевима земље, не само у престоници. Било је листова који су били политички и/или верски обојени: *Савезник-четник* (1911), *За нашу младеж* (1911), *Млади бољшевик* (1925), *Мали Богољуб* (1934). Махом је садржај публикације из овог периода био одређен замислима „дидактичара уских књижевних погледа“, мада је „дечја периодика имала утицај у подстицању и ширењу песничке речи“ (Петровић 2001: 157).

Значајна је чињеница да у ово време и неки угледни дневни листови (*Политика*, *Време*, *Правда*) уводе дечје стране, у којима школарци и студенти објављују своје прилоге, преводе и сл. У исто време, излазе и листови у којима сарађују искључиво васпитаници: *Ђачки рад*, *Зидне новине*, и др.

3.3.10.3. Књижевност за децу између новинарства и уметности

1. У годинама после Другог светског рата главна тема стваралаца за децу (Ђопић, Селишкар, Бевк, Диклић, Витез и др.) јесте народноослободилачка борба. „При самом крају рата и одмах по ослобођењу живо се ради на стварању дечје штампе, пионирских листова и часописа. То је допринело да тада настане први талас дела за децу“ (Марковић 1978: 178).

Дела која се пишу у ово време и у овим околностима спадају у ангажовану књижевност. Текстови су често на граници између уметности и поучних текстова. Поред тога, та наша ратна књижевност за младе има евокативни карактер (подсећање на ратна збивања). У првим (после)ратним годинама почео је да излази *Пионир* (1944). Први уредник био је Бранко Ђопић са сарадницима, и то још у ратној униформи. Ова публикација је и формом и садржајем представљала праве новине, новинарски је и уређена, али тако да не занемарује своју публику. У њој су заступљени сви облици новинарског текста: пре свега вести, али и извештаји, интервјуи, чланци, репортаже. Исто тако, у њима се објављују песме и приче и малих и одраслих прозаиста и поета.

2. *Пионир* представља актуелне новине, и излази недељно. С обзиром на време појављивања, његов садржај претежно су чиниле вести о ослобођењу овог или оног краја домовине, вести о подвизима пионира, репортаже и чланци о

њиховом животу, тешком положају, позиви на солидарност и сл. Ратна тематика потпуно преовлађује, скоро да и нема ничег осим тога. Иако се из вести јасно види да је цела земља у изузетно тешком положају, да је све разрушено, да су жртве огромне, ентузијазам и оптимизам су преовлађујуће емоције и цео лист одише њима. Порука да је слобода ту и да је самим тим све друго решиво, провлачи се кроз *Пионир* у првим годинама његовог излагања, а нарочито одмах после рата. У првом броју уредник Ћопић написао је текст о ослобођењу Београда:

Београд је ослобођен

Испричаћу вам једну велику новост, вест о ослобођењу Београда, која ће обрадовати сваког правог родољуба, а фашисти и остале бубе нек цркну од туге.

Састале се у Србији две јуначке сестре: старија сестра – Црвена армија и млађа сестра наша народноослободилачка војска [...]

А швапске слуге, Дражине брадоње четници, праше заједно са Швабама, па им од трке испадају из торбица опљачкане кокоши, сланине и гибанице [...]

Швабе су трком бежале из улице у улицу. За њима су се ломили недићевци, љотићевци и падали четнички чупоглавци, чистећи калдрму чулавим брадама [...]

Видећи избезумљене Швабе и чупаве четнике, један је слон, кажу, пао у несвест од страха [...]

Јасно је да је писац ових редова понесен победом над Немцима и њиховим „чулавим“ сарадницима толико да се чак стигао и нашалити, а лексика употребљена у описивању читаоцу недвосмислено ставља до знања какав је ауторов став према ослободиоцима и колаборационистима. Исто тако се увидом у попис лексичких средстава које Ћопић користи при опису види његов став. Руси су: „јунаци с далеких руских равница“, „хероји Москве и Стаљинграда“ итд.

3. У истом тону сачињена и је следећа песмица, више политички проглас него уметничко дело:

Захвалност ослободиоцима

Друже Тито,
Бог ти срећу дао,
Што си на пут Хитлеровим
Злочинима стао.

А Стаљину,
Почаст је одана,
Што је отерао,
Немце са Балкана.

Србија ће бити
од данас славнија.
Зато да здравствујет
Краснаја армија.

Песма је само још једна варијација на тему Тито – Стаљин – Црвена армија, каквих је у то време било безброј.

4. Ћопић се у складу са комунистичко-партизанском реториком одмах на почетку директно обраћа својим читаоцима: „Драги наши најмлађи другови!“ и наставља у узвишеном тону: „Примичу нам се светли и радосни дани коначног ослобођења. Мајка отаџбина је тешко страдала [...]“.

5. Но сем ратних и политичких тема *Пионир* је доносио и написе о децјој свакодневици, о чему нпр. сведоче овакви наслови:

„Први и основни задатак – учење“
„Заслужили смо скидање пионирске мараме“ (ђаци који су имали закључене слабе оцене били би искључени из пионирске организације и морали би да скину црвену мараму док их не поправе, јер овако срамоте остале другове пионире)
„Како смо поправили слабе оцене“
„Објављујемо рат двојкама“
„Како сам постигао одличан успех“
„Зашто је пионирски одред Еди Давичо показао слаб успех у учењу“
„У борби за физкултурну значку“...

Будући да је *Пионир* излазио три деценије, временом је садржај обогачен многим занимљивим рубрикама. Уопште су децји часописи од Другог светског рата до 90-их година XX века промовисали један утврђени систем вредности. Они су били дистрибуирани по школама, допирали су до сваког детета, учитеља, родитеља, били су допуна настави и у сазнајном и у васпитном смислу. Зато никако не треба сметнути с ума филозофа А. Гоца: „Друштво нас контролише помоћу знања које нам је дало, а не пружа нам она знања која би нам омогућила да мењамо и преображавамо друштво“ (Према: Ђурић 2000: 43). Важно је да се зна чије поруке, чија знања теку комуникационим каналима и ко поседује и контролише те канале (Денис Мек, социолог комуникација. – Према: Ђурић 2000: 44).

Али децји часописи – и поред свега – дефинитивно су утицали и на изградњу језика и стила код деце. Исто тако можемо тврдити да су изградили и једну врсту површног читаоца, оног којем се експлицитно мора рећи „шта је писац хтео да каже“, који себи не дозвољава тумачења изван оног које је очигледно, а нарочито не више тумачења; читаоца који се задовољава очигледном поентом, али не зна да ужива у форми. Зато су му и потребни стереотипи, да се зна шта носи позитивну а шта негативну конотацију, шта се

сме рећи а на шта се не сме чак ни алудирати. Тако је језик сведен на употребу одређених лексема у одређеним, углавном предвидљивим конструкцијама.

6. Преласком на друге теме, оне које нису из НОБ-а: школа, кућа, породица, животиње, и сл., ситуација се мења, списатељске форме постају „уметничкије“ и јављају се писци код којих заиста можемо говорити о високим књижевноуметничким достигнућима у поезији/прози коју су писали за децу. НОБ је и даље присутан, никад заправо и неће престати да буде актуелан, али ће временом постати права књижевна, а не само историјско-политичка тема. Међутим, на литерарним конкурсима који за тему имају родољубље (и слично) и годинама касније састави се пишу по уходаној послератној формули, која се временом само јаче укоренила. То је и потакло Милована Данојлића да напише своје чувено јавно „Писмо основцима“, у којем их моли, и њих и њихове учитеље, да се окану тешких речи и врате се природном, па самим тим и примереном начину изражавања и кругу тема.

7. Међутим, једна посебна врста непосредности и присности осети се у „најдечјим“ новинама, а то су оне које су уређивала сама деца, тј. ученици једне основне школе у Горњем Милановцу – *Насмејане дечје новине*. Заиста весело, врцаво штиво, пуно дечјих бисера из школске клупе, чини да читалац уистину с осмехом на лицу чита лист. Новине су очигледно уређиване и попуњаване по принципу „деца деци“, и то с нагласком на хумористичном моменту, а са жељом „да ти испричам нешто да се насмејеш“.

Директно обраћање ђака уредника и сарадника њиховим вршњацима најављује врло присну комуникацију публикације са својим читаоцима:

Да чујете само како се Ђорђе из Рајца прославио. Пита њега наставник музике шта је то тон. Он се чеше иза врата [...]

Ова публикација имитира новине за одрасле, наравно са извесним адаптацијама, тако да их практично пародира на начин који је деци смешан и занимљив. Тако се у њима налази рубрика „Вести из школе“. Једна од вести из ове рубрике гласи:

Недавно је у нашој школи основан занимљив клуб који је према садржини свога рада добио занимљив назив 'Клуб младих преправљача оцена'. Клуб је радио успешно док његова делатност није откривена. Члановима клуба је речено да се оцене поправљају на други начин.

Адам Ракоњац, *Пребреса*, НДН бр. 18

8. Касније – у доба 'развијеног социјализма' – дечји су се листови уходали. Излазило их је пуно, поред *Пионира*, у свим крајевима СФРЈ, нпр.: *Весела свеска* (Сарајево), *Мали Кекеџ* (Београд), *Насмејане новине* (Чачак), и др. Углавном су имали сличну уређивачку политику, па према томе и сличне сталне рубрике. Постојао је део у којем се објављивала поезија/проза афирмисаних писаца за децу, затим део у којем се објављује дечје стваралштво, увек и нека „занимљива“ зоологија, ботаника, географија и сл., а на крају обавезни ребуси, загонетке, укрштене речи.

Рубрика у којој су деца објављивала своје радове звала се „Пионери сарадници“ (*Пионир*), „Искре“, „Ђачко срце“, „Ђачко доба“ (*Мали Кекеџ*), „Пионирски кутак“, „Оловком и бојом“ (*Весела свеска*). Одрасли писци су у *Малом Кекеџу* добили простор назван „Ђулићи“. Касније је тај простор остављен Добрици Ерићу и звао се „Из торбице песника Добрице“. Ове стране су најчешће пратиле илустрације, мање или више успеле. Ако изузмемо чисто литерарни и чисто новинарски део неког часописа за децу, оно што остане у ствари је једна мешавина најразличитијих и најневероватнијих састојака, од корисних поука до слабије или јаче поетизованих текстова. Поменућемо понешто од тога.

9. Једну област чини описмењавање, овладавање стандардним језиком, препоруке за читање. Ово су занимљиве рубрике у дечјим часописима, у њима се увек нађу и неки весели стихови. Звале су се: „Учимо латиницу“ (*Весела свеска*), „На слово...“, „Вукова азбука“, „За ђаке прваке“ (*Мали Кекеџ*), а у њима се могло прочитати:

Уметник Угљеша	Б у БУКВАРУ
Ученик Угљеша упорно умива уши. Ужива у умивању ушију...	Набубрило
	Да букне,
	Као барут,
	Као бомба
	У бубну опну,
	Будибогснама!
Прокопије Пантић, продавац печених пилића, послао педесет препоручених писама...	Буљук
	Баба
	Буљи у
Татин Томица	Боб
Тата телефонира Томици:	Џаба:
– Томиславе (тако тата Томици), трчи тета Томанији...	Буба
	БУКВАР у
	Буцаку
„На слово...“, <i>Мали Кекец</i>	Аба.

Душан Радовић, „Вукова азбука“, *Мали Кекец*

10. Важно место имала је природна и друштвена тематика. Разни текстови у којима се говори о природним и друштвеним појавама и феноменима објављивани су у рубрикама најразличитијих назива:

„Разговори професора свезналице“

Пионер

„Свет око нас“

„Природа учитељ“

„Животињски свет“

Мали Кекец

„Над отвореном књигом природе“

Весела свеска

„Наше птице певачице“

„Лековито биље“

Весела свеска

Телефон који памти направили су амерички стручњаци: притиском на дугме могу се одмах добити педесет запамћених телефонских бројева [...]

„Најчудније на свету“, *Пионер*

[...] Мени, заиста, нема премца. Да само знате колико волим да скакућем и да изводим разне враголије по грмљу и дрвећу! [у првом лицу „о себи“ прича птица певачица штиглиц – прим. Ј. Ј.]

„Наше птице певачице“, *Весела свеска*

Мој плод су црвене куглице. Оне су одличан лек за јачање срца и живаца [...] [у првом лицу „о себи“ прича лековита биљка црвени дрозд – прим. Ј. Ј.]

„Лековито биље“, *Весела свеска*

Аеродроми су велика ваздушна пристаништа на која слећу авиони. Авиони слећу на нарочите стазе које се зову писте. Да би слетео или узлетео са аеродрома, авион прво треба да радиом добије дозволу из контролног торња. На слици је један аеродром. Испричај о свему што си на слици видео.

(„Свет око нас“, *Мали Кекец*)

11. Затим су ту чланци који нас воде спознавању неких невероватних али истинитих чињеница. Већ су и сами називи рубрика најављивали ту *невероватност*:

„Чудеса и магије Мите Бусије“
„Чудионица невероватних истина“
Весела свеска
„Ово нисте знали“
Мали Кекец
„Најчудније на свету“
Пионири

12. Заступљена су саобраћајна правила и понашање у саобраћају као увек актуелна тема. Организовани су и многи конкурси и квизови, и то са вредним наградама. У рубрикама под називом: „Саобраћајна школа Веселе свеске“ (*Весела свеска*), „Деца у саобраћају“ (*Мали Кекец*), могао се прочитати и овакав текст.

Н: Излажење на коловоз
На улици су нагло и јако шкрипнуле аутомобилске кочице. Из оближњих кућа станари су потрчали да виде шта се то догађа. Угледали су Енвера и Мишу како преплашени трче улицом. Приметили су и возача који је такође био уплашен. Објашњавао је пролазницима да је са тешком муком зауставио свој теретни аутомобил и тако спасао живот дечацима, који су изненада истрчали на коловоз из једног дворишта [...]
„Саобраћајна школа веселе свеске“.

Весела свеска

Већ у иницијалном наративном сегменту препознајемо да је текст писан за децу. Није дато класично упутство у вези са тим како треба излазити на коловоз, нпр.: 'Пре него што се крочи на коловоз, погледати лево и десно, а коловоз се прелази искључиво на местима обележеним зебром'. Од оваквог безличног и формалног излагања, одступило се у корист једног „глаголског“ наративног текста, који је самим тим што је „глаголски“ конкретнији, па онда и лакши за поимање и разумевање, за разлику од обезличеног „номиналног“ текста, који је апстрактнији.

13. Важно место имале су дечје игре и 'уради сам':

„Игра без краја“
Мали Кекец
„Знате ли игру...“
„Занимљива игра“
„Зимска игра“

„Забавна дјечја игра“
Весела свеска гласа пионира
 „Направите сами“
Весела свеска
 Направи сам
Мали Кекеџ
 НН: Знате ли игру...
 Н: Жежолe-драголе
 Игра се овако:
 Дјеца се ухвате у коло. У средини кола сједне једно дијете. Оно подавије ноге...
 „Знате ли игру...“
Весела свеска гласа пионира
 НН: Занимљива игра
 Н: Ткање
 Провуците канап или узицу кроз какав прстен или алкицу па крајеве завежите. Нека се сва дјеца ухвате уокруг за канап објема рукама. Затим нека... „Занимљива игра“
Весела свеска гласа пионира
 НН: НАПРАВИТЕ САМИ
 Н: ЛУТКУ ОД ВУНИЦЕ
 На корице књиге намота се вуница. Повесма (штрене) се затим вежу тако да се не замрсе. То ће да буде тело лутке...
 „Направите сами“, *Весела свеска*

Упутства се састоје од кратких конкретних реченица. Свака реченица је један корак у учењу, један поступак који треба савладати пре него се пређе на следећи.

14. У обрађеној грађи једна рубрика се, уколико је имала име, обично звала „Забавна“ (*Мали Кекеџ*), „Забавница“ (*Весела свеска*), „Забавна и шала“ (*Пионир*) и сл. Садржи кратке текстове-упутстава који се односе на уобичајене видове разбире, неизбежне у свим новинама. Итд.

3.3.10.4. Закључак

1. Видели смо да су почеци штампе за децу ишли заједно са формирањем књижевности за децу као посебног вида; ове две писане форме помогле су једна другој да постану и опстану. Дечји часописи из тог времена имале су много више страна посвећених литерарном стварању него касније.

Рат је донео потребу за вестима, па се дечја штампа која настаје у то време одликује високом информативношћу, а самим тим и свим карактеристикама овог основног новинарског облика изражавања – али не увек и литерарним вредностима.

Касније се листови богате садржајем, мада је тај садржај сав у некаквом једноличном тону, нарочито ако се теме на било који начин односе на НОБ. Једноличност се тиче и форме и на садржаја. НОБ се временом осамосталио у

књижевну тему, а не само историјску или политичку, што значи да је успео као тема наћи израз у књижевноуметничкој форми, и то је имало далекосежне последице по генерације деце/ученика/пионира. Послератни часописи за децу су у највећем броју школски часописи и допирали су до сваког детета бивше СФРЈ, до сваког родитеља и учитеља.

2. Поред тога што су промовисали један систем вредности и поглед на свет, они су утицали на формирање језичке културе и литерарног укуса. Језик и стил дечје штампе до 90-их година прошлог века био је под утицајем владајуће идеологије. То се види из круга обрађиваних тема, али и начина на који се о њима говори. Већ у првим послератним текстовима постављени су темељи тог новог, партијског језика, најочигледнији, наравно, на лексичком плану. Литерарно стваралаштво је било свесрдно подстицано, а дечји листови доносили примере за угледање.

Што се лексике тиче, постојао је корпус обавезних речи и израза, који је сасвим сигурно послужио као основа за настајање посебног административног стила карактеристичног за комунистичку Југославију. Устаљени начин извештавања „обогативан“ је атрибутима – вероватно да би се додао „естетски моменат“. Атрибут је био средство естетизације. Тако имамо многа „блистава јутра“, „мирисне цветове“, „храбре борце“ и сл. у саставима крајње једноставне композиције и са очигледном поентом. С друге стране, можемо рећи да се на синтаксичком плану уочавају не претерано сложене реченице, што је и примерено за децу-читаоце, дакле, уважава се њихова моћ поимања и читалачке способности.

3. Иако су утицаји очигледни на свим нивоима, ипак је дечја штампа као таква у бившој СФРЈ имала своје значајно место и да су је деца радо читала. Ти утицаји нису угрожавали суштину онога што називамо дечјим, а што нам и до дана данашњег измиче могућности дефинисања. Дечја књижевност у целини је одређена тематиком и концептуалним могућностима читалаца. Али се новинска књижевност овога жанра, како смо утврдили у анализи грађе и теоријским интерпретацијама, одликује извесним особеностима које је приближавају јавној речи. Пре свега, новине радо објављују текстове актуелне садржине – оне који прате дневну политику, општа друштвена кретања, пропагандне трендове итд. Тиме је одређен и стилски карактер ове књижевности: са нешто утицаја публицистичко-политичких и новинарских елемената.

3.3.11. КЊИЖЕВНА КРИТИКА, ПРИКАЗ, РЕЦЕНЗИЈА

3.3.11.1. Опште напомене

1. Новинска књижевна критика је, по спољашњој форми, део *новинарства*, а по суштини она је део књижевности. Функционална је и сврисходна кад достигне виши интелектуални ниво. То је текућа критика, или критика ‘из дана у дан’ (Исидора Секулић). Иако не ретко омаловажавана, дала је значајан допринос развоју сложеније књижевне критике, која често прераста у есејистику. Предмет њене пажње је књига (или књижевни проблем). Углавном доноси обавештење о делу и писцу, служећи као први посредник између књиге и читалаца. Оријентисана је према публици, књигама, књижевном животу и књижевности. Настоји да буде место вредновања књижевног наслеђа, пропагатор текуће књижевне продукције и аниматор за нова књижевна дела. Јавља се под разним именима и у различитим формама: у неким мањим облицима – белешка, осврт, рецензија, маргиналија; узгред и као интервју, фељтон, козерија, као критички коментар, приказ, чланак.

2. Књижевна критика је, по Д. Живковићу, „онај део науке о књижевности који служи као *спона*, између књижевног дела и читалаца [...] Књижевна критика има за циљ да *што дубље открије* она значења и лепоте који се садрже у појединим конкретним књижевним делима“ (1963: 6). У науци о књижевности улога књижевне критике јасно је дефинисана – открива значења и лепоту, али оцењује и друге вредности дела, нпр. допринос спознаји света, пропагирању идеолошких постулата, религијских назора, општег погледа на свет итд. Посебно место и у књижевном стваралаштву и у критици – има књижевност за децу. „Новинска критика, најчешће у форми приказа или рецензије, која се објављује у новинама, часописима и књигама, пресудно је утицала на токове развитка наше књижевности за децу. Обавештењима о новим књигама за децу, пропагирањем нових естетичких начела, посредујући између писца и читаоца својим укусом и знањем – креативна новинска критика, а не она ‘површинска’, највише је утицала на формирање јавног мњења, на стварање за децу прихватањем нове поетике. Иако ограничена просторно и временски, несистематска, као резултат тренутног надахнућа – новинска критика, често

судбоносна за писца, јесте својеврсна селекција заснована на искуству, знању и укусу“ (Животић [veb: www.zmajeve decje igre.org.rs](http://www.zmajeve-decje igre.org.rs)).

4. Читалац и књижевни критичар имају унеколико различите приступе књижевном делу; читалац у делу првенствено тражи доживљај, а у критичком приступу доживљај је само полазиште за изналажење доказа и извођење одређених судова о вредности садржаја. Заправо: „Критика је систем таквих односа који се не понављају ни по каквој правилности; то нису природни процеси него стваралачки. Сваки критичар настоји да унесе у већ успостављене односе између једнога 'ја' и света дела нешто *непредвидиво*, тј. да да једно *оригинално*, лично и *непоновљиво тумачење књижевног дела*“ (Радуловић б. г.: 11).

5. О данашњој књижевној критици М. Недић каже да је „веома аналитична, ерудитска, методолошки и поетички разноврсна, теоријски утемељена, често у томе и доста помодна, али и субјективна, импресионистичка, генерацијска, и медијски, чак и страначки функционализована“ (Недић [veb: www.politika.rs](http://www.politika.rs)). Очито је да, због сталног смењивања искључиво афирмативне понуде, моде (тренутна реклама), у значајној мери имамо поништавање или дезоријентисање личног укуса и књижевних вредности. Значајна су запажања да се све више бришу границе између новинске, часописне и универзитетске критике, уз успостављање монопола, кланова и спрега између издаваштва и књижевне критике. У прилог томе иде и податак да у Србији данас постоји више од 100 књижевних награда, иако је књижевна делатност, па и књижевна и новинска критика, у благом сивилу, због непостојања правог вредновања књижевних дела.

6. Књижевно новинарство је гранично подручје између литературе и журнализма, одређено присуством и утицајем књижевности у новинарству. У новинарском раду има духовне, креативне вредности која надраста поводе или пригодност таквог рада.

а) Новинска књижевна критика, иако претежно инфериорног квалитета и могућности стварног увида у књижевно дело, врло је раширена у медијима, те квантитетом заправо доминира над строго оријентисаном критиком књижевног рада једног колектива. Уз новине универзалног садржаја никли су специјализовани књижевни листови – новине које пишу нарочито о књижевном животу, са много књижевних прилога, али и са текстовима о другим питањима

из области уметности, историје, чак и друштвеним проблемима. Оснивачи оваквих новина су струковна удружења, групе писаца истих или сличних погледа.

б) Крајем 20. века, са наглим развојем интернета (глобалне рачунарске мреже), настаје епохални напредак – штампа без папира, новине и књиге у електронском облику. Могу се ту радити сажети прилози, за просечне читаоце, али и високо образоване кориснике, па притиском на одређени тастер може се добити и опширнији рад. Али ширење техничких и других могућности интернет комуникације не значи побољшање квалитета објављених текстова, већ често и погоршање.

7. Ипак се може говорити и о специфично новинарској, и о доброј новинарској критици, кад се пође од карактера и начина деловања медија. Формула добре новинске критике је једноставност. На малом, ограниченом новинском простору може се сместити мало садржаја, понекад и само две-три реченице о досадашњем опусу писца и његовом месту на сцени и пре свега јасан вредносни суд да ли је та књига добра или лоша. Новинска критика има све одлике књижевне критике, али и два тешка услова: велику брзину реаговања, оцењивања, и невелик обим у коме треба да искаже не само оцену него и кратко образложење. Критике које препричавају причу, а немају вредносног суда, нису критике, него записи о књизи. Битно је изнети јасан вредносни став, без калкулисања о последицама реченог. Осим непостојања сталног и брижљиво посвећеног места новинској књижевној критици, један феномен још више указује на слабости критике. Уместо мишљења и вредновања, најзаступљенији начин приказивања књига, који је истовремено и показатељ срзавања новинске критике данас, јесте *реклама*. У дневној штампи она се јавља скоро свакодневно, а заузима најмањи могући простор на најгорем месту, уз саму маргину новинске стране, што и визуелно сведочи о месту данашње књиге и њеног поштовања. Та реклама даје најмању могућу фотографију насловне стране и најмањи могући текст о некој књизи – једну или две реченице које се најчешће преписују из најаве издавача. Некада је напис непотписан, редакцијски. У штампаним новинама у Србији ретко се може прочитати негативна критика, а још ређе аргументована.

8. Отварањем простора књижевности у високотиражним медијима, критика се ослободила метаговора и постала 'читкија' и прилагођенија

медијима у којима се појављује па, примера ради, критике у високоцењеној *Политици* доиста може читати и тзв. обични читатељ. При том треба имати на уму да се од критика у медијима који нису уско професионални стварно не могу очекивати теоријски трактати.

3.3.11.2. Неки примери књижевне (и уметничке) критике

1. Најпре ево интегралног приказа једне вредне научне књиге (исп.: *Блиц*, 3. јануар 2010, средња стр.: Блиц Књига. Потп.: А. Гаталица):

Књижевност старог Оријента

АУТОР: Светозар Петровић

ИЗДАВАЧ: Академска књига

БРОЈ СТРАНА: 468

ИСБН: 978-86-86611-36-9

ПОВЕЗ: Мек

ЦЕНА: 1.200 динара

Ово је књига омиљеног професора на катедри некадашње светске књижевности, професора који је одгојио читаве генерације студената учећи их тајнама старих текстова који су све само не романтични, то јест, онакви какве очекују студенти прве године светске књижевности.

Текстови који се објављују у књизи „Књижевности старог Оријента“ су писани за *Повијест свјетске књижевности I*. Они обухватају египатску књижевност, кинеску књижевност – најстарије доба, кинеску књижевност – новије доба, кинеску књижевност – модерно доба, корејску књижевност, вијетнамску књижевност и монголску књижевност. Преглед ових литература писан је руком znalца, великог стилисте и – што је најзанимљивије – руком човека који је свој живот окончао на Оријенту, трајно одређен за далекоисточне вредности. Петровић је зато зналац „изнутра“, особа која свим Европљанима, као Европљанин пеобраћеник, може бити поуздани водич и један нама ипак страни и недовољно јасни универзум. Нема више оваквих посвећеника, па сви који неће тек инстант знања о Истоку, треба да набаве ову књигу.

Сем непотребних ознака испред текста, од којих неке служе за идентификацију књиге према модерним узусима, а друге као понуда књиге, текст је углавном лепо и компетентно написан. То значи на једној страни да је интересантан за читаоца; а на другој, да је из пера познаваоца књижевности и доприноса проф. Петровића – и доброг стилисте. Последња реченица могла је и отпасти, па да приказ буде и суздржајнији – и достојанственији. Предмет и намена текста сувише су ограничени да би аутор могао шире развити свој речник и показати интензитет компетенције, дакле одређеније потврдити своје научне ингеренције и способност за развој научног стила.

2. Други пример (*Политика*, 21. 11. 2009, потп. Н. К.) даћемо у делимичној репродукцији:

КАКО ВАМ ДРАГО

Пуно љубави, неочекиваних преокрета и прегршт разлога за сузе и смех у публици – то су карактеристике представе „Како вам драго“ у режији С. У. која је премијерно изведена у Југословенском драмском позоришту. Ова на изглед весела и оптимистична пасторала Вилијама Шекспира говори и о борби добра и зла, прерушавању – духовном и физичком...

И у овој рецензији препознајемо само најпримитивније елементе теоријског мишљења и језика.

3. Ево и трећег случаја (*Политика*, 15. 11. 2009., потп. Ј. Ц.):

НЕБО КАО ОТВОРЕНА ГАЛЕРИЈА

Човек је целог живота окупиран проблемима око себе и скреће поглед од слободе која му је на „дохват руке“. Заборавља да подигне главу и погледа горе – у небо. За Ј. П., младу престоничку уметницу, небо је отворена галерија, пуна слободних поставки које се смењују из минута у минут. Облаке у најразличитијим облицима и бојама и плаветнило небеског свода ухватила је објективом фотоапарата и представила синоћ у кафе-бару „Угао“. Она је завршила средњу дизајнерску школу а пре две године дипломирала сликарство на Академији лепих уметности [...]

Прва реченица подсећа на школски састав. И цео сегмент је неуспели покушај сугестивног и сликовитог представљања уметничног рада.

3.3.11.3. Закључне напомене

1. У свим анализираним текстовима уочени су елементи бирократског језика – декомпоновани предикат, номинализација, еуфемизам, стереотипне конструкције и флоскуле, што говори о превеликом упливу бирократије у свакодневни живот. Такође, у великом броју репортажа субјективност и лични став аутора се повлаче пред документарношћу, па се оне по свом садржају приближавају новинском извештају, а потреба за ефикаснијим преношењем информација резултира мањом сликовитошћу и већим бројем стереотипних конструкција. Још једна од тенденција која се примећује јесте пречесто и некритичко преузимање стране лексике, њено произвољно прилагођавање потребама аутора и неприродно комбиновање елемената српског и, најчешће, енглеског језика. У критици, слично као и у репортажи нпр., упадљива је често тежња ка комерцијализацији садржаја, што указује на то да се ради не увек о стварној тежњи за приказом културних достигнућа колектива, већ о трци за актуелном вешћу.

2. Иако ни њу нису заобишле промене које се дешавају у новинарству уопште, елитистичка природа и суштинска везаност за уметност и науку, критику је као врсту ипљк сачувала од озбиљне деградације која је задесила неке друге новинске врсте. С једне стране, критичко бављење уметношћу је добило нове видове, а с друге, тежиште се и у овој области померило ка информативности.

3. Главна особеност добре новинске критике је једноставност. На малом, ограниченом новинском простору може се сместити мало садржаја, понекад и само две-три реченице о досадашњем опусу писца и његовом месту на сцени и пре свега јасан вредносни суд да ли је та књига добра или лоша. Критике које препричавају причу, а немају вредносног суда, нису критике, него записи о књизи. Битно је изнети јасан вредносни став, без калкулисања о последицама реченог.

4. Општа тенденција опадања квалитета језика, стила и садржаја, која је очигледна у свим домаћим медијима, није заобила ни критику као новинску форму. Међутим, неопходно је нагласити да квалитет сваког новинског текста зависи пре свега од способности, писмености и талента аутора, од теме и садржаја конкретног текста, као и од типа новина у којима је објављен и публике којој је намењен.

3.4. МЕШОВИТЕ НОВИНАРСКЕ ВРСТЕ

1. 'Мешовите форме' новинарског израза – сматра Шт. Рус-Мол (2005) – настале су на принципу раздвајања вести од мишљења. Оне постоје не само у „булеварској штампи“, која живи од сензација и смицалица, већ и у такозваној озбиљној штампи. „Највише се меша извештавање које доноси и информације о догађајима у позадини неког збивања и коментарисање, али постоје и мешовите форме између репортаже, интервјуа и коментара“.

2. Нама се чини да се мешовитим могу назвати најпре жанрови који формом подсећају час на једну а час на другу врсту, дакле на вест и на неку од коментаторских или пропагандних врста текста итд.

3.4.1. ДОПИСИ ЧИТАЛАЦА И СЛ.

1. Новине и други медији сем информативне и пропагандне делатности, имају задатак и сами себе да популаришу у кругу својих конзумента. Од тога великим делом или у целини зависи њихов углед, али и финансијски просперитет. Зато је њихова пажња у високој мери усмерена на мишљење читалаца о томе што пишу или на други начин презентују публици.

2. Дописи (и друге реакције) вероватно се помно прате у свакој редакцији, и утичу на смер њиховог деловања. Реаговања се каткада објављују: у новинама се штампају у посебним рубрикама ('Наша пошта', 'Дописи читалаца', 'Међу нама' или сл.), а у другим медијима се презентују на друге начине. Језик и стил тих прилога није могуће сврстати у јединствену категорију јер потичу из најразличитијих средина, од људи неједнаког образовања и склоности према писању или усменом изразу.

3. Тематика поменутих прилога креће се од опште друштвене преко личне и стручно-пословне у вези са садржајем и начином презентовања тога садржаја од стране редакције које се тичу. Обим њихов такође је врло различит, и упоредив је на једној страни са вешћу или изјавом, а на другој са нешто опсежнијим врстама текстова.

4. За пример ћемо узети непотписан допис објављен у *Политици* (9. дец 2015):

Новинари, угњетавајте нас глупостима

Извод из писма анонимног читаоца

Поштовани новинари, мада је питање да ли заслужујете икакво поштовање. Или га немате довољно, па ни самопоштовања, и понашате се како је описано испод. Но свеједно вам пишем, надам се да неко од вас може да покрене неке ствари, да добије крила знајући да има људи који цене истину, док се присећа зашто је постао новинар и какве је идеале имао пре него што је почео да ради то што ради. Или макар то да уради због гриже савести. Одавно вам није важна ни истина ни правда. Битна је читаност и гледаност, па макар то било затупљивање народа. Битан је профит, па чак и од лопова и криминалаца. Битан је рејтинг, макар био заснован и на лажима. Битно је плувати неког, нема везе зашто и кога. Битна је брзина извештаања, нема везе што се не чује друга страна и што информације нису проверене.

Трубите на сва звона о слободи медија. Ви сте их заробили. Заробили сте их давањем места сплачинама и испирањем мозга глупостима. Заробили сте их јер од деце стварате зомбије, без мозга. Потенцирате блудно понашање, потенцирате старлете и нераднике, кич-уметнике, окружени смо њима. Потенцирате искључивост, систем „или си са мном или против мене“. Причате о равноправности, дијалогу, међусобном разумевању, а одавно нисам прочитао објективан и непристрастан текст. Томе сте криви ви, а не власт, тренутна или прошла. Само ви и нико други. На какве сте гране довели обавештавање јавности и истраживачко новинарство? А пецате се, бре, на иностране сајтове типа нашег њуз.нет, и то преносите као важне вести.

Шокирајмо људе, нек причају о томе, да не крену о нечем другом. Ревносно извештавате о убиствима и злочинима и ријалити наступима. Ви сте заробили медије, али народ је заробљеник.

Сви се крију иза некога. Неколико људи сме да стане иза оног што напише. Није ни чудо, с обзиром на то шта пишете. Угњетавани сте? Нисте, угњетавате нас. Уз неколико часних изузетака, угњетавате нас лажима, пропагандом..., глупостима. Угњетавате децу. Да ли сте се запитали о чему може да размишља просечан тинејџер кад види насловне стране наших новина? Шта може да запамти? Како може да научи да дели своја и прихвата туђа мишљења кад код вас може да види само искључивост и недоследност.

Видите, цело ово моје писмо вероватно је мало конфузно и због тога се извињавам. Нажалост, и мени је испран мозак. Тридесетих сам година, радно време више од десет часова, у просеку, водим борбу за кору хлеба и одржавање породице на окупу. Кад дођем кући, после неколико текстова или емисија, преседне ми све и постајем апатичан. И многи у мом окружењу су такви. Ако имате нацију апатичних, убрзо ће се славити 1984. Молим вас, немојте то дозволити, због свих нас. Будите објективни и непристрасни, одвајајте битно од небитног и помозите нам да будемо бољи. Неће нам помоћи ни Русија, ни ЕУ ни САД, него једино ми сами себи.

Срдечно, надајући се променама, забринути грађанин

5. Видно је да аутор није ни до краја образован, нити је вичан писању. Недостаје му каткад и идеја како да нешто искаже и правописно уобличи. Али из дописа избија јака жеља да се каже истина, да се пренесу снажне емоције којима је човек покренут да се изложи непријатности и обелодани своје мишљење. Он је свестан свега тога и извињава се онима којима се обраћа, а то су новинари – у чијем делању он види многе девијације, многа огрешења о новинарску и људску етику. Мотив за такво понашање новинара он види у моралној посрнулости друштва, па и оних који обављају разне одговорне дужности, од којих је информисање јавности једна од врло важних. На крају позива на ред и одговорност у послу и животу.

6. Не може се говорити о стилским квалитетима овога текста, чак напротив: исказ је често невешт и неук („Сви се крију иза некога. Неколико људи сме да стане иза оног што напише. Није ни чудо, с обзиром на то шта пишете. Угњетавани сте? Нисте, угњетавате нас“). Али он и поред тога оставља дубок утисак својом високо моралном поруком: делује као опомена свима који свој посао обављају без савести и одговорности какву им професија налаже.

3.4.2. НЕКРОЛОГ И ДРУГЕ СТАЛЕШКЕ ВЕСТИ

3.4.2.1. О некрологу и читуљи

1. ‘Некролог’ је посебна врста портрета. „Он пружа могућност да се сведе биланс читавог једног живота и чак читавог раздобља [...] Али уместо

тога често на површину избија неукус, неискреност и вербална манипулација. Мало где се испољава толико неукуса и испада као у некролозима“.

2. Пођимо најпре од некролога као традиционалног жанра који је био познат још у старогрчкој књижевности (Периклова *Похвала ратницима изгинулим у првој години пелопонеског рата*). То је говор поводом смрти познате личности из научног, културног, политичког и јавног живота уопште којим се наглашава њен друштвени, културни и национални значај. У њему се наводе био-библиографски подаци преминулог и истичу само дела која би ишла у прилог латинске крилатице *De mortibus nihil nisi bene*. Међутим, ако се у говору хиперболисано и некритички хвале заслуге умрлог, ова врста прелази у панегирик.

3. На радију и телевизији некролог је говорни жанр. Радио-некролог се емитује као говор у знак сећања на умрлог, док на телевизији може бити емитован и након неколико дана или на годишњицу смрти. У новинама, домаћим и страним, некролог се објављује под називом *In memoriam*. Заправо, то је информативни прилог о умрлом и мора бити дневно актуелан. Аутори овог жанра не морају бити новинари већ добри познаваоци живота и дела умрлог, обично из исте професије.

4. Некролог и новински прилог *In memoriam* јесу исто у погледу циља и садржине. Разлика се заснива на томе што је некролог говорни жанр (беседа), а *In memoriam* представља писани облик изражавања. Обоје, међутим, по правилу потичу из колектива, и зато каткад издалека, а каткад и изблиза, подсећају на вест, каткада на изјаву, па чак и на званично саопштење, што значи да се границе на једној страни са новинским жанром званичније садржине, а на другој са актом административног карактера. Тон излагања је, према томе, отворен како према новинарском, тако исто и према пословнијим начинима излагања.

5. Представићемо један пример некролога из рубрике *In memoriam*. Он потиче из пера новинара и теоретичара новинарског стила Р. Животића, а реч је о његовом професору (*Политика*, 25. април 1979.):

Професор др Бранивој Ђорђевић

Бранивој Ђорђевић је рођен у Шапцу 1924. године. Завршио је драмски студио и филозофски факултет у Београду. Као асистент Позоришне академије и сарадник Института за експерименталну фонетику врло рано је почео да објављује радове из области фонетике, акцентуације и дијекта српскохрватског језика. Сабранио је две докторске дисертације: у Сарајеву и Београду. Као професор реторике радио је на Факултету драмских уметности и на Катедри за новинарство Факултета политичких наука у Београду. У стручним листовима и часописима објавио је више од стотину радова, двадесетак скрипта и неколико приручника и уџбеника: Елементи српскохрватске дијекта, Српскохрватски позоришни језик, Говорна култура I и II, Граматика српскохрватске дијекта (уџбеници), Фигуре српскохрватске дијекта, Основи верификације, Мелодика реторског питања, Основи рецитовања, Дијектске теме (студије и приручник). Био је омиљен просветно-педагошки



и научни радник, држао предавања широм земље, сарађивао као лектор готово са свим позориштима у земљи и прошле године добио Букову награду. Као глумац, постао је члан Дrame Народнoг позоришта у Београду. За непуних десет година олитвао је много запажених улога: Ољег Кошчевој (Млада гарда), Стојан (Коштана), Арист (Умне жене), Федок (Славоја Главан), Арса (Светски рат), Ру-

жичич (Покондирена тиква), Утка Васа (Госпођа министарка), Поинс (Женија IV), итд. Осим што је био стални лектор Југословенског драмског позоришта, веома успешно се бавио редитељством и то претежно класиком (Шекспир, Еурипид, Молијер, Бесија, Платон, Софокле), као и нашим писцима (Б. Станковић, Његош, Р. Домановић, П. М. Нелодовић итд.). Његов рад на телевизији познат је по епикалама: Био један цар, Васке (Д. Обрадовић), Српске народне прјесме итд. Као лектор у више од педесет играних и много документарних филмова доказао је да се може сматрати творцем нашег филмског говорног израза.

Професор др Бранивој Ђорђевић као глумац, драматург, лектор и предавач био је један од најомиљенијих научних, културних и јавних радника. Захваљујући су му сви његови сарадници, глумци, а нарочито студенти према којима је увек изражавао љубав и поштовање.

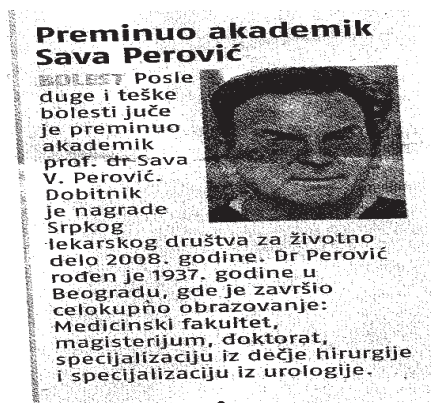
Р. Жилић

а) Након наднасловова рубрике (*In memoriam*) наводи се наслов који садржи атрибутив (*професор др*) и главну реч, тј. име и презиме умрлог (*Бранивој Ђорђевић*). Атрибутив има улогу друштвеног маркера јер упућује на звање преминулог. У уводном делу се наводе место и година рођења. Потом се дају подаци о образовању и библиографији. Затим се помињу квалитети његове личности (*Био је омиљен просветно-педагошки и научни радник [...]*). У средњем делу се наводе његове заслуге из других области (*глума, драматургија*). У последњој реченици овог дела истиче се посебна заслуга у области рада (*[...] доказао је да се може сматрати творцем нашег филмског говорног израза [...]*). У првој реченици завршног дела наводи се атрибутив умрлог као и називи осталих занимања (*Професор др Бранивој Ђорђевић као глумац, драматург, лектор и предавач [...]*). У истој реченици се апострофира и квалитетан однос са сарадницима (*...један од најомиљенијих радника*). У последњој реченици се изражава захвалност свих оних са којима је за живота сарађивао. На крају се налази потпис аутора прилога.

б) У овако сређеној композицији видна су нека одступања од форме класичне вести. Пре свега, очекивали бисмо да се наведе датум смрти или бар назнака да је особа о којој се говори преминула. Уместо тога сам наднаслов, *In memoriam*, упућује на то да се говори о особи која је умрла. Потом, нарацијом у перфекту јасно се даје до знања да онај о коме се говори није више међу живима, заправо, да је он као „научни, културни и јавни радник“ престао постојати. Такође, захваљујући у последњој реченици наговештава опроштај свих сарадника преминуле личности.

в) Стил није патетичан, али је далеко од објективног. Наиме, речи попут *омиљен, веома успешно, творац, најомиљенији, студенти према којима је изражавао љубав и поштовање*, нису неутралне лексеме већ имају изузетно јаку позитивну конотацију. Неке лексеме се односе само на успешност у домену научног и културног рада: *асистент, врло рано је почео да објављује радове, одбранио је две докторске дисертације, објавио је више од стотину радова, добио Вукову награду, одиграо много запажених улога, веома успешно се бавио редитељством, доказао је да се може сматрати творцем нашег филмског говорног израза*. Може се запазити употреба интензификатора (*врло, веома*) као и суперлатива (*најомиљенији*) који показују афективност аутора према преминулој личности. Овакав стил не би био пожељан у класичном жанру вести. Ипак, инвентивност у погледу неубичајених конструкција није доминантна. Два пута се варира облик придева *омиљен* што у овако кратком тексту није стилски успешно. Такође, имперсоналност се постиже употребом 3. л. мн. као колектива, иза чега се крије сам аутор. Занимљиво је посматрати употребу атрибутива. Они се појављују у наслову прилога испред имена и презимена преминулог. Као што смо поменули, они су овде у улози друштвених маркера. Очекивали бисмо да се они нађу испред сваког наредног помињања имена и презимена, али на самом почетку прве реченице налази се само име и презиме. Тиме се наговештава да ће се у почетку говорити о личности умрлог, коју аутор текста тек треба да представи читаоцима, тј. да је идентификује као оног ко је заслужио да се нађе у овој рубрици. Након идентификације, на почетку последњег параграфа поново се наводи име и презиме, али овога пута са атрибутивима. Поступак реидентификације је врло значајан у овој врсти текстова.

6. Као антипод овој класичној новинској форми навешћемо пример вести о смрти академика Саве В. Перовића (*24 сата*, рубр. Вести, 6. април 2010.).



а) Наднаслов ове рубрике гласи *Вести*. Након тога следи наслов информативног карактера (*Преминуо академик Сава Перовић*). Крњим перфектом се попут кратке новинске вести уобличава факат о којем је реч. Али с обзиром на изузетност теме, овај тип излагања преобраћа се у језички редукован емфатички израз, као судбинска тврдња о неминовном и неповратном догађају. Чак и клишеи административног језика сада звуче као лапидарна изјава загушена емоцијама. Поднаслов упућује на узрок смрти. Текст се састоји од две просте и једне зависносложене реченице и није подељен на параграфе. У првој реченици се устаљеним изразом (*После дуге и тешке болести*) указује на узрок смрти. Затим се наводи време смрти (*јуче*). Атрибутиву из наслова се придружују још два – *проф. др*, а имену и средње слово. Предикат из наслова се понавља у пуном облику. У другој реченици се наводи податак о награди коју је недавно добио. Трећа реченица почиње презименом уз које се наводи само један атрибутив (*др*). Наводи се датум и место рођења. Односна реченица, која следи, упућује на образовање преминулог које се таксативно наводи.

б) За разлику од претходног примера, овај садржи класичне особине вести. Стил је неутралан, излагање ретроспективно, суздржано, и утолико ефицијентније као реч на ивичној линији говора према погруженом ћутању. Приповедање започиње од садашњег тренутка (смрти), преко награде која је освојена пре две године, до рођења умрлог.

7. Данас су се некролог на радију и телевизији и њему одговарајући прилог у новинама стопили у један нови жанр. У њему се подаци наводе готово таксативно. Издваја се срж из живота умрлог, ред изнетих догађаја не мора бити хронолошки, употреба квалификатора и појачивача је минимална, реченице су језгровите, а сама личност не мора бити општепозната. Чини се да је ова форма

последица брзине комуникације коју намеће ритам живота, али и да је она на корак до форме читуље. Заправо, можемо рећи да је форма читуље утицала на форму некролога, а да је некада тај однос текао у супротом смеру, тј. да је на почетку српског новинарства читуља имала и неке особине некролога (прилога *In memoriam*) у свом изворном облику. Као доказ за ову тезу узећемо пример прве читуље из *Политикиног* шеснаестог броја, објављеног 27. јануара 1904. г.:

Тужним срцем јављамо свима сродницима, пријатељима и познаницима да је наша добра и никад незаборављена супруга, односно сестра, тетка, свекрва, ујна и баба

Петра

супруга Алексе Тодоровића трговца из Шапца

после тешког и кратког боловања испустила своју племениту душу 18. ов. мес. у 7 и по часова у вече, у 72 години свога живота. Тело миле нам покојнице предато је матери земљи 19. ов. мес. по подне, уз многобројно учешће овд. грађанства.

Јављајући овај наш тешки губитак пријатељима и познаницима сматрамо за своју дужност благодарити Његовом Преосвештенству Госп. Димитрију, Еп. Шабачком, који је из почасту суделовао при опелу миле нам покојнице; благодаримо исто тако лекару госп. Драгутину Л. Марковићу, који се својски заузимао да покојницу од смрти спасе. Нека је велика хвала свима који је до вечне куће испратише и радње своје при пролазу спровода затворише, указујући последњу почаст покојници. Хвала свима што нам телеграфом и путем поште саучешћа изјавише, те нам тим ма у колико тугу ублажише.

Ожалошћени

супруг, сестра, братичине, заовичине, унучи и остала многобројна фамилија

Ово је пример прве читуље у српској дневној штампи. Њена композиција је у начелу истоветна са композицијом данашњих читуља, али је разгранатија. И још нешто, што данас није чест случај у некролозима: лексика, фразеологија и форма синтаксичких конструкција одражавају згуснутији емотивни набој, некакав посебни тон, посебан патос. Први део се састоји из обавештења о смрти особе. Имену, које се издваја на средини текста, додају се атрибутиви (*супруга, сестра, тетка, свекрва, ујна, баба*). На крају се наводи списак ожалошћених. Међутим, у композицији ове читуље можемо запазити и други део, у коме се изражава захвалност свима који су одали последњу почаст умрлој. Изрази захвалности као последицу собом носе управо онај одређени патос о којем смо говорили горе. Ипак, да бисмо показали у којој мери је тај патос исказан, прегледаћемо природу лексема и фразеолошких обрта у тексту. Синтагмом из прве реченице (*тужним срцем*) упућује се на емоционално стање аутора текста. или и оних у чије име пише. Даље се дају епитети који се односе на преминулу (*наша добра и никад незаборављена*), али и колокације (*испустила своју*

племениту душу, тело миле нам покојнице предато је матери земљи). Затим се на почетку другог дела поново осветљавају емоције аутора према умрлој (*наш тешки губитак*) и наговештава захвалност свима који су изјавили саучешће породици (*сматрамо за дужност благодарити*). Да текст добија тон свечаности указују и метафорички еуфемизми (*вечна кућа, испустити душу, предати тело земљи*). Патос који доминира у тексту као да представља увод у панегирик. Ипак, не можемо пренебрегнути чињеницу да и патетично представља једну од категорија лепог. Стога можемо поставити питање да ли је лепо у исто време и примерено за наведену врсту текста. Одговор, вероватно, лежи у чињеници да је ово домен личних и породичних вести и да би у њему овакво излагање могло бити примерено. Међутим, не смемо занемарити ни податак да се овде говори о смрти, у оно време угледне личности (исп. атрибутив *супруга Алексе Тодоровића трговца из Шапца*), и да је ово била уједно и врста некролога. Морамо стога закључити да је стил овога некролога за укус данашњег читаоца звучи помало набухло и сладуњава, али да није никако одбојан.

8. У *Политици* од 30. 9. 1959. г. наилазимо на занимљив пример. На последњим страницама налази се рубрика *In memoriam*, а испод ње рубрика *Читуље*. У рубрици *In memoriam* се, уместо изјаве поводом смрти важне личности, даје обавештење о помену годишњице смрти преминулог. Ова рубрика, дакле, претходи данашњој рубрици *Помени*. У следећој рубрици наводе се читуље везане за смрт особа не само из високог друштвеног сталежа.



Прво што можемо приметити јесте различито графичко обликовање, а самим тим и нешто измењена композиција у односу на читуљу из 1904. године. За разлику од читуља пре Другог светског рата, које су имале подебљани оквир и на средини текста истакнуто име умрлог, ове читуље су наведене стубачно, без посебно истакнутих делова. Недостаје и уводни део у коме се јавност обавештава о смрти појединца. Уместо тога наводи се име и презиме испред кога су устаљене синтагме (нпр. *Наши мили и добри отац*), а затим долази обавезни статусно маркирајући атрибутив (нпр. *службеник Савезног завода за урбанизам*). Потом следи обавештење о смрти (или околностима које су до ње довеле) као и датум и место сахране. На крају се налази списак ожалошћених чланова породице. Читав текст је наведен готово таксативно, у две просте реченице, без претерано емоционално обојене лексике. Лексеме које имају емоционалну конотацију овде су више ствар конвенције, но ауторове инвентивности. То су обично почетни устаљени изрази *наш(а) мили/а и добри/а* и завршни, *ожалошћени/неутешни*. Приметићемо и да нема изјава захвалности у овој врсти читуље. Разлог за њихов изостанак можемо потражити и у постојању посебне рубрике *Изјаве захвалности*, али и у чињеници да је друштвено-историјски контекст утицао на искорењивање изјава захвалности нпр. свештеницима који су одржали опело или сл.

9. Можемо закључити да у раније време прилог *In memoriam* није означавао оно што се данас под њим подразумева. Такође, у послератном периоду рубрика *Читуље* не садржи елементе захвалности у себи будући да за њих већ тада постоји посебан прилог (*Изјаве захвалности*). Самим тим, и језик у њима је очишћен од патетичних наноса. Ипак, у композицији се могу запазити устаљене конструкције (обично на почетку и крају) које уносе тон пренаглашене емоционалности. Тако добијен образац касније је ушао и у некролошке врсте текстова, у којима је афективност све више бивала потиснута, првенствено деперсонализацијом, да би данас готово била истоветна форми неутралне вести. Запазићемо, такође, да се у овој врсти новинских текстова огледала и друштвена стратификација. Наиме, ако у обзир узмемо неизоставне атрибутиве, можемо установити да се вест о смрти објављивала увек у вези са, на неки начин, друштвено ангажованом личношћу. У почетку су, дакле, читуље биле некролози, јер је само онај слој друштва који је то могао финансијски да приушти, објављивао овакве врсте новинских текстова. Касније, од 50-их година XX века, граница се помера и читуље постају вести о смрти било које особе, док прилози *In memoriam* и некролози за тему добијају искључиво смрт културно, политички, или спортски познате личности. Данас се у стилу ове врсте текстова примећује језички и композицијски уступак формама вести и читуље, тако да за тему могу имати и смрт неке друштвено маргиналне личности.

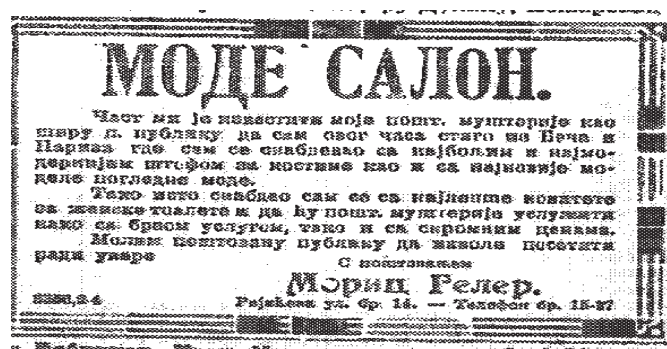
3.4.2.2. О сталешким вестима

1. Постоји још једна врста новинских рубрика на основу чије се стилогености и тема може утврдити друштвена атмосфера у различитим периодима наше новинске историје. Ову врсту текстова назваћемо заједничким именом – *сталешке вести*. Ни један новинарски лексикон нити студија не нуди дефиницију ове врсте вести, иако је она релевантна за опстанак дневних новинских листова. Наиме, простор за разна оглашавања и обавештења новинске куће наплаћују и тиме себи обезбеђују финансијску потпору. Овом приликом покушаћемо да одговоримо на питање које форме текстова могу спадати у категорију сталешких вести.

2. У броју *Политике* од 31. 8. 1913. г. на последњим страницама постоје неки од облика сталешких вести. Из њих можемо издвојити следеће облике: огласе, обавештења о венчавању, вести из удружења и читуље. Сви они се налазе заједно, на истој страници и нису издвојени посебним насловима. Претпостављамо да је критеријум за овакво сврставање била чињеница да по комуникативној природи представљају обавештења чији аутори нису новинари. Међутим, критеријум за њихово разликовање није само у обавештењу већ и у томе да ли то обавештење подразумева потенцијално одазивање читалаца или је само по себи довољно и не захтева никакав будући ефекат. Стога, можемо рећи да су огласи егзофоричка врста текстова јер су упућени свим категоријама читалаца као позив на неку врсту делања. У ту сврху њихово често оруђе представљају облици пасива (*издаје се, тражи се, продаје се, потребан/а*) који уједно означавају и облике давања али и тражења информације, тј. делања.

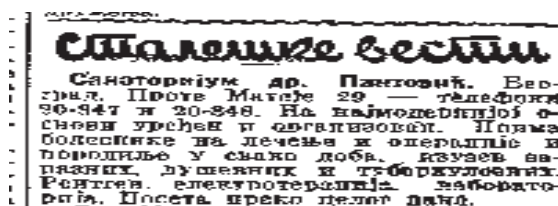


3. У ову групу спадају и текстови који по форми нису огласи, али по садржају их имплицитно подразумевају. Навешћемо један пример из истог броја *Политике*:



Наслов овог обавештења и визуелно а и облички (инверзијом) мами пажњу читалаца. У првој реченици глаголом *известити* указује се на примарну функцију овог текста – обавештење, које је упућено *муштеријама и широј публици*. Даље се наводи тема обавештења (снабдевеност модним колекцијама из Беча и Париза). Међутим, осим овога публика се први пут имплицитно позива да дође и увери се у *брзу услугу и скромне цене*, а други пут се експлицитно и моли да то учини. На крају текста је дат потпис оглашивача са улицом и бројем телефона. Евидентно је да су овакви текстовни облици, у ствари, замаскирана форма огласа.

3. Сличне примере можемо пронаћи и касније. У *Политици* од 16. 3. 1941. г. наилазимо на рубрике: *Забаве, Предавања, Белешке, Друштва и установе, Књиге и часописи* и *Сталешке вести*. Све оне представљају, заправо, огласе. У њима се извештава о разним догађајима, али се и позива на учествовање. На једном примеру прилога *Сталешке вести* можемо видети какве су вести биле сврставане у ту рубрику.



У наслову се наводи назив институције (*Санаторијум др Пантовић*), место на којем се она налази (*Београд, Проте Матеје 29*) и контакт (*телефон*). Потом се истичу квалитети установе (*На најмодернојјој основи уређен и организован.*). Обавештајном реченицом имплицира се позив читаоцима (*Прима болеснике на лечење и операције и породилње [...]*). На крају се још једном истичу погодности услова (*Посета преко целог дана*). Телеграфски начин извештавања постиже се недостатком предиката и ређањем кратких синтагми. Очито је да

овакве форме нису написане како би обавестиле о променама у микрозаједници већ да би, првенствено, учиниле познатом неку особу или установу. Поставља се питање зашто је онда ова рубрика носила назив *Сталешке вести*. Одговор је: очигледно да оваква врста вести не може бити намењена свима, но само одређеним категоријама друштва. Такође, позив који је у њима упућен претпоставља само онај део друштва који би себи могао приуштити наведене погодности. Узевши све у обзир, можемо закључити да сталешке вести говоре о грађанском слоју друштва (понекад и о оном елитном), али и да су првенствено намењене истом слоју. Дакле, комуникацијски ток се одвија увек у истој врсти сталежа. Ипак, не смемо заборавити да су овакве вести по својој намени, заправо, огласи.

4. На другој страни постоје вести које не подразумевају некакву ангажованост читалаца у вези са њима, већ су обавештења у чистом виду. У њих се могу уврстати текстови из рубрике *Личне и породичне вести* и *Унапређења*. Рубрика *Личне и породичне вести*, као таква, почела је излазити 30-их година XX века. У њој су се налазиле вести које се тичу кључних догађаја у животу датог појединца. Тако су започињале прилогом *Рођења*, потом, *Веридбе* и *Венчања*, а на крају су се налазиле *Читуље* и *Помени*. На примеру таквог чланка из Политике од 16. априла 1941. г. представимо форму ових вести. Под насловом *Рођења* налази се текст у коме се обавештава о рођењу сина Јелке Цветковић и Младена С. Цветковића, судије Округног суда. Форма је врло једноставна и одговара на захтеве једне вести – КО (*Јелка Цветковић и Младен С. Цветковић, судија Округног суда*), ШТА (*добили су сина*), КАДА (*6. овог месеца*), ГДЕ (*у Косовској Митровици*). Исту форму има и обавештење о веридби.

ЛИЧНЕ И ПОРОДИЧНЕ ВЕСТИ

РОЂЕЊА

— Јелка Цветковић — рођење Младену Цветковићу з Младен С. Цветковић, судија Округног суда, добио је сина 6 овог месеца у Косовској Митровици.

— Гва Вера Риђички ит Ада и са-
клететски комитет II класе и др. Пе-
троније З. Станковић, лекар у Ко-
совској Митровици, веридба и пошта-
не 9 марта 1941 год.

5. За разлику од њих, обавештења о венчавању имају обично предикат у облику футура, а на крају се може налазити и синтагма *честитања у цркви*, па се они могу протумачити и као позиви упућени читаоцима. Форма је иста као и код претходних вести, али време догађаја може бити прецизније одређено (осим датума, може бити дато и време почетка свечаности). У поређењу са *Читуљама* и *Поменима*, у којима доминира субјективан однос према преминулој особи са присенком патоса и хиперболом, у овим прилозима обавештење се излаже објективно, имперсонално или у 3. л. множине. Занимљиво је установити да се вести о рођењу, веридби и венчавању губе из дневних новина након Другог светског рата.

6. Слична категорији личних и породичних вести је и рубрика *Унапређења*. Она се тиче вести из професионалног или јавног дела живота појединца. У примеру из *Политике* наилазимо на један административни тип текста. На почетку су дате одредбе околности вршења радње, асиндетски, у низу (*У име Њ. В. Краља, указом Краљевских Намесника, на предлог министра шума и рудника*). Предикат је исказан обликом пасива (*унапређена је*), док се субјекат налази на крају реченице (*Славка Мрдаковић*).

Унапређења у Министарству шума и рудника

У име Њ. В. Краља, указом Краљевских Намесника, на предлог министра шума и рудника, унапређена је за радничког контролора 1 група Дирекције шума у Нишлу Славка Мрдаковић.

То је пример инкорпорирања административног текста у новински. Овакав поступак транслокације је врло чест у савременој новинској пракси. Разне врсте извештаја са скупштинских седница, јавни позиви и опомене део су рубрике *Огласи*. Наводимо пример јавне опомене објављене у *Политици* 17. 3. 2010. г.

Окривљени Божовић Боривоје, самостални ауто такси превозник из Београда, Максима Горког, број 85, рођен 4. 3. 1959. године у Београду, од оца Данила, ЈМБГ 0403959710179, такси дозвола број 6078

КРИВ ЈЕ

зато што је дана 26. 9. 2008. године у 16 часова, својим возилом рег. ознаке БГ 815-584, превозио Јасмину Тодоровић на релацији од угла улице Кнеза Милоша до улице Краљевића Марка, наплативши износ од 870,00 динара, што је за 544,00 динара више од прописаног износа по важећем ценовнику

– чиме је извршио повреду добрих пословних обичаја и пословног морала из области пружања услуга такси превоза, те Суд части према окривљеном изриче меру друштвене дисциплине

ЈАВНЕ ОПОМЕНЕ

са објављивањем у средствима информисања изреке одлуке и то у дневном листу „Политика“.

Одлука Суда части
при Привредној комори Београда
С. бр. 125/08 од 3. 12. 2008. године

197823 Б

7. Данас се унапређења налазе у рубрици *Обавештења*. Она се тичу одбрана магистарских и докторских радова, као и именовања сарадника научних установа. Можемо приметити да су се некада објављивана унапређења тичала свих делатних области, док се данас она односе само на напредовања у научној сфери. Као илустрацију навешћемо пример од 18. 3. 2010. г. из *Политике*. Административни стил унапређења условљен је позицијом моћи институције која обавештава јавност о професионалном унапређењу појединаца. Стога, стил мора бити имперсоналан (објективан) и свечан.

0317000135Б

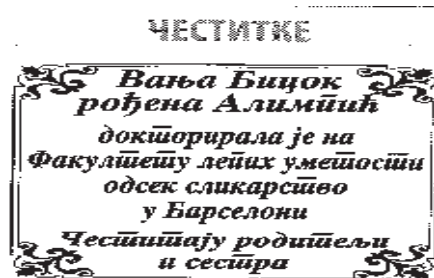
– Научно Веће Института за нуклеарне науке „Винча“ обавештава научну и стручну јавност да је покренут поступак за избор у научно и истраживачко звање следећим сарадницима: 1. **Др Јасна Ристић Ђуровић** за избор у научно звање научни саветник. 2. **Сузана Филиповић, дипл. физикохемичар** за избор у истраживачко звање истраживач сарадник. 3. **Гвозден Тасић, дипл. физикохемичар** за избор у истраживачко звање истраживач сарадник. Реферати и изборни материјали налазе се у Библиотеци Института за нуклеарне науке „Винча“ и доступни су јавности у току наредних 30 дана.

0317000286Б

Форма ових текстова је клишеизирана, са устаљеним деловима у композицији и може се сврстати у административни стил. На почетку се наводи назив научне установе која је поднела захтев за унапређење појединца у одређеној области (*Научно веће Института за нуклеарне науке Винча*). Потом следе информације о томе ШТА чини (*обавештава*) и на КОГА се то односи (*научну и стручну јавност*). Овде је јасно да је опсег читалаца ограничен на припаднике одређене друштвене групе – научнике. Пасивном изричном

реченицом се прецизира информација о поступку унапређења (*да је покренут поступак за избор у научно и истраживачко звање*), а затим се таксативно наводе имена унапређених (са обавезним професионалним атрибутивима). По наведеном имену следи устаљена конструкција *за избор у истраживачко звање* којом се даље прецизира назив занимања. На крају се налазе сложена реченица са напоредним односом у којој се даје обавештење о доступности *реферата и изборних материјала* јавности са обавезном напоменом о временском трајању и месту доступности. Иако се у првој реченици експлицира да је оваква врста текстова првенствено обавештење, у последњој реченици се може видети да је оно позив стручном делу јавности, али да као такав не мора наићи на одзив.

8. Данас се у рубрици *Честитке*, у којој се углавном честита на професионалном напретку или достигнућу, такође даје информација о унапређењу, али на другачији начин.



Разлика се, пре свега, огледа у графичкој стилизацији рубрике која је обележава као личну и породичну вест. Такође, она се најчешће састоји од две просте реченице у којима је интерпункција изостављена. По информативном саставу, прва реченица представља обавештење о напредовању у струци. Њена структура је врло једноставна. На почетку се наводи субјекат (име и презиме), обично без атрибутива. Предикатом се експлицитно изриче садржај ситуације (нпр. *докторирала је*). На крају следи пун назив институције у којој је постигнуто напредовање (нпр. *на Факултету лепих уметности одсек сликарство у Барселони*). Друга реченица носи информацију о честитању на постигнутом успеху. Предикат је исказан глаголом *честитати* у облику презента актива, а субјекат је остварен употребом именица које означавају родбинске односе (нпр. *Честитају родитељи и сестра*). Можемо закључити да

је овај тип обавештења, за разлику од претходног, написан активним глаголским облицима и да се у њему, сем о напредовању, даје и информација о личном ставу породице према успеху. Такође, позив на учествовање у догађају није имплициран, те је комуникацијска окосница у самом објављивању информације. Овакву врсту објаве можемо сврстати у категорију личних и породичних вести.

3.4.2.3. Закључак о сталешким и другим вестима

1. У овом одељку анализирали смо најпре некролог и читуљу, а затим и остале, заправо праве сталешке вести. Предмет свих тих написа углавном представљају догађаји из приватног и личног живота, и сматрају се изразом статусних момената у личном и друштвеном животу појединаца. У новинама, домаћим и страним, некролог се објављује под називом *In memoriam*. Заправо, то је информативни прилог о умрлом и мора бити дневно актуелан. Аутори овог жанра по правилу нису новинари већ добри познаваоци живота и дела умрлог, обично из исте професије.

4. Некролог и новински прилог *In memoriam* јесу исто у погледу циља и садржине. Разлика се заснива на томе што је некролог говорни жанр (беседа), а *In memoriam* представља писани облик изражавања. Обоје, међутим, по правилу потичу из колектива, и зато каткад издалека, а каткад и изблиза, подсећају на вест, каткада на изјаву, па чак и на званично саопштење, што значи да се граниче на једној страни са новинским жанром званичније садржине, а на другој са актом административног карактера. Тон излагања је, према томе, отворен како према новинарском, тако исто и према пословнијим начинима излагања.

5. Читуља је кратка вест о смрти дате особе, уобличена емоционалним речима и често високотонираним речима које треба да нагласе све добре стране умрлог и патњу родбине и пријатеља због губитка. Патос који доминира у тексту као да представља увод у панегирик. Но и патетично представља једну од категорија лепог. У старије време, читуља је била објава о смрти угледне личности, и стога је ово била уједно и врста некролога. Морамо закључити да стил овога некролога за укус данашњег читаоца звучи помало набухло и сладуњаво, али да није никако одбојан. Данашње читуље далеко су једноставније, и по правилу уздржаније у емоцијама, те више личе на кратку вест него на похвално слово намењено покојнику.

6. Читаву лепезу различитих текстовних форми представљају тзв. сталешке вести. Из њих можемо издвојити следеће облике: огласе, обавештења о венчавању, вести из удружења и сл. Сви они се налазе заједно, на истој страници и нису издвојени посебним насловима. Претпостављамо да је критеријум за овакво сврставање био по комуникативној природи: они представљају обавештења чији аутори нису новинари. Међутим, критеријум за њихово разликовање није само у обавештењу већ и у томе да ли то обавештење подразумева потенцијално одазивање читалаца или је само по себи довољно и не захтева никакав будући ефекат. Стога, можемо рећи да су то егзофоричка врста текстова јер су упућени свим категоријама читалаца као позив на солидарност, на саучешће у болу за изгубљенима (некролог и читуља), или на другој страни на заједничку радост због успеха, личног или породичног (сталешке вести, личне и породичне в.); или одзив на такав позив или уопште на сазнање о догађају и сл. (саучешће, или честитка).

7. Језичке и стилске особености поменутих текстова скромног су домета. Основу им чини административни стил са могућим примесима колоквијалне речи и евентуално реторички нешто уздигнутијих елемената, углавном са тежњом ка експресивизацији израза.

3.5. МАРКЕТИНШКО НОВИНАРСТВО – ОГЛАСИ И РЕКЛАМЕ

3.5.1. Претходне напомене

1. „С појавом медијске културе” – пише Д. Келер (2004: 5–7), – „слике, звуци и представе почињу да учествују у стварању садржаја свакодневног живота, доминирају нашим слободним временом, обликују политичка гледишта и друштвено понашање, и нуде грађу на основу које људи обликују чак и сопствени идентитет”.

Радио, телевизија, филм и други производи индустрије културе обезбеђују моделе на основу којих одређујемо шта значи бити мушкарац или жена, успешан или неуспешан, моћан или слаб. На основу садржаја које нам пружа медијска култура многи људи формирају своја схватања о класи, етничкој припадности или раси, националности, сексуалности, о „нама“ и „њима“. Медијска култура учествује у обликовању доминантних схватања о свету и највишим вредностима; она дефинише шта се сматра добрим или лошим, позитивним или негативним, моралним или злим. Приче и слике у медијима приказују симболе, митове и изворе који за већину људи, у већем делу света, данас чине општу културу. Медијска култура пружа основу за стварање идентитета, у складу са којом се појединци данас уклапају у савремена техно-капиталистичка друштва. Она производи нове облике глобалне културе.

„ [...] Медијска култура је индустријска култура” – мисли даље Келер – „која је заснована на моделу масовне производње, и намењена је масовном аудиторijуму, у складу са различитим типовима (жанровима), као и уобичајеним формулама, кодовима и правилима. У том смислу, она представља облик комерцијалне културе, а њени производи су робни артикли, који треба да привуку приватан профит створен у огромним корпорацијама, заинтересованим за акумулацију капитала [...]“ Саставни део медија, а самим тим и медијске културе јесте, према томе, комерцијална делатност, пре свега понуда и тражња, дакле маркетинг, који подразумева оглашавање.

2. „Маркетинг” – мисли Ф. Џефкинс (2003: 6–7) – „није само дистрибуисање робе од произвођача до крајњег корисника. Он обухвата све фазе од стварања производа до постпродајних активности. Једна од њих је и оглашавање. Те фазе су попут карика ланца – ако је једна слаба, ланац ће пући. Оглашавање је, дакле, једнако важно као и друге фазе (или карике), а успех сваке од њих зависи од успешности осталих [...]”

Успешност националне привреде зависи од тога да се оглашавањем унапређује продаја, да би се одржала фабричка производња, запошљавали људи и стицали способност да троше, да би се новац непрестано обртао. Када се заустави овај процес, настаје рецесија. Слично томе, успешне земље су оне у којима добро функционише оглашавање.

3. Оглашавање је делатност чија се историја, типологија и класификација може посматрати из више углова и на више начина. Знамо да оглашавање спада у једну од најзначајнијих фаза маркетинга, али да данас обухвата и друге области живота, чак и оне које нису у директној вези са промоцијом и продајом роба и услуга. Пошто је оглашавање део модерног индустријског света, оно сведочи и о структури привреде и развијености тржишта; оно спада у ред најутицајнијих модела масовног комуницирања и доминантних друштвених вредности. Осим производа, данас се оглашавају државе, организације, идеје, појединци. Велике суме новца се троше на разна истраживања која проучавају реакције реципијената на садржаје огласних порука. Медији масовног комуницирања, и штампа као један од значајних представника, имају важну улогу у комуникацији између пошљаоца и примаоца, тј. у процесу обавештавања и подстицања на акцију. С обзиром на нове културне потребе, нова тржишта, нове стратегије усмерене едукације и завођења, које намеће

живот у 21. веку, оглашавање је постало глобални комуникацијски, економски и социјални феномен.

4. Медији, иако имају и друге изворе прихода, опстају и развијају се добрим делом и од прихода оглашивачке делатности. Медији масовног комуницирања у већој су зависности од оглашивача, него од читалаца, гледалаца или слушалаца. Оглашавање постаје моћан регулатор друштвеног живота и контролор људских потреба, а у великој мери и схватања, погледа на свет. Свим овим у крајњој инстанци руководи интерес, покретачка снага и управљачки механизам капиталистичког друштва. Интерес је, да се подсетимо⁸⁷, она вредност друштвене свести која представља срж и исходиште пословности, тј. материјалне производње и потрошње као области где се интерес реализује. У књизи посвећеној овим питањима (Врачар 1974: 4), аутор пише: „Привредна пропаганда у административно-централистичком систему управљања привредним кретањима и односима, разумљиво, није имала своју економску основу. Сваки облик пропагирања потрошње, нарочито селективног пропагирања, у таквим условима је бесмислен, јер су односи на релацији производња-потрошња и на релацији произвођач-купци регулисани другим инструментима, у конкретној ситуацији централним планом, јер је пропаганда, као тржишна категорија, убрајана у категорије карактеристичне искључиво за капиталистичку робну производњу и за капиталистичке друштвене односе“. Насилно искључење тржишта као ‘природног’ регулатора производње и потрошње, те појединачне ексклузивне потребе и њеног задовољења, као и профита који из тога проистиче – и интереса који свим овим управља – изазвало је у социјализму прекид привредног крвотока, осиромашење привреде, и велико назадовање друштва као целине. Уместо да увећа благостање човечанства, како су веровали његови заговорници, социјализам га је вратио далеко уназад. Социјална правда као значајна тековина пролетерске револуције, није очито постала функцијом друштвене производње, него се између ова два пола уклонила гигантска бирократска машинерија, која је себе прогласила носиоцем правде, и себи потчинила све друштвене вредности, и сва права. Привреда је у

⁸⁷ Одавде па до краја поглавља текст је урађен према теоријским поставкама Симић–Јовановић 2002а: 180-187.

таквим условима зависности од политике и бирократског апарата, уосталом као и култура итд., уместо напретка – кренула стрмоглаво у назадовање.

5. Један од ранијих поредака из развојне историје капитализма, материјално скромнији и примеренији приликама сиромашнијег друштва, био је усмерен на рационализацију производње и смањење цена. Типичан пример таквих назора у привреди представља Фордов покушај у САД (1951: 25). „Наша политика” – изјављивао је он – „јесте да снизимо цене, увећамо обим пословања и побољшамо производњу... Произвешћу аутомобил за огромну већину купаца [...] Биће кинструисан од стране најбољих стручњака и саграђен од најбољих материјала [...] Али то ће бити јефтин аутомобил, тако јефтин да ће сваки човек са просечном платом моћи да га купи, и ужива у његовој употреби“. Зачудо, Форд је доживео само делимичан почетни успех, а онда су га престигле друге фирме, са друкчијим програмима. Очито је, према томе, да Форд у свој план није укалкулисао неки од моћних фактора који утичу на прођу робе, а који делују мимо и против цене: то је *укус потрошача*. Интерес, значи, није искључиво економски фактор, већ у себе укључује и друге вредносне чињенице из друштвене свести свог времена: укус је на први поглед естетска категорија и нема додирних тачака са економијом, али у крајњем резултату показало се да на тој релацији постоји јака унутрашња повезаност. Та веза иде преко потреба као биолошког појма и елементарних могућности задовољења потреба, те укључује извештан специфични, хуманизовани и цивилизацијским приликама примерени појам хомеостазе, која залази не само у област биолошких, већ и виших духовних стања од простог задовољства изазваног ситошћу или сл. То је увиђао још Џејмс Стјуарт, тумачећи га као ‘ћеф људи’ који ‘у општем стицају околности’ итекако учествује у варљивој игри око цене производа. „Пошто вредност [...]” – по Стјуарту – „зависи од општег стицаја околности које на њу делују, и од ћефа људи, процене вредности роба морају се посматрати само као променљиве у њиховом узајамном односу“ (Stewart 1767: 154. – Маркс 1971: 73). Тиме смо заправо дошли до једног помало чудног мерила вредности – до општег схватања као елемента друштвене свести. Изборити се за добру позицију на томе плану – тј. за ‘добар глас!’ – значи обезбедити добар пласман робе по профитабилним ценама. А то се постиже привредном пропагандом – пре свега рекламом, као специфичним вишим обликом оглашавања. Привредно,

односно маркетиншко новинарство, према томе има врло важне друштвене функције, и о њима ће бити речи у следећим поглављима ове књиге.

6. Циљ тржишне привреде и јесте у томе да се избори за што бољи углед у јавности. Уколико не успева да оствари тај циљ простим присуством, прибегава другим средствима, пре свега покушавајући да се стави под ‘заштиту државе’, или на други начин да истисне друге произвођаче сличних роба или носиоце сличних услуга (‘конкурентске’, в. ниже), обезбедивши за себе монопол. У свему томе није од пресудног значаја анализа људских потреба, те оријентација на њихово стриктно задовољење, већ ‘обликовање’ тих потреба, боље рећи актуелног укуса, према сопственом интересу, тј. лансирањем *моде*, те придобијањем широке публике за њу. Осталим привредним субјектима не преостаје ништа друго до да се свим могућим средствима супротставе и изборе сопствено место на пословној сцени. У томе је заправо суштина конкуренције, као важног фактора привредног раста. Удруживање и побољшање технологије уз снижење трошкова производње често постаје ефикасно средство у том свеопштем рату за тржиште. Стога би се могла управо обрнути дефиниција ‘маркетинга’ којом оперишу економски стручњаци, а која гласи: „Главни задатак и функција маркетинга [...] није толико у томе да потрошач чини оно што је у датој ситуацији у интересу произвођача, колико у томе да се буде успешан у схватању и упознавању онога што представља потребу и жељу, те у чињењу управо онога што ће најбоље задовољити тај интерес“ (Врачар 1974: 20). Не никако: произвођач мора вештом и добро организованом рекламом створити потребу и тамо где је нема, а онда њоме манипулисати.

7. Сведоци смо сталног раста и разгранавња потреба друштва: како се појави нови производ укусно упакован и шармантно разглашен – он тако нађе место у потрошачкој корпи без обзира на неопходност његовог поседовања и употребе, квалитет и стварну цену у поређењу са ценом коштања. При томе је често много важније откуда предмети ‘долазе’ – или се представљају да долазе – од свих осталих параметара: ципеле код нас морају бити ‘италијанске’, панталоне ‘Левис’, мајице ‘Најке’ и сл. Чак је и зелена пијаца узела ту оријентацију, па је паприка увек или лексовачка или хоргошка, кромпир са Голије, сир сјенички или ужички, купус из Футога или Бијељине итд. Аутор књиге о ‘привредној пропаганди’ свестан је свега тога, па иако наведену, и уобичајену за своје време дефиницију узима за полазиште, он у својим

разматрањима одступа од њеног духа: „Пуна примена маркетинг концепта” – каже Врачар у коментару – „подразумева [...] две кључне основе на којима се мора заснивати маркетинг филозофија. Прва јесте [...] да се у маркетингу произвођачева пажња и пословање морају усмерити на потрошачеве потребе и жеље, укључујући у њих и оне потребе којих потрошач није довољно свестан [...]“. И откривање стварно постојећих потреба, и убеђивање потрошача у потребе ‘којих није свестан’, и стварање илузије о прекој потреби управо за оним што се рекламира – има за циљ остварење профита, а не просто задовољење потрошачевих потреба или интереса. Ово последње може бити и илузија створена добром пропагандом. „Путем ових активности” – изјављује нешто касније аутор управо цитираног приручника – „човеку се нуде алтернативни начини задовољавања његових константних потреба, а преко њих буде се и развијају нове потребе и нуде начини и разноврсне могућности да се оне задовоље“ (1974: 34).

8. Аутор изјављује затим да је тешко разграничити и дефинисати облике привредне пропаганде, па мисли „да је најпогодније да само предузеће [свако за себе] пронађе и утврди сопствене критерије о томе“ (1974: 42). Ипак се могу провизорно разликовати бар три врсте ове активности: (а) понуда и тражња; (б) оглашавање и реклама; (в) привредни публицитет.

9. Има више подела и класификација реклама и огласа. Једну је сачинио Ф. Цефкинс (2003: 46). По њему, „постоји седам главних категорија оглашавања“. То су:

- 1) оглашавање за кориснике потрошне робе и добара;
- 2) пословно рекламирање;
- 3) рекламирање намењено каналима продаје;
- 4) малопродајно оглашавање;
- 5) оглашавање компанија из области финансијских услуга;
- 6) рекламирање са директним одзивом (са циљем да се стимулише тренутна куповина или подстакне неки други директан одговор/реакција);
- 7) огласи за запошљавање.

Цефкинсова класификација је урађена према предмету оглашавања, а не по структурним, језичким и стилским особинама текста. Ми ћемо је донекле следити, али са напоменом да је у њој заборављена дистинкција између огласа и рекламе, која је за нас битна. Овде ће управо по томе критерију, који ће на

примерима бити објашњен, дакле по критерију дистинкције између огласа и рекламе, бити у првом кораку раздељена грађа у две велике категорије. У даљим корацима донекле ћемо применити Џефкинсову класификацијску схему, с тим што ће нам пажња и у томе бити усмерена и на структуру и стил огласа.

Граница између рекламе и огласа начелно је јасна, али практично често неухватљива. Ми ћемо поћи од факта да је реклама по природи ствари праћена сликовним додацима, док је оглас чисто вербална структура без ликовне пратње или сл. Овој расподели унапред се може приговорити да је реклама заправо језичка структура, те да је чине вербални елементи који имају за циљ претерану хвалу, улепшану представу о рекламираној појави коју ствара уз помоћ претераних атрибута или других лексичких средстава. Друга линија расподеле тиче се обима садржаја огласног текста, па је могуће у начелу разликовати текстове елементарног садржаја, које покрећу појединци или мала предузећа или сл., од оних који се тичу некретнина или послова већег обима и веће вредности, и које покрећу фирме, установе итд.

3.5.2. Новински огласи

3.5.2.1. Опште напомене

1. Понуда и тражња робе – према једном ранијем истраживању (Симић–Јовановић 2002а: 182), а по традицији која допире све до прастарих времена – обавља се у директном контакту заинтересованих на договореном, уобичајеном или посебно одређеном месту (тржница, сајам, вашар итд.) – или у новије време путем огласа. Врло су разноврсни традиционални начини директног договора у продаји и купњи робе. Код нас је познат прилично компликован ритуал погађања и ценкања, после чега следи договор о купопродаји или трампи, па на крају благосиљање, тј. изражавање лепих жеља. У свим фазама рада изговарају се уобичајене ритуалне формуле, које се често граниче са фолклорним стваралаштвом, додајују духовитости, изричу мудрости итд., али се иза те завесе помно пази на добит и интерес. Нешто од тих обичаја пренело се и на савремено сајамско пословање, где се основни разговори обилно гарнирају другим активностима које пружају разоноду и задовољство присутнима, а у ствари све са истим крајњим циљем: да се прикрије прави смисао трговачког

заната, и ‘испод жита’ да се ућари колико се може више. У земљама са развијеним смислом за пословност, сајамска се активност сматра саставним делом привредне делатности и схвата врло озбиљно. Директним контактима, разговорима и јавним наступима покушавају се партнери и публика убедити у озбиљност фирме, солидност пословања, квалитет производа итд. Све ово комбиновано је са другим облицима привредне пропаганде, те оставља утисак компликованог и смишљено вођеног поступка.

2. Оглашавање као вид понуде и тражње обавља се приватним и јавним путем. Први случај подразумева – ширење вести приватним каналима о ‘новим производима’, о одличном произвођачу, о фирми и карактерним власницима итд. То се наравно, мора поткрепити стварним држањем, понашањем и поступцима власника у јавности итд. Оглашавање је данас ипак уобичајеније јавним путем: преко свих постојећих медија. Језик новинског огласа само је за степен разгранатији од онога којим се одликује пословна документација: речник је типизиран, фраза клишетирана, а структура налик на матрицу са рубрикама, у којима су каталогизирани подаци који интересују купца: спискови артикала и цена, адреса и други подаци о понуђачу итд.

3. За новинске и сл. огласе може се рећи да су заправо и настали у оквиру публицистичког стила. Публицистички је стил у тесној вези са развојем индустрије и појаве ‘вишка’ добара изазване масовном производњом, као и са нарастањем потреба друштва – нарочито од друге половине 19. века, када је развој технике и технологије доживео нагло убрзање. То је све било праћено развојем штампе и објаве текстова у дневним листовима или сл. (Петровић 1989: 14). Процес масовног комуницирања остварује се данас посредством новина као писаног медија, али и осталих начина комуницирања, насталих захваљујући техничким достигнућима нашег доба. Наравно да за настанак огласа нису били неопходни никакви спољашњи, конкретније, технички фактори, јер је сâм настао из потребе појединца, евентуално групе људи за оглашавањем, пружањем информација, разменом добара.

4. В. Васић (1990: 26) дефинише оглас као „службену или приватну, најчешће медијем посредовану плаћену писмену или усмену, вербалну, те ликовну, па чак и препознатљиву амблемску објаву, углавном именованог адресанта, упућену по правилу непознатом и неодређеном адресату, чији се садржај може свести на понуду или давање, односно потражњу различитих

производа, услуга или информација“. Одавде се изводи закључак да је основна функција огласа практична – његова сврха заправо и јесте у томе да задовољи интерес пошиљаоца и онога коме је порука намењена. Пошиљалац поруке, тачније огласа, углавном је појединац, мада може бити и група људи и у том случају углавном је реч о службеним огласима, о лицитацији, јавним конкурсима, када колектив који оглас шаље заступа интересе фирме, великих компанија. Што се тиче пошиљаоца-појединца, огласи могу бити приватног типа, нпр. огласи понуде, потражње, размене, итд.

5. Стил огласа по правилу не иде изван и изнад вербалне и писмене компетенције пословног човека, заинтересованог углавном за практична питања и материјална добра, и често добро оспособљеног у тим областима, али слабо језички образованог. То је специфична варијанта пословног стила која не пати толико од бирократског уплива и канцеларијског израза колико од извесне отуђености од живе речи, од немужности, како би се могло рећи. Но боље је даљу расправу повести у вези са анализираним грађом. При томе ћемо у подробности ићи онако далеко колико је то потребно за разумевање грађе. Прекомерна исцрпност у оваквој врсти текста каква је наша књига – није најоправданији моменат.

3.5.2.2. Оглашавање потрошне робе, добара и услуга (малопродајно огл.)

1. Потрошни артикли јесу трговачка роба, док се услуге морају сврстати у другу категорију. Огласи понуде/потражње – могу на основу тога бити разврстани у трговачке и услужне. Трговачки огласи углавном се односе на огласе продаје – продајне конкурсе, лицитације, размене робе, трговину покретном/непокретном имовином, док се за услужне може рећи да се углавном односе на понуду/потражњу различитих видова услуга: занатских, комерцијалних, практичних у смислу потреба за домаћинство, једном речи: обједињује их исти циљ, а то је, без обзира на то каква је природа понуде или потражње – склапање послова.

2. Основна врста оглашавања за предмет има робу широке потрошње, као што су храна, пиће, дрогеријски артикли, ситно покућство итд., што чини потрошну робу која се по правилу виšekратно купује. Оглашавају се занатске, туристичке и друге услуге, смештај итд. Поред тога, оглашавају се и добра која

се ређе купују, скупља су и трајнија од потрошне робе. То су: одећа, намештај, бела техника, кућни уређаји (телевизори, музичке линије итд.), механичка опрема, аутомобили, али и пољопривредни производи, справе и машине, домаће животиње, кућни љубимци итд.⁸⁸ Ово је углавном тзв. малопродајно оглашавање. Џефкинс се (2003: 56–57) бави крупнијим видовима ове делатности, заступљеним у развијенијим друштвима:

То је облик оглашавања који се налази између рекламирања намењеног каналима продаје и оглашавања за кориснике потрошачке робе и добара. Најочигледнији пример је [...] за робне куће и супермаркете, али ту може бити укључено и оглашавање које спроводи испоручилац, укључујући и бензинску пумпу, ресторан, или брокер који ради за осигуравајућу кућу [...] Али данас је главни облик малопродаје директни маркетинг, или малопродаја без продавца. Тако данас изгледа трговина помоћу поштанских поруџбина, која је напредовала од традиционалне куповине преко каталога клубова, до сложених кампања посредством огласа у рекламним додацима популарне штампе и директне поште. Те технике највише користе фирме које се баве пружањем финансијских услуга и робне куће.

Код нас се оглашавају и индивидуални приватни продавци/купци, одн. понуђачи/тражиоци разних услуга итд. Таква врста оглашавања обично се врши у дневној штампи, на радију и телевизији, али и у специјализованим огласним часописима типа ‘Хало огласи’, ‘Кров’ и сл., преко интернета итд. Данас је интернет постао далеко богатији огласима од осталих медија (о интернет новинарству в. даље). Можда би се могло у овој сфери оглашавања говорити о обичним, ‘нормалним’ огласима, на једној, и ‘малим’ огласима, на другој страни. Наводимо који пример прве категорије.

3. Ево прво неколика примера трговачких и огласа елементарног садржаја и минималне структуре (*Политика* 2. мај 2018, стр. 27):

СТАНОВИ ПРОДАЈА

Вишњичка Бања, 2.5, 68+6, власник, договор. Тел. 063/272.905.

⁸⁸ Индикативан је садржај специјализованих огласних часописа, нпр. Хало или сл. Саджај овога последњег издељен је у рубрике и подрубрике. Оне прве су следеће: Запослење, Услуге, Телефони, Рачунари, Ауто/ТВ/фото, Музика и инструменти, Антиквитети и уметнине, Књижара, За децу, Одећа/обућа/додачи, Здравство, Нега лица и тела, Лични контакти, Одмор, Спорт и рекреација, Кућни љубимци, Возила и делови, Мотоцикли, Пловила, Машина/алати/опрема, Грађевинарство, Пољопривреда, Апарати за домаћинство, Некретнине купопродаја, Некретнине издавање.

ЗАНАТСКЕ УСЛУГЕ

Водоинсталатер, оправка бојлера, батерија, купатила, вентила, машинска одгушења. 011/3960-63, 063/289-815.

НАКИТ/САТОВИ/КРЗНА

Шафхаузен, Омега, Ролекс, Зенит и друге сатове откупљује колекционар. 063/200-423.

Арте галерија врши откуп, процену, продају слика. Београд, Андрићев венац 12. Телефон 011/32-38-729.

Купујем плехане играчке, азијску уметност, пенкала, сатове, ћилиме. 3246-393, 064/195-1272.

а) Кренућемо од последњег случаја, који је довољно јасно артикулисан управо са ослонцем на прву реч 'купујем'. Следе називи артикала и телефони. Тиме је постигнута максимална уштеда речи, а ипак је оглас формулисан у облику пуне реченице.

б) И претходна два огласа делују разговетно, с тим што онај са сатовима нема усклађену конгруенцију (треба: 'Омегу...').

в) Ни водоинсталатерске услуге нису исправно артикулисане. Да је између 'водоинсталатер' и осталог дела стављена двотачка или црта – оглас би добио складан изглед.

г) Од свих је најкраћи и најнетранспарантнији први оглас. Уопште нема назива предмета продаје. Све се ослања о наслов, и у вези с њим постаје јасно о чему је реч.

4. Мали огласи су врло разнородни. Код свих је карактеристична краткоћа израза и доминација података над динамичким елементима који исказ чине комуникативно релевантном формацијом.

а) У рубрици „Друштва и установе“ налазе се углавном обавештења разних удружења о свом раду и активностима:

- Секција за социјалну медицину СЛД, 16. јун 2009. у 12 часова у просторијама Српског лекарског друштва, Џорџа Вашингтона 19, Београд. **Секција за аутономни нервни систем**, 17. јун 2009. у свечаној сали Медицинског факултета, Др Суботића 8, Београд. **Геријатријска секција**, 18. јун 2009. у 14 часова у Амфитеатру Института за онкологију и радиологију, Пастерова 14, Београд [...]

Потреба за уштедом простора већа је чак и од потребе за неопходном транспарентношћу када је реч о широј читалачкој публици. Вероватно се томе није ни тежило, већ разумљивости поруке у ужем кругу чланова удружења. Из експлицираних назнака само се може наслутити да Српско лекарско друштво позива чланове назначених секција на састанак, стручну конференцију или сл.

Исказне форме по карактеру су између просте номинације и тзв. констатације (В.: Симић–Јовановић 2002б: 99, 113).

б) Рубрика „Познанства“ посвећена је углавном удадбено-женидбеној и сличној проблематици:

ОЗБИЉАН господин тражи жену до 40 година, могућ брак. ‘Заједно’
СПОСОБНОГ, ученог господина око 65 година, који борави у Америци, тражи ‘Феникс’.

Искази су сажети, али јасно конципирани, наравно са нужним сладуњавим призвуком. Материјални моменат слабо је прикривен иза наоко достојанственог текста, што целокупну ту област ‘учтивих разговора’ чини морално сумњивом. Но наша оцена ваља да се ограничи на језичко-стилску раван, па утврђујемо осредњи ниво квалитета наших текстова, са извесним елементима рекламе.

в) Рубрика „подучавање“ биће илустрована са два огласа:

ПРОФЕСОР универзитета, англо-амерички ђак, часови енглеског, пословни, интервјуи, пријемни. 355-25-22.

МАТЕМАТИКА: пријемни, поправни, технологија, грађевина, Сингидунум, ФОН, Шумарски... 011/2-411-820, 062/131-42-60.

Оба су састављена у телеграфском стилу, као низ анотација (Симић–Јовановић 2002б: 101) без синтаксичких ознака организације исказних форми, али са разумљивим садржајем за сваког. Оба имају позадину као и претходни текстови, која је нарочито видљива у првом од два примера – где чак у предњи план избија неодмереност и самоуверена ауторекламерска нота, ваљда да би се ‘засенила простота’ (и прикрио факат недостојног спуштања научника на ниво кућног учитеља). Стилско-језички тонус је врло низак, и што се тиче формалних, а и садржинских момената.

5. По предмету на који се односе не разликују се од претходних ни огласи које ћемо ниже приказати, али се разликују по неким додатним особеностима. Пре свега, видно је да је текст праћен сликом, и затим: да може имати шири обим и сложенију структуру (по чему се, а и по неким другим моментима, приближавају заправо реклами, в. даље).

5.1. Разгледаћемо их по реду:

www.halooglasl.com

13.12.2015 Београд

Ел.Вага ЛИБРА 6,15,30кг Без и Са Вратом



Вага је потпуно нова, гаранција две године, баждарена (оверена), жиг важи две године, вага поседује батерију која омогућава аутономију од неколико дана, аутоматски прорачун цене измерене робе, опција ваге до 6, 15, 30 кг, вага је спремна за употребу у малопродајним објектима, оригинал паковање.



19.12.2015 Рума

Столови и столице

Трпезаријски столови и столице од пуног дрвета.
Врста и боја дрвета као и боја мебла је по вашој жељи.



23.12.2015 Крушевац

Плафонске розете

Розете од гипса, украсне плафонске, испод лустера, трајне, вечите.



23.12.2015 Београд

Катанац Locksus, масиван

Мислим да је овај највећи катанац ове фирме,
7.5цм x 11.5цм.



23.12.2015 Београд

Амерички стафордски теријер, штене

Идеалан поклон за децу за Новогодишње и Божићне празнике.
Штенци оштењени 17.11.2015.6 мужјак и 4 женке.
Штенци су у топлој и све најбоље што је потребно за њихов узгој да буду здрави и крупни пси јер им генетика одлична што се може видети и по сликама родитеља. Ово је њихово треће легло.

а) Први случај представља оглашени артикал, са ликовним прилогом: вагом; у наслову су дати њена марка, и тип, а текст садржи основне податке о њеним карактеристикама. Језик је типизиран, израз развучен, са особеностима пословног стила нижег ранга.

б) Још је мање инвентиван други пример. Уз једноставну фотографију стола и столица на којој се слабо уочавају појединости, стоји кратак текст у којем је артикал назван двапут: у наслову (*Столови и столице*), и нешто шире у тексту (*Трпезаријски столови и столице*), са елементарним додатком о

карактеру производа (*од пуног дрвета*). Конструкција је рудиментарна: два називна елемента чине структурну основицу, а генитивски атрибут делује не логиком предиката са успоном тона, већ логиком додатка са тонским падом.

в) Слично је и код следећег огласа. На слици приказује у првом плану лустер разгранатих форми али скромног укуса, а изнад њега на плафону, полускривена, неупадљива розета округлог облика, рељефно обликована. Ко не зна шта је розета, мислиће да се тим термином означава сам лустер. Текст се састоји од назива на почетку и низа додатних елемената који следе. Ови би у кумулативној конструкцији могли бити фактор тонске циклизације да су бар у извесном смислу упоредиви и/или самерљиви. Али овако како су конципирани, заправо одају осећај дифузности и дезорганизације, дакле невештине која води бесмислености.

г) Оглас за катанац налази се на још једној лествици ниже од претходних, јер аутор огласа није умео јасно ни артикулисати шта хоће (*Мислим да је овај највећи катанац ове фирме*).

д) Но ако нема огласа који одају стручност и познавање оглашеног артикла, бољом језичком компетенцијом или сл., има их са по којим елементом рекламног језика. Тако у последњем примеру аутор јаким атрибутима истиче вредност псића које оглашава (*Идеалан поклон за децу за Новогодишње и Божићне празнике*).

3.5.2.3. Огласи рекламе

1. Слика, као што видимо, носи могућност ефикаснијег деловања самог огласа на примаоца, али само уколико је језички део усклађен са њом и у себи. Иначе може бити и фактор слабљења дејства текста, и конфузије. О реклама ће бити речи у следећем поглављу, а сада ћемо приказати неке случајеве заправо огласа који су праћени рекламним материјалом и поступком.

2. Ево прво једног невешто сроченог и компонованог таквог огласа, који указује пре свега на лоше стране неадекватно сређене рекламе:

Na prodaju ovogodišnjazob (ovas)

30 din



Ovas je ovogodisnji, prolećni, prvaprodukcija.

У џаковима се наводно налази зоб понуђена на продају, али то је остављено заинтересованом да поверује. Да је извесна количина просута по поду, и да су џакови спаковани на тако просута зрна, прво би свако видео о чему је реч; и друго, зоб би послужила као рекламни материјал и симбол квалитета и богатства рода. Овако је све испало празњикаво и непривлачно.

3. Без обзира на шаренило слике, и следећи оглас морамо свртати у ред неуспелих понуда:

- **OTKUP laptopovanovijegeneracije (0643456789) BG**

- **Dogovor**



OTKUP novih i korišćenih laptop i tablet računara, kao i mobilnih telefona novije generacije (do dve godine starosti), isključivo u ispravnom stanju, bez hardverskih i softverskih nedostataka.

YUBC (kod opštine NBG).

Autobuske linije:

16, 65, 71, 72, 77, 78, 83, E4.

Затрпан гомилом новчаница, лап топ се готово и не види, па постаје нејасно шта оглашивач заправо хоће. Обиман текст који следи природна је последица стања на самој слици, а оглас чини нерационалним и развученим.

4. Богат је илустрацијама, распоређеним у градационом низу – од скромне сеоске куће до најмодернијих грађевина данашњице. Али је и такав начин компоновања и огласа и реклама нескладан и неуместан:

Kovanogvožde
Pozovite





Kvalitetno brzo i po najpovoljnijim cenama izrađujemo:

Kapije

Ograde

Gelendere

Nadstrešnice i sve ostalo po vašoj želji, na crtu ili katalogu. Za razliku od drugih ne naplaćuje se izlazak na teren a dogovor uvek postignemo na obostrano zadovoljstvo, pozovite i uverite se i budite i vi još jedan od stotine zadovoljnih mušterija, jer kod nas je poverenje i kvalitet a pre svega vaši zahtevi koji moraju biti ispoštovani su na prvom mestu. Pozovite i uverite se u našu profesionalnost.

Много шта је ту сувишно, од заправо поновљеног сликовног материјала, па до преопширне понуде.

5. Није боље срочена и неумесна понуда псића на продају. Неумерени израз и непогођени и визуелни прилози више одбијају него што привлаче пажњу читаоца:

Ši-cu, štene

• Dogovor



Rasa
Ši-cu
Uzrast
Štene
Pol
Ženski

Prodajemo ženjicu izuzetno sitnu, naviknutu na ljude, decu. Vakcinisana, revakcinisana, očišćena od parazita. Naučena na pelenu, i već dva dana izlazi u šetnju. Prvo leglo od šest štenaca. Izuzetno je lepa i mazna. Svi štenci su prodati, nju smo želeli za sebe, ali pošto imamo već dva psa, malo nam je teško. Isključivo za ljubitelje, svaki dogovor moguć.

Неумесност фотографије наизглед озбиљног господина са псима – говори сам по себи.

6. Очекивало би се да откупљивач књига буде и њихов љубитељ, те да је писмен, и да поседује нешто укуса. Али у следећем огласу не види се ништа од тога, већ из њега избија насклад, неукус, а у тексту и неписменост:

Najpovoljniji otkup knjiga i stripova

Dogovor





Vršim otkup knjiga, stripova i gramofonskih ploča. Otkup starih, novih i polovnih knjiga. Otkupljujem kućne biblioteke. Otkup knjiga iz filozofije, istorije, beletristike, kao i stručne literature. Otkup časopisa iz oblasti mode. Otkup antikvarnih knjiga, otkup retkih knjiga, otkup knjiga pisanih rukom, otkup knjiga iz umetnosti, otkup novih i polovnih knjiga. Otkup starih i novih stripova, otkup stripova zlatne serije i lunov magnus strip. Otkup retkih stripova, otkup igračaka, otkup militarija, otkup slika. Isplata odmah i po dobrim cenama. Dolazim i van Beograda. Svaki dogovor moguć.

Канцеларијски обрт 'вршим окуп' већ на првом кораку одбија читаоца, а натрпаност слика (рафови књига) не говоре ништа ни о послу ни о његовом носиоцу).

7. Распродаја венчаница такође је неумерено илустрована свим врстама које су се нашле на рафовима или сл. Ми смо узели само мали део тога илустративног материјала да покажемо о чему је реч:

Rasprodaja venčаница, najpovoljnije u Srbiji

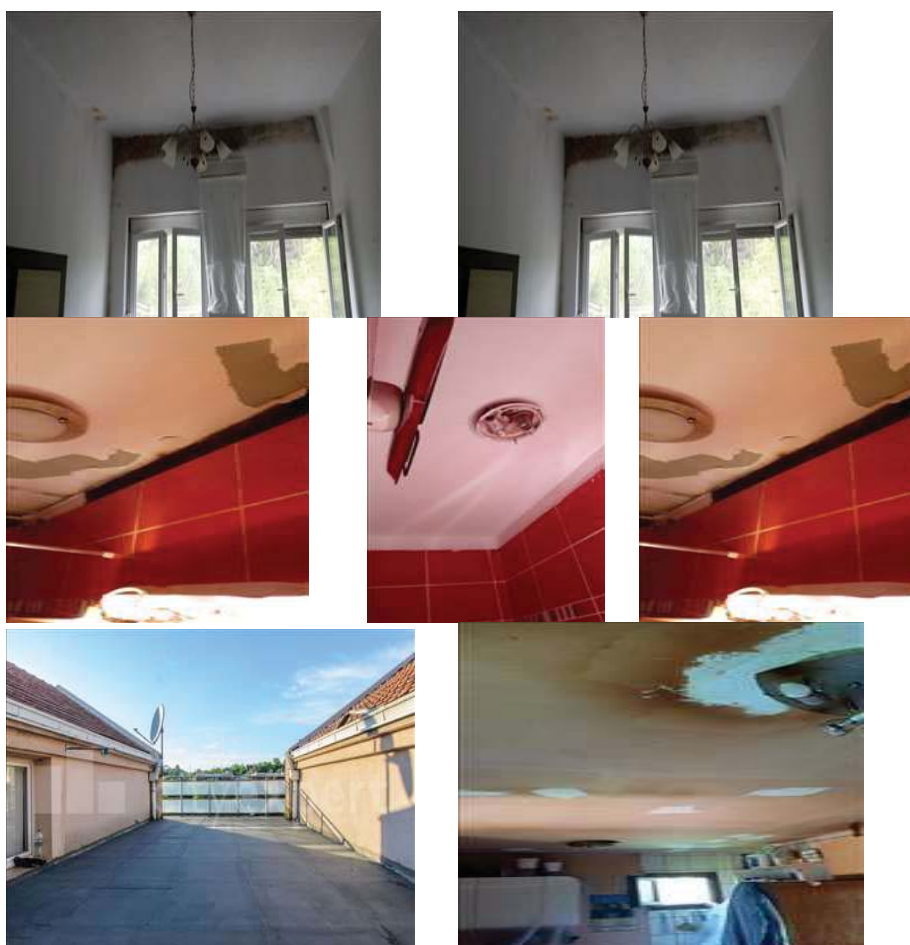
10 €



Rasprodaja veće količine venčаница po veoma povoljnim cenama. Venčаницe od 10 evra komad, najmanja količina za kupovinu je 25 komada. Za 250 evra kupite 25 komada venčаница. Imamo po 50 evra, najmanja količina za kupovinu je 5 komada 250 evra. Imamo po 100 evra. Sve venčаницe su čiste, ispeglane, na vešalicama. Sve su na pertlanje i odgovaraju veličinama od 36 do 42. 70 posto od celokupne količine venčаница su nove. Ako kupite venčаницe, objasniću vam kako sami da radite čišćenje i ne trošite pare za čišćenje. Jedinstvena prilika da povoljno kupite venčаницe i započnete iznajmljivanje od kuće. Modni salon Šarm Šabac, Mačvanska 3. Za sve informacije isključivo pozvati. Sreća.

8. Понуђач услуга такође је мислио да треба приказати све што ради и што може радити у оквиру својих занатских радова, па је насликао и што треба и што не треба:

Sanacija vlage, buđi, crnila, kondenzacije
Pozovite



Radimo sanaciju vlage, buđi, crnila, kondenzacije, uspešno i efikasno.

Resavamo uzrok pojave vlage,kondenzacije, nakon toga saniramo zidove

Radimo sanaciju terasa, otvorenih i nadkrivenih

Garancija na radove 5 godina.

9. И поправљач беле технике није хтео да застане за осталима, па је комбиновао карикатуру и фотографије:

Popravka frižidera i veš mašina
Pozovite



Naši majstori su specijalizovani u servisiranju već mašina ili frižidera i zamrzivača Gorenje, LG, Samsung, Whirlpool, Indesit, Beko, Elin, Bosch i ostalih proizvođača. Radimo radnim danima od 8 do 20h, nedeljom od 8 do 16h. Račun i garancija na svaku izvršenu uslugu. Veš mašine - popravka elektronike već od 4500, zamena pumpe, bravice, već od 2500 din, zamena grejača već od 2800, zamena ležajeva već od 3500, popravka motora i druge popravke. Frižideri - punjenje freonom već od 3500, zamena termostata već od 2500.

3.5.2.4. Огласи обавештења

1. Огласима се по правилу нешто нуди или тражи, што значи да им је прагматичка функција у основи инванзивна. Постоје, међутим, и огласи чија је основна намена информативног карактера – службена објава, изјава захвалности, обавештење о неком догађају.

а) Наводимо први пример:

[Град Београд - Градски огласи, конкурси и тендери](http://www.beograd.rs/cms/lat_oglas.php...)

http://www.beograd.rs/cms/lat_oglas.php...

Градски огласи, конкурси и тендери [...] Град Београд – Секретаријат за заштиту животне

ГРАДСКА УПРАВА ГРАДА БЕОГРАДА
Секретаријат за заштиту животне средине
Београд, 27. марта 43-45

објављује

ОБАВЕШТЕЊЕ

Предузеће „ТЕЛЕКОМ СРБИЈА“ а.д. из Београда, Таковска број 2, поднело је Секретарија животне средине захтев за одлучивање о потреби процене утицаја на животну средину и станице мобилне телефоније „БГ ИДЕА Бежанијска коса“ БГ421, БГУ421, Београд, постављ Тржног центра „Рода“, у Улици Партизанске авијације ББ, на подручју градске општине Нови

Позива се заинтересована јавност да изврши увид у садржину захтева у Секретаријату за за средине, 27. марта 43-45, соба 510а, В спрат, радним данима од 10 до

Рок за јавни увид и достављање мишљења о захтеву носиоца пројекта је 8. јануар

Обавештење се објављује на основу члана 10. ст. 1. и 2. и члана 29. став 1. Закона о проц животну средину („Службени гласник РС“, број 135/04 и 36/09).

Текст наведеног огласа у многим детаљима подсећа на званични акт, и на канцеларијски стил. На почетку је тзв. заглавље, у којем је именован субјект од којег потиче оглас: *Градска управа Града Београда, Секретаријат за заштиту*

животне средине. Затим долази опис предмета обавештења, који је врло обиман и структурно разуђен. Има облик реченица (‘Предузеће [...] поднело је [...] захтев’), али су додатни чланови структуре који следе за објектом ‘захтев’ и синтаксички доведени у зависност од њега – надовезани на овај и један на други у ланцу разноликих облика и синтаксичких позиција (*[...] за одлучивање о потреби процене утицаја на животну средину пројекта базне станице мобилне телефоније „БГ ИДЕА Бежанијска коса” БГ421, БГУ421, Београд, постављене на објекту Тржног центра „Рода”, у Улици Партизанске авијације ББ, на подручју градске општине Нови Београд*). Низ личи на бескрајни ланац међусобно формално на неупоредиве начине скопчаних чланова. Неупоредивост синтаксичких веза чини његове чланове некомпатибилним, који подсећају на комуникативно опадајућу градацију. Тоналитет према крају такође опада, те и пажња читаоца у одговарајућој мери попушта, да би стигла дотле да је текст приморан пратити само онај ко је унапред заинтересован за садржај конкурса. Једноличност канцеларијских обрта и монотонија израза делују више одбојно него привлачно.

б) И други пример који наводимо има сличне особености административног стила као и горњи:

На основу чл. 65. Закона о планирању и изградњи („Службени гласник РС“, бр. 72/09, 81/09- исп., 64/10 одлука УС, 24/11, 121/12, 42/13, одлука УС и 50/13, 132/14 и 145/14),

ГРАДСКА УПРАВА ГРАДА БЕОГРАДА
Секретаријат за урбанизам и грађевинске послове

оглашава

ЈАВНУ ПРЕЗЕНТАЦИЈУ

Урбанистичког пројекта за изградњу комплекса фабрике аутомобилских делова у оквиру грађевинске парцеле ГП1 (која се формира од катастарских парцела 243, 222, 225/1, 229/1, 232/1, 2250/1, 238/6, 238/7, 239/2, 239/3, 239/28, 245/4, 236/11, 236/12, 236/13, 236/14, 236/15, 228/1, 228/11 К.О. Барич) ГО Обреновац

ЈАВНА ПРЕЗЕНТАЦИЈА обавиће се у згради Градске управе града Београда, у ул. 27. марта бр. 43-45 (сала 2 у сутерену) од 23. до 29. децембра 2015. године, сваког радног дана од 9 до 15 часова.

Носилац израде предметног Урбанистичког пројекта је Привредно друштво за пројектовање и остале услуге „БИРО 59“ из Београда, ул. Смиљанићева бр. 4. Носилац израде предметног урбанистичког пројекта у току одржавања јавне презентације даваће обавештења о урбанистичко архитектонском решењу Урбанистичког пројекта.

За давање обавештења о садржају јавне презентације овлашћена је Ивана Ђуровић, Секретаријат за урбанизам и грађевинске послове, ул. краљице Марије бр. 1.

Заинтересована лица могу током јавне презентације да изврше увид у урбанистички пројекат, као и да своје примедбе и сугестије на планирана решења у писаној форми доставе Секретаријату за урбанизам и грађевинске послове, ул. 27. марта бр. 43-45, **најкасније до 29. децембра 2015. године.**

Можда би најпогоднија процена типа овог огласа била ако би се рекло да је и службени акт. На то указује и строго званични тон и самог почетка, где се састављач позива на одређени члан закона (додајући у загради шуму других прописа), а и израз читавог акта, који такође почиње заглављем и наставља се у алинејама попут самих законских текстова (Симић–Јовановић 2002а). Сем упадљиво учестале канцеларијске лексике (‘градска управа’, ‘оглашава јавну презентацију’, ‘сваки радни дан’, ‘до 15 часова’, ‘заинтересована лица’, ‘Секретаријат за урбанизам и грађевинске послове’ и сл.), канцеларијски стил се огледа и у номинализацијским формамама као замени за вербалне (‘јавна презентација обавиће се’, ‘носилац израде предметног Урбанистичког пројекта’, ‘у току одржавања јавне презентације’, ‘за давање обавештења о садржају’, ‘да изврше увид’ и др.).

в) Интересантан је оглас предузећа о ‘важном догађају’ у његовом животу битном са гледишта његовог статуса у привредном животу:

На основи чл. Закона о тржишту хартија од вредности и других финансијских инструмената и чл. 6. Правилника о садржини и начину извештавања јавних друштава и обавештавању о пословању акција са правом гласа

Грађевинско предузеће
„ПАРТИЗАНСКИ ПУТ“ а. д.
Београд, ул. Корнатска бр. 28

објављује

ИЗВЕШТАЈ О БИТНОМ ДОГАЂАЈУ
одржаној Скупштини акционара

Дана 23. 5. 2009. гдине одржана је редовна годишња седница Скупштине акционара ГП „Партизански пут“ а. д. Београд у седишту Друштва, у ул. Корнатској бр. 28 у Београду, на којој су донете следеће

О Д Л У К Е

1. За председника Скупштине је изабран Јевтић Дејан

2. Усвојен је Записник са ванредне седнице Скупштине акционара ГП „Партизански пут“ а. д. Београд, одржане 24. 2. 2009. године.
3. Усвојен је Извештај Управног одбора о пословању ГП „Партизански пут“ а. д. Београд у пословној 2008. години
4. Усвојен је Извештај Надзорног одбора о пословању ГП „Партизански пут“ а. д. Београд у 2008. години

Делимично је у облику административног акта, са пуним реченицама и стриктно доследним распоредом података, одабраним лексичким фондом и позивањем на законске одредбе на којима је акт утемељен. Другим делом има обресе рекламног текста, са изменом типа слова, центрираним деловима текста који су важни за привлачење пажње читалаца. Одсуство интерпункцијског знака на крају исказних форми, и надокнада тога одсуства просторним моментом (сваки исказ има своје место у просторној дистрибуцији јер почиње новим редом, а издвојен је од потоњег тако што и тај почиње у новом реду) даје тексту посебан карактер сличан матричком, који се доследно може применити на плакатима.

Административни тип стилске организације приметан је и на нивоу података, јер се не оставља ништа читаоцу да разуме, него се сваки податак знаковно – речју или цифром – сваки пут обележава. То изазива неизбежна понављања (назив радне организације, назив акта, датум и година итд.).

3.5.2.5. Огласи за запошљавање

1. „Циљ тог облика оглашавања је запошљавање особља [...] Може се састојати од обичних класификованих огласа и оних са посебним обележјем. Понекад се користе и други медији, као што су радио и телевизија“ (Цефкинс 2003: 66).

а) Некада су код нас преовлађивала крупнија предузећа са великим бројем запослених, па каткада и са већом потребом за радном снагом, што се оглашавало у конкурсима већег опсега. Сада је запосленост на ниском нивоу, а и потребе за радном снагом слабе. Нашао се ипак један оглас за запослење стручне радне снаге:

ПРОЈЕКТОМОНТАЖА

Предузеће за и извођење инсталације: водовода, канализације, термотехничких, грађевинских и електротехничких, грађевинских и грађевинско-занатских радова

због повећаног обима посла оглашава конкурс
за пријем у радни однос:

СЕКТОР ТЕХНИЧКА ОПЕРАТИВА

- дипломираног инжењера електротехнике
- 1. смер електроенергетски са лиценцом одговорног извођача радова
- извршиоца
- 2. смер телекомуникације и електроника са лиценцом одговорног
извршиоца радова – 2 извршиоца
- 3. за подручје Црне Горе са пребивалиштем у Подгорици, смер електро-
енергетски са лиценцом одговорног извршиоца радова – 1 извршиоца

Текст је (објављен у *Политици*, 14. 6. 2009, стр. 27) организован строго, и са већим обзиром на просторну организацију него на синтаксички релевантна мерила. Само један део текста има синтаксичке обресе реченичне структуре: „због повећаног обима посла оглашава конкурс за пријем у радни однос“. Остало су елементи унутарреченичне организације. Међутим, одсуство интерпункцијских ознака међу сегментима и центрирани вид просторне дистрибуције грађе указују пре на матрички (и плакати) него на синтаксички извор мотивације за организовање текста (упркос томе што недостају рубрике и сл. визуелни елементи).

б) Други пример (*Политика*, 5. 4. 2009, стр. 29) може се по обиму сврстати у ред малих огласа:

Архитекте, грађевински и машински инжењери, потребни за менаџере и пројектанте за монтажне соларне куће и енерго-штедњу у постојећим и новим објектима.

в) Огласи које даље наводимо по типу су једнаки претходном:

ПОТРЕБНИ сарадници за додатни посао у интернационалној компанији. Тел. 011/31...

ПОТРЕБНО 30 промотера, плата фиксна, исплата недељна. Тел. 063/47...

КОМЕРЦИЈАЛИСТИ потребни, фиксна плата. Тел. 011/35...

ЛЕКАРИ, фармацеути, нутриционисти потребни новоотвореној страниј компанији. Добра зарада. Тел. 063/32...

Вербални код ових текстова реализован је псеудореченицом, неразгранатом непредикативном исказном формом, са наглашеним адјективом *ПОТРЕБНО*. Може се рећи да овај конституент огласног исказа представља информативно језгро око кога се гради читав смисао поруке. Остали елементи исказа – *плата фиксна, исплата недељна* – смисаоно су субординирани

конструкцији *потребно 30 промотера*. Изостављени су сви реченични везивни елементи.

г) Следећи се од претходних разликују по томе што се у њима тражи посао, или посредници траже и нуде раднике онима којима су потребни:

МОЛЕР, фарбар, фасадер, изолатер, са великим искуством, тражи посао. Тел. 062/56...

ЛОГОПЕД, искуство у корекцији говорно-језичких поремећаја, вежби за отклањање муцања и проблеме читања и писања, тражи посао. Тел. 064/87...

ПОСЛОДАВЦИМА у Новом Саду, Војводини и иностранству нудимо угоститељске раднике и помоћно особље, као и остале профиле радника од највеће до најниже стручне спреме. Тел. 021/52...

г) Специфични су огласи у рубрици „Помоћ у кући“:

ПОТРЕБНА неговатељица за болесну непокретну особу. 011/ 3321-235, 064/201-7460.

ОЗБИЛНА жена, брига, нега старијима, стан, плата. Љиљана, 065/647-0555, 011/177-8539.

2. Већина малих огласа графички је уређена пласирањем прве речи или назива предмета понуде или тражње. У том смислу постоје различита графичка решења: мења се стил фонтова, додају се одређени сигли попут звезде или тачке са стране, користи се боја, а некад се цео оглас – као анализирани – поставља у оквир не би ли се истакао у односу на остале огласе. Најчешће се слова прве речи повећавају, као у нашем примеру. Пошиљалац поруке је неидентификован, а прималац су сви читаоци новина чији интереси кореспондирају са интересом оглашивача: они који траже посао, а чији опис одговара траженом, дакле – промотери, нпр. студенти, млађи људи углавном. Циљ оглашивача јесте склапање посла са траженим лицима због одређених потреба, трговинских.

3.5..6. Закључак о огласима

1. Циљ тржишне привреде јесте у томе да се избори за што бољи углед у јавности. Произвођач је у оној мери успешан, колико је конкурентан на тржишту, јер од тога зависи прођа његовог производа, а с тим наравно и зарада. У свему томе није од пресудног значаја анализа људских потреба, те оријентација на њихово стриктно задовољење, већ ‘обликовање’ тих потреба,

боље рећи актуелног укуса, према сопственом интересу, тј. лансирањем *модe*, те придобијањем широке публике за њу. Осталим привредним субјектима не преостаје ништа друго до да се свим могућим средствима супротставе конкуренцији и изборе повољно место на пословној сцени. У томе је заправо суштина конкуренције, као важног фактора привредног раста. Удруживање и побољшање технологије уз снижење трошкова производње често постаје ефикасно средство у том свеопштем рату за тржиште.

2. Сведоци смо сталног раста и разгранавња потреба друштва: како се појави нови производ укусно упакован и шармантно разглашен – он тако нађе место у потрошачкој корпи без обзира на неопходност његовог поседовања и употребе, квалитет и стварну цену у поређењу са ценом коштања. При томе је често много важније откуда предмети ‘долазе’ – или се представљају да долазе – од свих осталих параметара: ципеле код нас морају бити ‘италијанске’, панталоне ‘Левис’, мајице ‘Најке’ и сл. Чак је и зелена пијаца узела ту оријентацију, па је паприка увек или лексовачка или хоргошка, кромпир са Голије, сир сјенички или ужички, купус из Футога или Бијељине итд. И откривање стварно постојећих потреба, и убеђивање потрошача у потребе ‘којих није свестан’, и стварање илизије о прекој потреби управо за оним што се рекламира – има за циљ остварење профита, а не просто задовољење потрошачевих потреба или интереса. Ово последње може бити и илузија створена добром пропагандом.

3. Огласи су врло разноврстан тип новинских изражајних форми, а ми смо у њиховом разврставању пошли од Цефкинсове поделе: оглашавање за кориснике потрошне робе и добара; пословно рекламирање; рекламирање намењено каналима продаје; малопродајно оглашавање; оглашавање компанија финансијских услуга; рекламирање са директним одзивом; огласи за запошљавање. Цефкинсова класификација је урађена према предмету оглашавања, а не по структурним, језичким и стилским особинама текста. Ми смо је донекле следили, али са напоменом да је у њој заборављена дистинкција између огласа и рекламе, која је за нас битна. Овде је управо по томе критерију, који је на примерима објашњен, дакле по критерију дистинкције између огласа и рекламе, у првом кораку раздвојена грађа у две велике категорије.

4. Стил огласа зависи од више фактора, па је стога – иако унеколико скупчен – ипак разноврстан. Наиме, основу огласних форми чини

административно-пословни израз, који делимично бива редукован и на телеграфски ниво. Поред тога, огласи повремено укључују у себе и сликовне облике, чија специфична функција допунске информације тада по правилу заправо преузима улогу носиоца дела обавештења (о квалитету робе, одликама произвођача итд.). Тада се језички израз повлачи пред сликом, препуштајући јој део својих комуникативних вредности – бива редукован до статуса помоћног средства. Уз то ваља поменути и бројчане додатке, који и структурно и функционално компликују оглас и преузимају на себе да изјасне квантитетске односе.

3.5.3. РЕКЛАМЕ

3.5.3.1. Уопште о привредној пропаганди, и о рекламама

1. Сведоци смо сталног раста и разгранављања потреба друштва: како се појави нови производ укусно упакован и шармантно разглашен – он тако нађе место у потрошачкој корпи без обзира на квалитет и стварну цену у поређењу са номиналном ценом коштања. При томе је често много важније откуда предмети ‘долазе’ – или се представљају да долазе – од свих осталих параметара. И откривање стварно постојећих потреба, и убеђивање потрошача у потребе ‘којих није свестан’ – има за циљ остварење профита, а не просто задовољење потрошачевих потреба или интереса. Ово последње може бити и илузија створена добром пропагандом. „Путем ових активности – изјављује нешто касније аутор управо цитираног приручника – човеку се нуде алтернативни начини задовољавања његових константних потреба, а преко њих буде се и развијају нове потребе и нуде начини и разноврсне могућности да се оне задовоље“ (Врачар 1974: 34).

2. Аутор изјављује затим да је тешко разграничити и дефинисати облике привредне пропаганде, па мисли „да је најпогодније да само предузеће [свако за себе?] пронађе и утврди сопствене критерије о томе“ (Врачар 1974: 42). Ипак се могу провизорно разликовати бар три врсте ове активности: (а) понуда и тражња; (б) реклама; (в) привредни публицитет.

Реклама је по много чему слична оглашавању. Али њен циљ, пре свега, није првенствено продаја и куповина робе или сл. – већ заправо ширење фаме

помоћу које се мобилише јавно мњење (о ‘јавном мњењу’ као специфичном облику друштвене свести в.: Симић–Јовановић 2002а: 196 и д.) и обезбеђује што повољнија позиција на тржишту, и у крајњој линији обезбеђује профитабилна прођа робе или сл. „Ради се просто” – тврди аутор помињаног приручника о ‘привредној пропаганди’ (Врачар 1974: 38) – „о ‘бомбардовању’ аудиторијума пропагандним порукама, што поприма одређени облик, то јест облик кампање. Циљ је постизање одређеног степена ‘засићености’ информацијама, што ће довести до формирања ставова у корист онога ко је вршио пропаганду“⁸⁹. Вербална хипербола и сликовна карикатура – главна су средства тако конципираног деловања на публику. *Политикин забавник* од 24. VI. 1991. доноси следећу рекламу:

Почела ‘Забавникова’ игра над играма.

Највећа, најоригиналнија и најбржа наградна игра на свету је почела! У сваком примерку ‘Политикиног забавника’ потражите срећку АМЕРИКА и одмах ћете сазнати да ли сте, на пример, добитник путовања у САД, на Флориду и DISNEY WORLD за две особе или ћете овога лета уживати у Шпанији и бакарити се на Љорет де Мару.

Ако немате стан, очекује вас један у луксузном насељу ‘Филмски град’ у Београду као суперпремија наградне игре АМЕРИКА. Можда вам је привлачнији апартман у Боки Которској или вашем авантуристичком духу више одговара, рецимо, награда – петнаестодневни боравак за две особе по избору добитника на било којој тачки Земљине кугле!

Неукусно удварање публици, ласкање њеним слабостима и подршка нереалним сањарским илузијама – само су неки правци и моменти рекламе. Други путеви су вештим манипулацијама створен привид сопствене величине, божанског дара који доноси срећу ‘само изабранима’, делећи им штедро са сопствене трпезе сјаја и раскоши. Трећи је начин успостављање бриљантних конотација довођењем себе, свог посла, или онога што се публици нуди – у контакт са земљама богатства и среће (чему иначе велелепна шифра једне малене лутријце – ‘АМЕРИКА’!), са људским ликовима дечјег света (буђење лажног сентиментализма), божанственом лепотом модела, сненом неодољивошћу голишавих Еросових кћери или ‘боди-билдера’ (Ах, та романтика!), буђење чезнутљивих сећања на стара добра времена са моралном

⁸⁹ Фром (1986: 105) рекламу схвата једном од полуца отуђења човека који уместо ‘гласа природе’ послушкује било ‘колективног мишљења’, а ово му уместо инструкција за уређење живота нуди сваковрсне заблуде, фаму о срећи и уживању у сумњивим вредностима: „Једемо хлеб без укуса и хранљивости, јер то годи нашој фантазији, пошто је тако бео и ‘свеж’. У ствари, ми ‘једемо’ фантазију, и изгубили смо осећај за оно што једемо. Наша непца, наше тело, не учествују у акту потрошње, што би првенствено требало да буде њихова функција“.

чистотом, једноставношћу, и ‘нашим производом на скромној трпези (традиционализам у вашарској одори)⁹⁰ итд. СХВАТИТЕ ТРЕНУТАК САДАШЊИ – позива нас БИГЗ, одустајући од свих далеких асоцијација у корист света књиге, док нам модни часопис БУРДА нуди „нове узорке за плетење“.

Опијање речима у којима се носталгија за прошлошћу вешто спаја са егзотиком: „Природност је у моди и самим тим и фолклор. Вредне идеје за плетење дале су посебне ношње из алпских крајева и са Аранских острва, која се налазе западно од Ирске. Ретко где може да се нађе толика разноврсност шара. Као што је то карактеристично за фолклор, сваки симбол носи мистично значење које је поникло из свакодневице рибара и сељака: богат улов, дуг живот и много среће [...]“. А фирма ‘Перлиц’ позива нас да учимо енглески и немачки без имало напора и уложеног труда, у друштву – Тедија! „Уз доживљаје медведића Тедија учење енглеског, односно немачког језика је забавно. У овој књизи нема ни граматике ни вежби. Текстови су одабрани тако да сачувају живу пажњу данашње деце“.

И тако даље.

Није нам само јасно да ли поменуто ‘засићење’ информацијама заиста води правом циљу: привлачењу муштерија и појачању њихове пажње за рекламиране артикле и остало; или је – обрнуто – узрок пресићења и слабљења сваке пажње, збуњивања и дезоријентације. Но то је ствар психолошких и социјалних студија, а на стилистици је да се бави својствима израза.

в) Привредна публикација као привредно-пропагандна делатност – стоји у извесној вези са публицистиком – али и по унутрашњим одликама и по функцијама разликује се од ове. Она има сличности и са остале две врсте привредне пропаганде, али им додаје извесне нове моменте, што је чини много вреднијом пажње, значајнијом за проучавање и ефикаснијом у практичном деловању.

Први и најједноставнији облик публикација овога круга јесу каталог и проспект. Док први има за циљ шире обавештавање о производним капацитетима и могућностима предузећа уз набрајање најважнијих производа,

⁹⁰ „Са боцом кока-коле“ – пише Фром на цитираним месту – „ми пијемо слику лепог дечака и девојчице који је пију на рекламама, ми пијемо парољу ‘одмор који освежава’ [...] Ово се још више погоршава када је у питању потрошња ствари чија је целокупна стварност углавном фикција коју је створила рекламна кампања, као што су ‘здрав’ сапун и паста за зубе“.

услуга или сл. са понуђене листе, и њихових карактеристика, докле други описује са више детаља поједине врсте или групе изложених артикала. Богате илустрације имају информативну, али и рекламну функцију, док описи састава и особина производа обавештавају потенцијалног купца о предностима и квалитетима робе, не пропуштајући прилику да додају и речи похвале.

Виши, и озбиљнији вид ове делатности представљен је брошурама, привредно-пропагандним *часописима* и *монографијама*, те стручним коментарима у дневној штампи и публицистичкој периодици. Озбиљни се привредници по правилу труде да за своје послове заинтересују стручне кругове техничких, технолошких и економских наука, те да их ангажују на истраживачким пословима са тематиком која се односи на производни процес и производне резултате у њиховим погонима. Веће фирме имају сопствене развојно-истраживачке центре, институте и сл., који се баве припремом и организацијом, унапређењем и иновацијом производње, а истовремено и пропагандном публицистиком. Радови из тих области врло су разноврсни, а крећу се од једноставних дескрипција и рекламних демонстрација до озбиљних научних студија.

3. Према томе, привредна пропаганда јавља се у широкој лепези између просте и мање-више приземно конципиране рекламе, преко специјализованих часописа који рекламне намере увијају у ореол фаме о врхунским достигнућима своје бранше итд., до озбиљне стручне литературе у којој се нуде обавештења о природи, квалитету, употребној вредности, али каткада и манама описаних производа – наравно са изгледима за даље побољшање. Следи један пример из средње описане категорије, из часописа *Mobilni*, за децембар 2009, стр. 21:

Acer Ferrari One

Netbook за шампионе

Ексклузивни нетбоок који потписују други највећи светски произвођачи рачунара и славни креатор тркачких аутомобила

У већини случајева од netbook рачунара – најпре због ниске цене – не очекује се врхунски квалитет израде и посебна брига о дизајну, премда има сјајних примера где су управо и у ове две области постигнуте феноменални успеси. Последњи такав ексклузиван, стилски усавршен и квалитетно произведен модел долази из компјутера Асер. Употребљене материјале, дизајн и лого нови Aspire One дугује италијанском произвођачу тркачких и луксузних аутомобила, компанији Ferrari, због чега је и „прекрштен“ у Ferrari One.

Основни дизајн Ferrari One модела подсећа на остатак Acerove netbook понуде, али су многи детаљи промењени и прилагођени имену које носи. Горња страна поклопца кућишта обојена је црвено и на њој се истиче жути лого са препознатљивим коњићем. Остатак кућишта је црне боје, уз изузетак неколико црвених детаља који га

чине још допадљивијим. Текстура материјала од кога је израђен рачунар опонаша ону која се користи на Формула 1 болидима, што додатно појачава општи утисак луксуза [...]

Опис се наставља преко целе странице у истом – мора се рећи: сладуњавом тону – али ипак са основним подацима о самом рачунару. Вешто уткана опаска на почетку да се од рачунара тога типа ‘не очекује врхунски квалитет израде и посебна брига о дизајну’ заправо је позив читаоцу да снизи своје критерије па ће бити задовољан оним што му се нуди.

3.5.3.2. Анализа грађе

1. Грађа за анализу узета је из дневних новина: *Политика*, *Новости* и *Press*, из бројева током 2009. и 2010. године.

2. Први пример за тему има ланац Макси продавница:



У наслову рекламе је назив продавница, а у десном делу најављена викенд-акције. Према неким истраживањима, горњи десни угао је најефикаснији део за рекламу. Дакле, већина читалаца ће то приметити, а мали број људи може да одоли акцији. На слици се налази низ артикала (који делују примамљиво) са ценама на којима је истакнуто 'акција' или попуст у процентима. У левом углу на црвеној подлози су информације о одложеном плаћању на 90 дана без камате, чековима грађана итд. Како би се пробудила сентименталност и истакла хуманост и величина фирме која нуди производе, у доњем десном углу истакнуто је да од сваког продатог артикла један динар иде у хуманитарне сврхе. Реклама се завршава обавештењем о местима продаје, могућности плаћања картицама и бројем телефона, где је позив бесплатан. Још један придев који има делотворну моћ.

Сумирајући расправу о овој реклами, долазимо до закључка да је оглашивач, креатор рекламе, следио школски пример коришћења средстава за писање реклама, осим што је слоган, који по правилу иде на крај, ставио на почетак, испод назива фирме (што оставља јачи утисак): „Увек смо ту за вас”. Прилог ’увек’ је делотворан клише у оглашавању, као и прилог ’ту’ (приближава продавца и купца), као и предлошко-падежна конструкција личне заменице ’за вас’. Слоган, колико год да звучи уобичајено, делује на читаоца, потенцијалног купца.

Сем извесних претераности у изразу, дакле вербалног потенцирања онога што се нуди (*акција, бесплатан, Увек смо ту за вас* и сл.) – нема упадљивих јачих одступања од онога што смо утврдили код обичних огласа: дакле, простог низања артикала и њихових цена. Ова реклама по томе спада у ред умерених самопохвала, ласкавих израза упућених купцу или сл. Њен изглед такође не иде преко границе приказивања робе, нити је женска фигура заводљива, чак ни превише упадљива, ни по изгледу ни по одећи: представља озбиљну скромну домаћицу која указује на стварне потребе које се могу задовољити куповином у продавницама поменутог ланца. Макси као да бар донекле води рачуна о озбиљности фирме и достојанству оних којима се обраћа.

3. За оглашавање потрошних добара наводимо рекламе за робну кућу „Кика“ (*Press*, 27. август 2010, стр. 13), и ланац продавница намештаја и декорације „Форма идеале“ (*Press*, 27. 8. 2010, стр. 29).



Реклама „Кике“ почиње са „Добродошли у свет сјајних попушта!” Тешко је одредити да ли је ово само наслов, или и слоган. У њему, наслову/слогану, употребљене су делотворне речи *добродошли* и *попуст*. Придев *сјајни* уз попуст преувеличано наглашава чињеницу о смањеној цени. Овај слоган не говори о детаљима, али помаже при изазивању жеље и стварању поверења код купаца.

Предлошко-падежна конструкција у *свет* семантички даје ширину, тј. указује на велики избор артикала, неизмерно богатство избора, уз „сјајан попуст“. Овоме иде у прилог поднаслов „Кика – цео свет намештаја и декорације“. Сlike артикала са истакнутим ценама и попустима говоре за себе уз магичну реч *ново*. У дну рекламе су додатне информације о ценама, трајању понуде, радном времену итд., али и реченица која дистанцира понуђача ако дође до могућих штампарских грешака и разлике у боји (артикала, претпостављамо). Ово је у циљу очувања створеног поверења, али ми као посматрачи препознајемо афективну манипулацију. О манипулацији, али когнитивној, могли бисмо да говоримо и када анализирамо обавештење о акцији за ‘купатилски намештај’ (у доњем десном углу). Истакнуто је: „Акција, -20%, купатилски намештај“, али објашњење на које указује звездица, говори, ипак, о ограничењима за потенцијалне купце. Просечан читалац не обраћа пажњу на таква обавештења, посебно кад су једва читљива, као што је ту случај. Могли бисмо дати примедбу и на синтагму ‘купатилски намештај’. Сви ће разумети шта се подразумева под тим, али је оваква синтагма необична, као што ћемо тешко чути да неко каже намештај уместо санитарije.

Сликовна страна рекламе није ни претерана ни пребогата детаљима. Неке две полице са модерним линијама не нарочито укусно уобличене нису богзна какав украс. Нема ни пратећих момената којима би била уоквирена као средствима за привлачење пажње читаоца и посматрача. Али језички изглед је више него претеран за оно што можемо видети на слици. Местимично је карикатурално хиперболисана (*свет сјајних попушта, цео свет намештаја и декорације*). Све је то срачунато да прикује пажњу мање обавештеног и мање озбиљног света, који свакако и представља тзв. ‘циљну групу’ овако срочених рекламних примера. Озбиљан купац највероватније неће ни бити подстакнут да дође и увери се у све оно што му реклама нуди.

4. Реклама за „Форма идеале“ нешто је мањег обима и на први поглед умеренија. Испод лога и имена фирме стоји: „Најбоља понуда за идеалан почетак!!!“ Узвичник је („дрекавац“, како га назива Џефкинс 2003: 278) у функцији ефектности. Употребљене су и ефектне синтагме *најбоља понуда* и *идеалан почетак*. Без обзира на то, семантички, реченица је нејасна. Не знамо на који се идеалан почетак мисли. Можда можемо да претпоставимо да алудирају на нову школску годину, јер су проценти (у горњем десном углу) за смањене

цене исписани на страницама књига, а оглас је објављен 27. августа. Тек кад бацимо поглед на доњи део рекламе, употпунићемо значење ове реченице, читајући: „Велики број модела за нову школску годину и артикала на акцијском снижењу!”



Пажљивији увид показује заправо да је овде примењен један од уобичајених метода за привлачење пажње читаоца и посматрача: енигматичан почетак срачунат је да заинтересује, а затим долази разрешење.

Ударне речи, које би требало да привуку и побуде купца на акцију, јесу придеви *велики*, *нов*, *акцијски*, али остаје нејасно који су то модели, тј. модели чега. Да ли то треба да закључимо на основу горе наведених слика или би требало отићи до продајног места и сазнати који су модели у питању? Синтагма *акцијско снижење* (са новим придевом у новом изразу) звучи „паметно“ и примамљиво за купца, те се њом постиже ефицијентност, али семантички је недефинисана.

5. Следећи пример чини реклама за аутомобил марке „Дачија“ (*Press*, 27. авг. 2010., стр. 9). Текст почиње пуним називом типа аутомобила (на енглеском језику), а истакнути слоган већим словима испод тога гласи: „Отменост доступна свима”. Кратак слоган, али је ефектан. Именица *отменост* сама по себи алудира на посебан лични ‘имиџ’, и посебан друштвени статус, а атрибут који се састоји од придева + зам. (*доступан свима*), намеће потенцијалном купцу мисао о могућностима да достигне такав лични успех.



Мора се признати да је аутор рекламе инвентивним обртом успео са мало речи да споји две битне ствари које је желео истаћи: леп изглед и приступачност цене. Потенцирање и једнога и другог не прекорачује много границе укусног израза.

Главни део огласа садржи цену и карактеристике, као и слику аутомобила. Оно што ће привући пажњу, јесте обавештење да је ауто под гаранцијом три године или (пређених) 100 000 км (десни доњи угао). Реклама се завршава: 0% камате и 0% трошкова обраде за финансирани износ до 3 000 евра. На крају ових података је звезда, која упућује на објашњење. Просечном читаоцу, посебно женама, све ово неће бити јасно, осим наведених „нула“, па можемо претпоставити да су ‘циљна група’ потенцијални купци који се разумеју у аутомобиле и посебне начине финансирања. Чини нам се да овај пример спада у ред успелијих реклама.

6. Најновија маркентишка превара стиже из француског козметичког гиганта *L’Oreal*. Ова компанија недавно је оптужена да је рекламирала своју *teleskopik* маску на недозвољен начин, тако што је у телевизијским рекламама и на плакатима промотерка тог препарата Пенелопе Круз носила вештачке трепавице. Слоган је гласио „Трапавице које досежу до звезда“, а Пенелопе је поручила да јој је шминка „продужила трепавице за 60 одсто“.



И многи други познати брендови признају да се не либе 'подваљивања' како би што успешније рекламирали производе, уз изговор да је то уобичајена пракса. Ипак, да то заустави – побринула се Агенција за стандарде у рекламирању (ASA), која поручује да ова реклама наводи потрошаче на погрешан закључак, јер није јасно назначено да глумица има 'вештаке'. Компанија је пристала да убудуће у рекламама нагласи да маскара не продужује трепавице за 60 одсто, него да оне након nanoшења само изгледају дуже. Многе рекламе нас буквално тероришу, чак неретко, наносе штету производу тј. његовој продаји, али не смемо заборавити да главни циљ рекламе није да забави већ да информише, обавести.

7. Као што је добро познато, претеривање је једна од главних одлика највећег броја реклама. С рекламних паноа углавном нам се смеше политичари (у предизборним кампањама) или разголићене девојке 'удружене' са аутомобилима и аутомобилским гумама. Највећу пажњу својевремено је привукла чешка балерина Петра Мала, док је 'обучена' у чарапе до пола бутина, у положају 'шпага' доказивала да је „прилагодљива свакој подлози“. Рекламирала је аутомобилску гуму.



Једна од главних мета фирми које рекламирају своје производе јесу деца. Европско дете у просеку годишње погледа више од 200.000 ТВ реклама, а америчко два пута више. Децу ангажују да причају о сопственим искуствима, иако све европске земље, па и наша, забрањују да се у пропаганди користи кредибилитет малолетника.

Поред реклама које рекламирају производе, постоје и оне које чине супротно. Ту спадају нпр. оне у којима се показује опасност од опасних навика као што је пушење. У последње време и код нас, а много раније у развијенијим државама у свету, пушење се забрањује на јавним местима. Ипак, циљ је да се људи окану ове лоше навике због здравља. То нам јасно поручују следеће рекламе:



Рекламе нас могу опомињати да се 'понашамо прописно', тј. да заштитимо свој живот примереним понашањем. Такав је низ реклама о понашању у саобраћају. Неке од таквих, на први поглед страшних реклама, могли смо видети и у Београду на билбордима. На њима су били људи са крвавим главама који нису везали појас током вожње. Нешто мање страшна, али са исто тако снажном поруком је и следећа:



Овде слику употпуњује и текст: „Без појаса, судар може бити смртоносан, чак и при брзини од 20 km/h. У граду, несреће се не догађају само колима“.

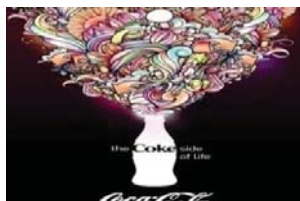
8. Поред могобројних реклама за аутомобиле, где смо навикли да гледамо полуобучене лепотице, постоје и оне које нису вулгарне, већ у својој гротескности веома симпатичне:



На слици је цип у погибелном положају на врху стене, а на њему је дивојарац. Даље, у тексту чији је део ова слика, пише о спретности и сигурности новог аутомобила и пореди га са спретношћу планинске дивокозе.

9. У рекламе велике компаније улажу много новца, јер су свесне да оне продају производ, а тек много касније долази квалитет и све остало што одликује сам производ.

а) Кока-кола је једна од компанија која улаже највише новца у маркетинг. На жалост, овде нећемо приказати неку од њихових заиста импозантних видео реклама, већ једну слику која се налазила на билбордима широм света:



Из боце шикља пена у облику многобројних обојених трака – симбол лепоте укуса.

б) Свима су нам познате рекламе за кафу. Ево једне која је прилично оригинална и занимљива, али више личи на опомену ‘зелених’ против загађења него на позив на уживање у кафи:



в) Рекламе нас често наведу да купимо непотребне ствари, или да свратимо у неки локал иако нисмо планирали. Али не знам колико ће се људи од укуса упутити тамо куда позива следећа реклама. Парадокс и гротеска на карикатуралан начин се укрштају у овој слици:



г) Ресторани могу имати занимљиве, али понекад и прилично морбидне рекламе; срећом, немају сви исти укус, па се већина људи вероватно не би бунила да поједе рибу из овог рибљег ресторана у ком је све *свеже колико то може бити*.



д) Рекламе за пиво су неке од најпознатијих и најчешћих како на ТВ екранима, тако и на билбордима. Међутим, овај немачки произвођач је рекламу поставио и на огромни камион који мора бити примећен, а успут, веома занимљиво изгледа:



ђ) Све чешће nailазимо на рекламе услуга, а не самих производа. Тако је једна фирма која се бави чувањем паса свој оглас ставила баш на пса:



е) Љубитељи ових животиња све више пажње посвећују својим љубимцима, тако да је избор хране постао један од главних проблема. Срећом, произвођачи су ту да направе симпатичне рекламе и да привуку пажњу баш на свој производ:



ж) Једна од главних одлика рекламе јесте оригиналност. Тако се један произвођач боја досетио да на веома симпатичан начин представи свој производ:



б. На крају, остаје нам само да уживамо у неким правим ремек-делима, али и да се трудимо да не подлегнемо веома вештим триковима којима се служе стручњаци из ове области. Рекламе су заправо главно ‘чистилиште’ у предворју потрошачког ‘раја’, изнад чијих је врата натпис: „Ви који улазите, оставите сваку памет“.

3.5.2.3. Закључак о рекламама

1. Реклама је по много чему слична оглашавању. Али њен циљ, пре свега, није првенствено продаја и куповина робе или сл. – већ заправо ширење фаме помоћу које се мобилише *јавно мњење* (о ‘јавном мњењу’ као специфичном облику друштвене свести в.: Симић–Јовановић 2002а: 196 и д.) и обезбеђује што повољнија позиција на тржишту, и у крајњој линији заправо профитабилна

прођа робе или сл. Вербална хипербола и сликовна карикатура – главна су средства тако конципираног деловања на публику.

2. Јаки изрази срачуати на удварање публици, ласкање њеним слабостима и подршка нереалним сањарским илузијама – само су неки правци и моменти рекламе. Други путеви су вештим манипулацијама створен привид сопствене величине, божанског дара који доноси срећу ‘само изабранима’, делећи им штедро са сопствене трпезе сјаја и раскоши. Трећи је начин успостављање бриљантних конотација довођењем себе, свог посла, или онога што се публици нуди – у контакт са земљама богатства и среће, са људским ликовима децјег света (буђење лажног сентиментализма), божанственом лепотом модела, сненом неодољивошћу голишавих Еросових кћери или ‘боди-билдера’, буђење чезнутљивих сећања на стара добра времена са моралном чистотом, једноставношћу, и ‘нашим производом на скромној трпези (традиционализам у вашарској одори) итд..

3. Опијање речима у којима се носталгија за прошлошћу вешто спаја са егзотиком. Сваки симбол носи мистично значење које је поникло из свакодневице рибара и сељака: богат улов, дуг живот и много среће.

4. Претрпавање публике јаким речима и високо тонираним информацијама срачунато је на привлачење муштерија и појачање њихове пажње за рекламиране артикле, услуге и остало. Али пресићење сјајно уобличеним а семантички slabим информацијама доводи често до слабљења пажње, збуњивања и дезоријентације реципијената. Реклама тада оставља слабији утисак од жељеног.

5. Рекламни карактер има и привредна публикација као привредно-пропагандна делатност. Она стоји у извесној вези са публицистиком – али и по унутрашњим одликама и по функцијама разликује се од ове. Она има сличности и са остале две врсте привредне пропаганде, али им додаје извесне нове моменте, што је чини много варднијом пажње, значајнијом за проучавање и ефикаснијом у практичном деловању.

6. Први и најједноставнији облик публикација овога круга јесу каталог и проспект. Док први има за циљ шире обавештавање о производним капацитетима и могућностима предузећа уз набрајање најважнијих производа, услуга или сл. са понуђене листе, и њихових карактеристика, дотле други описује са више детаља поједине врсте или групе изложених артикала. Богате

илустрације имају информативну, али и рекламну функцију, док описи састава и особина производа обавештавају потенцијалног купца о предностима и квалитетима робе, не пропуштајући прилику да додају и речи похвале.

7. Озбиљни се привредници по правилу труде да за своје послове заинтересују стручне кругове техничких, технолошких и економских наука, те да их ангажују на истраживачким пословима са тематиком која се односи на производни процес и производне резултате у њиховим погонима. Веће фирме имају сопствене развојно-истраживачке центре, институте и сл., који се баве припремом и организацијом, унапређењем и иновацијом производње, а истовремено и пропагандном публицистиком.

8. Према томе, привредна пропаганда јавља се у широкој лепези између просте и мање-више приземно конципиране рекламе, преко специјализованих часописа који рекламне намере увијају у ореол фаме о врхунским достигнућима своје бранше итд., до озбиљне стручне литературе у којој се нуде обавештења о природи, квалитету, употребној вредности, али каткада и манама описаних производа – наравно са изгледима за даље побољшање.

3.6. ПЕРИФЕРНЕ НОВИНАРСКЕ ФОРМЕ

3.6.1. СТРИП

3.6.1.1. Појам и основне особине стрипа

1. Термин *strip* долази од енглеске речи *strip*, чије је значење пруга или трака. Стрип је алтернативни штампани медиј. Чине га повезани сликовни блокови, најчешће пропраћени текстом, што оставља утисак брзог и драматичног напредовања излагања. Један блок представља једну сцену, а текст који јунаци изговарају смешта се у нацртане облачиће. Тешко је дати интегралну дефиницију стрипа. То сведочи о комплексности његове појаве. Овоме у прилог иду и речи Васе Павковића у књизи *Слатки стрип*: „Енциклопедије и речници, али што је још чудније и теоретске књиге које се баве овим појмом, углавном избегавају кратко и јасно дефинисање“ (Павковић 2001). У истој књизи срећемо и Фуметијеву дефиницију: „Стрип је синтетички

облик који у себи спаја ликовну и текстуалну компоненту, при чему је она прва примарна. Стрип се првенствено манифестује у низовима слика које читаоцу преносе извесну нарацију. Штампана се у новинама или специјализованим издањима“.

У РМС (1967–1976) срећемо следећу дефиницију стрипа: „Приповетка у сликама са врло кратким и најпотребнијим текстом ради повезивања и објашњења појединих епизода на сликовној траци“.

Светозар Томић у својој књизи *Стрип, порекло и значај* (Томић: 1985) даје следећу дефиницију стрипа: „Стрип је вербо-визуелни медиј у којем је приповедање поверено слици колико и речима“ .

Стрип је углавном сматран уметничком формом нижег ранга. Томе у прилог иде и дефиниција *Мале Просветине енциклопедије* (1959: v. s.) „Низ цртежа који приказују извесне догађаје тако да се читањем кратког текста лако долази до сазнања о чему је реч. Обично се користи за детективске, фантастичне и авантуристичке догађаје, за дечје бајке и сл. Претежно је без уметничких вредности, али их има који су изведени са много инвентивног дара, на пример, извесни стрипови Волта Дизнија“.

Иначе, стрипови имају изразити жанровску разуђеност, па се најчешће помињу следеће форме: научна фантастика; фантастика; суперхероји; вестерн; пустоловни; хорор; еротски; комични; криминалистички.

3.6.1.2. Кратак историјат стрипа

1. Сл. Ивков (1995: 150–225) сматра да је стрип проистекао из илустрације. Стрип, илустрација, карикатура и фотографија међусобно су много чвршће повезани него што се то увек има у виду. Нема природније везе илустрације и текста од оне у стрипу. Стрип је илустрација текста или подразумевајућег невербалног наративног садржаја који креира његов творац.

4. Стрип у модерном смислу речи развијао се током XIX века. Најзаслужнијим за настанак стрипа сматра се Родолф Топфер. Он је серију слика допуњавао текстом који је смештао испод цртежа. Први сатирични стрипови појавили су се 40-их година 19. в. у британским новинама *Punch*. Вилхелм Буш је 1865. објавио у немачким новинама стрип *Макс и Морис*, о двојици несташних дечака, а текстове је писао у римама. Овај стрип се сматра

претечом стрипа *Бим и Бам*, који је објављен у првим бројевима ‘Политикиног забавника’. Стрипови су у почетку били намењени старијој публици, али се овај медиј све више окретао младима. Револуцију у историји стрипа направила је појава супер-јунака. Први стрип тог жанра био је *Супермен*, објављен 1938.

3. Једна Бифонова мисао гласи: „Добро писати значи добро мислити, добро осећати и добро се изражавати; потребно је истовремено имати духа, осећања и укуса. Добар стил није у ствари ништа друго до неограничен број истина које представља“.

а) Ова нам изрека може послужити као добра подлога за продирање у саму срж стрипа као таквог. У већини случајева, подстрек једном аутору долази из стварности. Емоционалном продубљеношћу израза и експресивношћу исказа постигнута је максимална ефикасност у стрипу. Предметни свет постаје носилац идеја.

б) Аутор, бирањем теме коју ће нам представити, одабира и одговарајућа вербализацијска средства. Вештим маневрима он активира моћ елемената, и из сукоба тих елемената извлачи најбоље могуће у том тренутку. У стрипу влада семантички згуснут асоцијативни простор ради упечатљивијег ефекта.

4. Главни светски центри стрипа данас јесу Француска и Белгија, Јапан и

САД. Први југословенски лист у коме је стрип заузимао доминантно место појавио се 10. априла 1935. Стрип је уређивао Војин М. Ђорђевић (Драгинчић-Зупан, 1986: 1). Али на континуирану „причу у сликама“ наилазимо већ у Змајевом *Невену*, где оне преузимају забавно-дидактичну улогу (Исто: 6–8). У седмом броју уследила је значајна новост: први пут се прича у сликама не завршава, већ се њен крај најављује за следећи број. Све до новембра 1886. године илустровани прилози у *Невену* (с изузетком



насловних страна) представљали су интегралну целину слике и одговарајућег текста. Током једанаестогодишњег континуираног излажења, *Невен* је представио читаоцима обиље илустрација и више од тридесет „прича у сликама“, на изузетно високом цртачком нивоу. Поред иностраних мајстора, чије је радове Змај зналачки одабирао, за квалитет илустрованих прилога били

су заслужни и домаћи уметници на челу са Урошем Предићем. Последњи број *Невена* изашао је 1908. године у Новом Саду (исп.: Ивков 1995: 9–28).



5. Илустровани дечји лист *Весели четвртак* појавио се у продаји 7. јануара 1932. године. У првом броју почиње стрип *Доживљаји Мике Миша*, и то је био први сусрет наших читалаца са популарним јунаком Волта Дизнија Микијем Маусом. Стрипови објављивани на последњој страни листа најчешће нису имали наслове. Текст се по правилу налазио испод слике и без изузетка био је писан у стиху. Чак су и приликом повременог објављивања наслови стрипова били римовани: *Медвед Славко и Чунавко, Чика Мика и пудлица Дика, Чудне слике из Африке* и сл. (усп.: Ивков 1995: 45).

Увођење додатка за најмлађе у *Политици* и пионирски подухват издавача *Веселог четвртка* нису прошли незапажено у редакцијама осталих листова. *Политика за децу* ће касније објавити радове Владимира Жедринског и Ђорђа Лобачева. Жедрински је објавио свега два стрипа (*Руслан и Лјудмила* и *Породица Забавчић*), оба у *Политици* и *Политикином додатку за најмлађе*, али је занимљивошћу и свежином својих радова привукао пажњу љубитеља девете уметности (Ивков 1995: 54).

6. За разлику од *Политике* и *Времена*, београдски илустровани листови *Недеља* и *Панорама* нису стартовали с увезеним стриповима, већ с домаћим цртаћима. Посебно је занимљиво да су Лобачев и Кургански радњу свог стрипа сместили у нашу средину (Београд и Дубровник). *Политикин забавник* је у значајној мери следио концепцију и графички изглед најпопуларнијег француског издања *Le journal de Mickey*. Утицај француских и италијанских листова оставио је неизбрисив траг у нашем предратном стрип-издаваштву (Ивков 1995: 69).



7. Први број *Микијевих новина* појавио се 15. фебруара 1936. године. *Микијеве новине* су доносиле искључиво целовите стрипове, односно 'сензационална дела дечје литературе'. Осим Микија Мауса, Шиле,

Хорација и Паје Патка, појавила се и изврсна Дизнијева верзија „Снежане и седам патуљака“, а 63. број издања донео је *Женидбу Цара Душана Ђорђа Лобачева* (претходно окончана у дневном листу *Политика* 29. јула исте године), а 64. најављен као ванредно издање био је истовремено и последњи број *Микијевих новина*. Први број *Мике Миша* појавио се 21. марта 1936. године. *Мика Миш* се у почетку звао *Дечји стрип Мика Миш*. Непосредно пред улазак у четврту годину постојања, *Мика Миш* објављује почетак Ранхнерове обраде *Јадника* према истоименом роману Виктора Игоа. „Мика Миш“ улази у 1939. годину као несумњиво најјачи лист у земљи. Међутим, уследиће појави *Политикиног забавника*. Већ сама чињеница да су *Политикин забавник* уређивали велики познаваоци дечје штампе Владислав Рибникар, Бата Вукадиновић и Душан Тимотијевић, открива и главни узрок његовог високог квалитета и успеха (Ивков 1995: 70–82).

8. Потом ће се појавити „Забавник“ (крајем октобра 1936), а затим и преостали листови: „Мали забавник Мика Миш“ и „Весели забавник“. Ови



листови представљају прва специјализована издања, намењена различитој читалачкој публици, другачијој не само по укусу већ и у односу на године старости. За разлику од својих претходника, „Весели забавник“ је по правилу објављивао стрипове

хумористичког садржаја (Ивков 1995: 95).

3.6.1.3. Стрип према филму и књижевности

1. Стрип се сматра деветом уметношћу, најближи је филму као уметничком изразу. Рођени у исто време, размењивали су технике и методе, те многе филмске технике воде порекло од стрипа – нпр. монтажа кадрова, гро план, поступци у техници погледа итд. Стрип је дао филму и своје најпопуларније јунаке: Флаша Гордона, Принца Валијанта, Модести Блејза, Попаја, Конана и многе друге.

2. Стрип као вербо-визуелни медиј у вези је са књижевношћу са једне и сликарством са друге стране. Светозар Томић (1985) каже да стрип представља рефлексију времена у коме живимо и да врши велики утицај на друге уметничке изразе: сликарство, филм, анимирани филм, па и моду. У прошлости, у доба нацизма употребљављан је у политичке сврхе, а данас се користи у маркетиншке.

3. Васа Павковић (2001: 7) дефинише стрип као чедо новина, уметнички феномен XX века, једно од средстава масовне комуникације. Стрип је постао један од најпопуларнијих уметничких феномена. Током свог постојања стрип је развио врло сложен визуелни језик и створио низ митских јунака. Велики је његов утицај на филм и књижевност. Павковић је покушао да дефинише стрип следећим речима: Стрип је синтетички уметнички облик који у себи спаја ликовну (цртану) и текстуалну (писану) компоненту, при чему је она прва примарна. Стрип се првенствено манифестује низовима слика које читаоцу преносе извесну нарацију.

4. Језик стрипа је специфичан и временом је постао устаљени шаблон. На цртежима су распоређени ликови, а слика се помоћу облачића допуњује текстом. Постоји неколико врста облачића. Коментари који објашњавају слику смештени су изнад или испод слике. Директни говор се смешта у облачиће који излазе из уста говорника и сваки цртеж стрипа мора да поштује одређена правила приликом употребе облачића. Једни приказују наглас изговорене речи јунака, уколико је текст написан великим словима, тада јунак виче, затим могу се представити мисли актера, а постоје и посебни облачићи који представљају звучне ефекте попут експлозије. Њих поред специфичног звездастог облачића прати и текст „бум“ или „кабум“. Вика и галама се приказују великим масним словима у оквиру облачића. Ономатопејске речи су честе: ВАМ, WHАММ...! Уколико се у неком од углова нађе квадратић са текстом – он означава нараторов текст. Постоје и стрипови без текста. Текст и слика ипак тек заједно дају потпун креативни утисак.

5. Сем поменутих, постоје и други облачићи. Депресивно стање се, на пример, приказује у тамном облачићу, а мисли се дају у серијама мехурића који повезују облачић са ликом који размишља. Сливковни код има разноврсне форме и функције. Јунаци каткада падају у несвест тако жестоко да падајући на леђа испадају ван оквира слике. Забринутост се представља капљицама зноја,

псовке-звездицама и узвицима, спавање: Зззз. Изненадне идеје представљају сијалица, упаљена свећа.

6. У Дизнијевим стриповима за децу, који се састоје од седам цртаних блокова, језик представљају врло упрошћене синтаксичке конструкције. Реченице су врло кратке, а у сваком облачићу имамо по највише две исказне форме. Изненађење и запрепашћење су приказани празним облачићем који излази из уста или облачићем само са знацима !?!. Све реченице имају узвичнике на крају. Неке од њих су праве екскламације, док су друге екскламативна обавештења. Честе су речи за скретање пажње: хеј, ево, ено; императиви: пробај, гледај, види, остави...! Бројне су ономатопеје: хи, хи, хи (смех), ваау, гррр, греб, крц, цеп, раш, ав, ав, бонк, хоп, плас, шут, тапата, пуф, хмм...!

7. Бројна истраживања су показала да је стрип вршио одлучујући утицај у стварању супкултурних образаца деце и младих. Стрипови су инспирисали позоришне представе, мјузикле, филмове, цртане серије, а идиоми створени у стрипу постали су свакодневни језик младих. Суперхероји постали су идоли. Данас је стрип напустио новинске странице и прешао у друге облике писаног стварања. Велики је број разних приручника у виду стрипа као што су: *Фројд за почетнике*, *Правопис српског језика у стрипу*, *Шекспир за почетнике*, *Кант за почетнике*, *Романтизам за почетнике* и сл. Једноставан, пријемчив и лако разумљив језик стрипа управо је заслужан за овакву примену стрипа у виду разних осликаних приручника за почетнике. Стрипови се данас налазе на рекламама, билбордима и плакатима, и захваљујући њима и једноставном информативном коду, поруке лако стижу до широког аудиторијума.

3.6.1.4. Анализа грађе

1. Лапидарни израз доминира стрипом, густо распоређени кратки искази у тзв. облачићима (или балонима). Значења речи су често типизирана. Гласовна грађа, лексика, фразеологија, облици, синтаксичка и интонациона структура, версификација (у неким стриповима) – све су то средства помоћу којих аутори стрипа граде свој израз. Декомпозицијом и изобличавањем, а врло често и детронизацијом вредности, остварују се нови погледи. Нове вредности не одговарају увек позитивним моделима, али су врло пријемчиве за младе, и често

имају одлучујући утицај на њих. Лична заинтересованост аутора диктира угао посматрања и селекцију осетних сигнала (сликовних и вербалних) од којих гради свој стрип. Циљ је постићи оптималну рецептивност. Стилска вредност део је намере и способности аутора да је створи.

2. Језик стрипа није толико активан, јер речи само допуњују слике, али је зато његово стилско активирање могуће. По Серлу (1991), показатељи илокуторне снаге јесу интонација, нагласак; они се у стрипу успостављају размештајем речи, знацима интерпункције итд., али и типом и величином слова, каткада бојом и сл. Фигуративна употреба речи омогућује разна померања, чиме се постиже склад сликовног и звуковног слоја стрипа. Ефицијентност једнога стрипа снажно делује на спознају и активира све духовне потенцијале рецепијената.

3. Стрип не смемо сматрати имитандумом у односу на имитатум, јер копија тежи тоталној мимикрији. Резултат копирања је израда потпуно идентичних примерака, што није и одлика стрипа. Стрип помало активира сећање на стварност, али не преузима улогу оригинала. Наиме, у стрипу није реч о адаптацији, већ о стварању једне нове стварности, где долази до премештања из употребне сфере у сферу уметничких реалија, а то је заправо поступак артификације. Долази до стилске транслокације: уметник поставља предмет у друкчије окружење. Опис пратећих детаља у стрипу довољан је за карактеризацију амбијента. Такав сплет односа успостављен је начелом контекстуализације, а један од њених видова јесте декорација и њена орнаментална функција. Следећи вид контекстуализовања јесте илустрација, као и прерушавање. Речи семантички конвергирају и успостављају оне значењске вредности које сачињавају вредносну потку стрипа.

4. Оно што још одликује један стрип јесте комуникабилност знаковне продукције. Можемо рећи да аутори стрипа наслућују, руководећи се можда Квинтилијановом мишљу, какав је стил најприкладнији за одбровољавање, обавештавање и подстицање. Звуковна структура дискурса успоставља у стрипу склад и са звуковним амбијентом описаних реалија. Што је структура текста у бољем складу са графичким представама – то је јачи осећај унутрашње хармоније, а доживљај естетског савршенства пунији.

5. За пример анализе узећемо *Неслане шале* Алана Форда.

5.1. У овом стрипу можемо уочити неочекиване, изненадне обрте, постављање разних услова, хумор, иронију, преваре, наивност, пријатељство, љубавне згоде и разна подметања. Важна карактеристика реченица у којима се јавља услов (*Бројим до три и ако до тада не нестанеш, одвратни носоњо, видећеш с ким се качиш*) јесте да су модалне, јер не означавају реалне, него хипотетичке ситуације. У овом стрипу доминирају императивне и екскламативне реченице, а затим и упитне и изјавне. Употребом узвичне интонације, односно узвичника, обавештењу се придаје експресивни карактер (*Челичних нерава и сигурног хица, Тел је умео погодити и најтеже мете!*). Заповедним реченицама се подстиче или пак забрањује реализовање онога што значи реченица (*Ослободите га, а ову дртину одвуците на вешала!*). Посебан тип узвичних реченица јесу реторска питања, која се одликују узвичном интонацијом, упитним обликом и потврдношћу/одричношћу супротном од стварног значења (*Учините нешто! Због чега плаћамо порезе?*). Уочавају се и неке реминисценције на запажања неких филозофа (*Учење незналица је физички посао*). Цитатом из општекултурног наслеђа аутор стрипа потврђује своје позивање на првенство космичких збивања над механизмима свакодневног преживљавања.

5.2. Од стилских фигура приметна је компарација (*одјурио је попут ветра*), где се особине једног елемента не описују директном номинацијом, већ 'преношењем' пажње на неки други опис. Структурни експонент поређења јесте речца 'попут' као и речца 'као' (*Вилхелм Тел је самострелом баратао као са продуженом руком*).

5.3. У дијалог је уплетен хумор. Речи Алана Форда изазивају смех, с обзиром на физички изглед Боба Рока (конкретно – облик носа: **Боб** – *Утекао нам је испред носа! Алан* – *Хм... Како коме, зависи од носа...*). Хумор се јавља и у бројним другим ситуацијама (*Уделите милостињу деци која не једу. Примам све, па и драгуље веће од јајета*). Највише се хумор везује за Боба Рока (*Какав срећковић! Добио је тек тако 50 000 долара... Хм, колико је то? Сигурно више од 5 долара и 20 центи, колико сам имао прошле године...*, а у следећој сцени ће рећи: *Са 50 хиљадарки у џепу био бих много виши и лепши*).

5.4. На самом почетку једне епизоде *Несланих шала* коментатор се обраћа гледаоцима речима: *Обратите пажњу, драги гледаоци! Ево типичне жртве нашег шоу-програма.* – Ради се о слепцу који уходаном стазом табана већ

годинама..., да би касније тај исти слепац рекао: *Ех, надам се да су новчанице штампане Брајовом азбуком...*, – то изазива један нарочити облик смеха.

5.5. На засмејавање читаоца срачуната су разна подметања Хенрију Љиги на самом крају стрипа. Само што је ушао у туш-кабину да се освежи, уместо воде јавља се мастило (*Хм, како ли је мастило доспело у туш?*). Хенри ће затим планути и због друге постављене замке и узвикнути: *До ђавола, каква је ово купка... Високотоксични балончићи ми штимају очи... Где је сунђер?* – да би након тога, уместо сунђера, напипао краставу жабу. – Игра подметања се наставља. Хенри Љига ће по изласку из каде рећи: *Грана бодљикавог бриљана зашивена у мој баде мантил? Ко је то учинио? Запамтиће ме они из хемијске чистионе!* – И на крају, уместо вискија винобран! На самом крају поука. Хенри се пита зашто је био жртва несланих шала, и добија одговор у виду поуке: *Да осетиш исту радост као и твоје невинне жртве.* Свака следећа етапа апсорбује претходну у виду кумулативног раста смисаоности. Таква врста дискурзивног успона знаковних структура прераста у градацију. Уочавамо и инверзију, којом је остварено тонско рељефирање и оживљавање.

5.6. Иронију, утопљену у ‘неслани’ хумор, запажамо у речима једног од актера стрипа, када бира жртву на чију ће главу поставити јабуку: *Посадићу је на главу овог доброг човека. Да би изникло дрво? Не! Јабука се не сади на тикви...* Еуфемистичко изражавање имамо у сцени када Боб Рок задобија ударац по тачно одређеном делу тела (што се јасно види на слици), а он у ствари каже: *Ух, како ме је онај насилник опалио по доњем делу кичме.* – Хумор изазива и изјава видно старијег човека, на чију главу долази та иста јабука: *Не желим умрети млад!*

3.6.1.5. Закључак о стрипу

1. Пренаглашена стилизованост и издиференцираност ликовних елемената стрипа, њихова експресивна грациозност, фантастика, говоре о завидном ликовном умећу аутора. Сlike су згуснуте у садржајној организацији, планови су компактни, ефекти се постижу дубином поља, развијањем првог и другог плана. Интересантни су и идиоми којима оперишу аутори стрипа. Стрипови подстичу и читаоце и ауторе да сањају, да беже из стварности, да за себе пројектују нерањиве хероје кадре да премосте све невоље. Зато су у

српском стрипу традиционални јунаци углавном реалистични, произлазе из свакодневног живота. Символика је заснована на особеној графичко-ликовној поетици, самосвојном експресионизму цртежа, ауторовој способности да назначи волумен ликова, обогаћујући визуелну структуру најразличитијим ефектима: у дијалогу, атмосфери, у тензији. Интересантне су поетске креације са нешто едукативне потке.

2. Постоје стрипови који су минималистички сведени, и максималистички развијени, на једном крају је носилац приче једна личност или један детаљ, за разлику, на другом, од монументалне форме приповедног израза, развијене у неколико планова. У стриповима приметна је зрелост, смишљеност, висока синтетичност (спој слике и текста). Поједини аутори користе епску традицију, али само као предложак. Неки од њих теоријски и значењски сведоче о свом добу, одражавају преокупације датог социјалног тренутка. Аутори су користили различите стилске фигуре – градацију, антитезу, алегорију, метафору и на крају некад и наравоученија са друштвеном и политичком конотацијом. Читаоцу се обраћају без интелектуалног оптерећења. Разноликошћу визуелне интерпретације, естетичношћу фиксираног покрета постижу максималну ефикасност. Динамику приче базирају на кореографији покрета. Ликовним средствима остварују естетске вредности комичног. Сведени цртежи им пружају велику имагинарну моћ да преображавају, комбинују, спајају неспојиво.

3. У појединим стриповима предност има поетика фантастике, која почива, између осталог, на карикатурним представама антропоморфних бића. Доминирају изобличене људске фигуре, животиње и потрошни артефакти, као и натурализам, који се може тумачити као одраз отуђења, бежање у духовно-надреалистичку сферу. Постоји низ сукцесивних призора који су у узрочно-последичној вези, чији фрагменти чине целину. Нова средства досад слабо истицана – као иронија, персифлажа, црни хумор и цинизам – полуге су помоћу којих се аутор служи, као и померене слике из живота велеграда, медиј којим одбацује књижевни језик као израз и окреће се сленгу. У стрипу литерарно прелази у визуелно. Стрипом се аутори служе само као једним од средстава казивања којим би да изразе фрагментарну представу испуњену субјективним симболизмом и исповестима које навиру с оне стране рационалне свести.

4. Управо побројане особености носе собом и велике слабости, које се с правом приписују стрипу од стране критичара. Одустајући од слике света коју

обликују друштвени узуси, у настојећи да ‘с наличја’ насликају неке појаве, аутори стрипа често одустају и од моралних узуса и стварају дидакличку атмосферу необавезности, често и моралне посувраћености, апсолутне критичности према утврђеним вредностима, одбијања васпитних узуса итд. С правом се стрипу каткада приписује вулгаризацијска и детронизацијска намера према друштву, фалсификовање идејних и естетских мерила итд. Дакле: стрип је одличан уметнички жанр, али под условом да се држи естетских и етичких принципа свог времена и поднебља – што он по правилу превиђа.

5. Стрип као вербо-визуелни медиј у вези је са књижевношћу са једне и сликарством са друге стране. Стрип врши велики утицај на друге уметничке изразе: сликарство, филм, анимирани филм, па и моду. У прошлости, у доба нацизма употребљављан је у политичке сврхе, а данас се користи у маркетиншке.

6. Васа Павковић (2001: 7) је покушао да дефинише стрип следећим речима: Стрип је синтетички уметнички облик који у себи спаја ликовну (цртану) и текстуалну (писану) компоненту, при чему је она прва примарна. Стрип се првенствено манифестује низовима слика које читаоцу преносе извесну наратију.

7. Језик стрипа је специфичан и временом је постао устаљени шаблон. На цртежима су распоређени ликови, а слика се помоћу облачића допуњује текстом. Постоји неколико врста облачића. Коментари који објашњавају слику смештени су изнад или испод слике. Директни говор се смешта у облачиће који излазе из уста говорника и сваки цртеж стрипа мора да поштује одређена правила приликом употребе облачића. Једни приказују наглас изговорене речи јунака, уколико је текст написан великим словима, тада јунак виче, затим могу се представити мисли актера, а постоје и посебни облачићи који представљају звучне ефекте попут експлозије итд. Уколико се у неком од углова нађе квадратић са текстом – он означава нараторов текст. Постоје и стрипови без текста. Текст и слика ипак тек заједно дају потпун креативни утисак.

8. Оно што још одликује један стрип јесте комуникабилност знаковне продукције. Можемо рећи да аутори стрипа наслућују, руководећи се можда Квинтилијановом мишљу, какав је стил најприкладнији за одобровољавање, обавештавање и подстицање. Звуковна структура дискурса успоставља у стрипу склад и са звуковним амбијентом описаних реалија. Што је структура текста у

бољем складу са графичким представама – то је јачи осећај унутрашње хармоније, а доживљај естетског савршенства пунији.

3.6.2. ЕНИГМАТИКА

3.6.2.1. Претходне напомене

1. Енигматика е широка област забавних остварења са звучном и визуелном подлогом (Лазаревић 1999). Први и основни енигматски жанр представљају укрштенице. Праве укрштенице сматраћемо у овој књизи новинарско-публицистичким жанром. Укрштенице су у ствари врста енигматских игара (в. даље), а сама лексема *укрштеница* обично се узима као синоним за *укрштене речи*. Прва укрштеница на српском језику, у облику магичног квадрата у форми 5x5, обајвљена је у Бечу 26. октобра 1874. у илустрованом листу за забаву и поуку *Србадија*. После две године 1876. у листу *Срска зора* појавио се наш најстарији магични квадрат у форми 4x4, аутор није познат. Значајно је још и споменути дело ученика Косте Николића, које је настало 1883. године у 5. броју листа *Српче*. Та укрштеница је имала само 4 поља, али су се та поља могла комбиновати тако да дају 6 решења, што је јако велики успех узевши у обзир да је остварење настало у XIX веку. У 10. броју листа *Невен* 1889. објављена је непотписана укрштеница, која се приписује Јовану Јовановићу Змају. Пром модерном укрштеницом у Србији се сматра она објављена 18. маја 1925. у *Илустрованом листу*, потом и у другом броју *Дечијих новина*, октобра 1925. год.

Дечје укрштенице се данас јављају у дечјим часописима *Ђачко доба* (Ђачко доба, ИГП „Прво слово“, Београд), *Школарка* (Нова школа, Београд), *Мали витез* (Мали витез, Дело, Земун), *Тик Так* (<http://paradoksija.blogspot.com/2010/03/tik-tak-casopis-uz-koji-se-odrastalo.html>).

Омладински часописи су нпр.: *Bravogirl* (<http://www.bravogirl.rs/>), *Политикин забавник* (<http://www.politikin-zabavnik.rs/pz/index.php>) и др. У листовима намењеним популацији одраслих налазимо такође укрштенице.

3. Укрштеница је графички представљена квадратом, издељеним на квадратиће, бело и црно обојене. У бела поља треба уписати одговоре на питања

која су нумерисана и дата ван квадрата, а на које се упућује и унутар квадрата одговарајућим бројевима. Ти се бројеви налазе на левој и горњој страници квадрата, из чега произилази да се одговори пишу с лева на десно, али и одозго ка доле, дакле, групишу се у редове и колоне. И питања која су дата ван квадрата разврстана су на две групе означене са *усправно* и *водоравно*. Дакле, укрштене речи треба решавати попуњавајући редове (водоравно) и колоне (усправно). У бела поља уписују се појединачна слова, па се тражена реч разлаже на графеме од којих се састоји. Црна поља се не попуњавају, што је и означено њиховом бојом, али она имају своју функцију унутар укрштенице: означавају границу између две речи у синтагми и тиме дају информацију о броју слова које реч-решење садржи. Како би се укрштене речи успешно решиле, неопходно је знати одговоре на питања, али могуће је доћи и до случајног решења (речи), добијањем одговарајућих слова из укрштаја хоризонталних и вертикалних решења. Отуд и назив укрштеница или укрштене речи.

4. Основна правила и задаци игре укрштених речи могу се свести у следеће: а) На постављено питање треба дати тачан одговор.

б) Одговор потом уписати у одговарајућа поља квадрата.

в) Игра је завршена онда када се попуне сва бела поља, чиме су дати одговори на сва постављена питања.

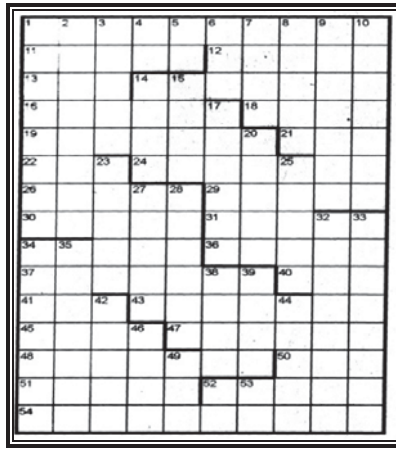
5. Укрштене речи нису једина врста овог реда творевина. Поред укрштених речи, постоје бар још следеће врсте укрштеница: скандинавка, бела укрштеница, илустрована укрштеница, испуњалка, мозаичка укрштеница, бројчана укрштеница, хаос укрштеница, домино укрштеница итд. Ми ћемо у кратко разматрање узети неке врсте да бисмо показали њихову природу.

3.6.2.2. Приказ грађе

3.6.2.2.1. Класична укрштеница

1. Основни и најједноставнији тип јесте класична укрштеница (*Blic*, 29. мај, 2009., бр. 4414, стр. 29), у облику квадрата или правоугаоника издељеног у квадратиће. У ове треба унети одговоре према постављеним питањима изван укрштенице. Пошто су такве укрштенице општепознате, ми ћемо представити нешто сложеније варијанте.

а) На првом месту нека буде укрштеница ‘с пречкама’⁹¹:



‘Пречке’ чине нешто подебљане линије које допуштају слободније коришћење простора јер не приморавају аутора да смишља речи које ће попунити све квадратиће у једном низу или колони, већ краће. Бројеви указују да је ту граница међу речима.

б) Други пример представља укрштеницу намењену најмлађима, која има специфичну форму и начин решавања. Уместо испуњалице, овде је у основи

⁹¹ Упутства и питања за попуњавање гласе:

Водоравно:


1. Природност, неусиљеност, 11. Преријски вук, 12. Котарица, 13. Место код Цетиња, 14. Надимак писца Милана Кујунџића, 16. Наш поп мизичар Саша, 18. Туга(тур.), 19. Пасуљ који се пење уз притке, 21. Холандска новинска агенција, 22. Тениски спортски клуб (скр.), 24. Свргнут краљ, 26. Кривина, 29. Крекетање, 30. Град у Боки Которској, 31. Одређена количина јела, 34. Скијашка дисциплина, 36. Опасна венерична болест, 37. Врсте летилице (грч.), 40. Дугорепи папагај, 41. Бруто домаћи производ (скр.), 43. Блесак, 45. Жичани музички инструмент, 47. Трошити, расипати, 48. Витичаста заграда, 50. Ништа (слов.), 51. Припадник групе кичмењака, 52. Лични доходак, 54. Књига у коју се уносе трошкови

Усправно:

1. Вајар, 2. Чешки фудбалер Карел, 3. Прилично јаки, 4. Симбол нобелијума, 5. Иста слова, 6. Пигмејско племе у Африци, 7. Фјорд у Норвешкој, 8. Одликовање, 9. Вођа устанка у старом Риму, 10. Хрватски писац Гвидо, 14. У четири ока (фр.), 15. Дечји плач, дрека, 17. Луксуз, 20. Окрњен зуб, 23. Остатак новца који се враћа купцу, 25. Пећница, 27. Месар, 28. Књижевни критичар Никола, 32. Начинити краћим, 33. Маки крај, 34. Авет, утвара, 35. Нега стопала (фр.), Француски социолог Габијел, 39. Петља, замка, 42. Врста житарице, 44. Наш фолк певач Сакић, 46. Скела (мађ.), 49. Ауто-ознака за Арканзас, 52. Симбол полонијума, 53. 13. и 3. слово азбуке

погађалица – дете треба у шуми слова којима су квадратићи попуњени да открије тражене речи:

Prolećna ukrštenica



P	R	O	L	E	Ć	E	D	A	N			
E	O	K	A	P	Z	I	D	S	A			
T	D	O	L	I	E	G	D	A	R			
A	A	Ž	A	Z	Ć	S	E	J	C			
O	L	J	U	B	I	Ć	I	C	A	I		
V	I	S	I	B	A	B	A	J	S			
U	S	K	R	S	D	Ž	Ć	N	J	A	L	J
Z	U	M	B	U	L	Ć	D	S	Đ			
S	U	N	C	E	L	J	U	B	A	V		
M	A	R	T	L	E	P	T	I	R			

U ukrštenici pronađi sledeće reči i prepiš ih abecednim redom:
deca, ljubav, dar, sunce, proleće, dan, ljubičica, uskrs, zumbul, jaja, pešao, narcis, lala, leptir, kop, zid, roda, zec, visibaba, mart, oko

1.	2.	3.
4.	5.	6.
7.	8.	9.
10.	11.	12.
13.	14.	15.
16.	17.	18.
19.	20.	21.

svetlana Matić

Prolećna ukrštenica - REŠENJE



P	R	O	L	E	Ć	E	D	A	N			
E	O	K	A	P	Z	I	D	S	A			
T	D	O	L	I	E	G	D	A	R			
A	A	Ž	A	Z	Ć	S	E	J	C			
O	L	J	U	B	I	Ć	I	C	A	I		
V	I	S	I	B	A	B	A	J	S			
U	S	K	R	S	D	Ž	Ć	N	J	A	L	J
Z	U	M	B	U	L	Ć	D	S	Đ			
S	U	N	C	E	L	J	U	B	A	V		
M	A	R	T	L	E	P	T	I	R			

U ukrštenici pronađi sledeće reči i prepiš ih abecednim redom:
deca, ljubav, dar, sunce, proleće, dan, ljubičica, uskrs, zumbul, jaja, pešao, narcis, lala, leptir, kop, zid, roda, zec, visibaba, mart, oko

1. dan	8. ljubav	15. roda
2. dar	9. ljubičica	16. sunce
3. deca	10. mart	17. uskrs
4. jaja	11. narcis	18. visibaba
5. kop	12. oko	19. zec
6. lala	13. pešao	20. zid
7. leptir	14. proleće	21. zumbul

Ова укрштеница има и особености сликовне или тематске укрштенице, јер изнад правоугаоника стоје слике појмова на које упућују речи што их треба погодити. Код дечјих укрштеница преовладавају појмови који су познати и јасно нацртани: *књиге, гитара, крушка, креда, џемпер, уво, папагај, прасе, ауто, шал, балон, рода, миш, зец, цвеће, трава, сунце* итд.

3.6.2.2.2. Бела укрштеница

Бела укрштеница, коју нисмо могли представити сликом (уп.: Разбрибрига, *Политика*, Београд, 2. април, 2010. године, бр. 34, стр. 6), има 15 поља хоризонтално, 20 поља вертикално, у доњем десном углу налази се слика коша и лопте, што ову укрштеницу категоризује као тематску укрштеницу; слика одузима од укупне површине укрштенице 48 поља, али даје коначно решење. У саму укрштеницу није ништа уписано, налази се 7 затамњених поља распоређених у два реда, која ће открити коначно решење укрштенице, а решење је *КОШАРКА*. Појмови су углавном исти као и код класичних укрштеница, са разликом што су дата нешто опширнија објашњења, а то је и реално очекивано, јер је простор за објашњење већи. Заступљени се географски појмови, скраћенице, ознаке, доста је синонима, имена познатих личности. Лексика је уобичајена, доминирају именице, углавном су заједничке, неколицина је властитих именица: *Љиљана, Ковина* и др.

3.6.2.2.3. Тематска укрштеница

1. Код тематске укрштенице решење је представљено сликом, која је у овом случају смештена у горњем левом углу укрштенице. Тема укрштенице је постављена хоризонтално, решење је *Раде Шербеџија*, глумац и јавна личност која је позната, што је испуњење једног од основних критеријума за добру укрштеницу.

2. Хоризонтално посматрано захтева се велики број скраћеница и ознака, чак ћемо срести једну заменицу, која није уобичајена *ви*. Од скраћеница динар - *д*, рубља - *р*, римини - *ри*, север - *с*, класа - *кл*, алуминијум - *ал*, волт - *в*.

У укрштеници налазимо неколико географских појмова: *град у Белгији – Ган, река у Јужној Америци – Ориноко, притока Дона у Русији – Сал*.

Једним питањем тражи се збирна именица: *младунчад краве – телад*.

У листу „*Blic*“ укрштенице су упућене циљној групи чија знања не премашују просек, па се избегавају шире могућности асоцијација, што изазива понављање типизираних питања. Нпр. веома често ћемо срести: 14. слово азбуке - *љ*, прво слово азбуке - *а*; или: први вокал - *а*, трећи вокал - *и*.

3.6.2.2.3. Закључљк о укрштеницама

1. Први и основни енигматски жанр представљају укрштенице. Праве укрштенице јесу врста новинарско-публицистичких жанрова. Укрштенице су у ствари врста енигматских игара, а сама лексема 'укрштеница' обично се узима као синоним за укрштене речи. поред класичне, постоје и бела, као и тематска укрштеница. Све оне заједно за основицу имају матрички цртеж у чије се ћелије уносе одговарајућа слова, а ова кад су исправно уписана, дају решење укрштенице. Основни и најједноставнији тип јесте класична укрштеница, у облику квадрата или правоугаоника издељеног у квадратиће. У ове треба унети одговоре према постављеним питањима изван укрштенице.

а) Класична укрштеница, изграђена је у облику квадрата или правоугаоника издељеног у квадратиће. У ове треба унети одговоре према постављеним питањима изван укрштенице. Такве укрштенице општепознате, и јављају се у виду простијих и сложенијих варијаната. Сложеније су укрштеница

с пречкама, затим укрштеница намењена најмлађима, која има специфичну форму и начин решевања. Уместо испуњалице, овде је у основи погађалица – дете треба у шуми слова којима су квадратићи попуњени да открије тражене речи.

б) Бела укрштеница обично има 15 поља хоризонтално, 20 поља вертикално, у доњем десном углу налази се слика чији назив представља решење, што ову укрштеницу категоризује као тематску укрштеницу, слика одузима од укупне површине укрштенице 48 поља, али даје коначно решење. У саму укрштеницу није ништа уписано, налази се 7 затамњених поља распоређених у два реда, која ће открити коначно решење укрштенице

в) Код тематске укрштенице решење је такође представљено сликом, која је у овом случају смештена у горњем левом углу укрштенице.

3.6.2.3. Други енигматски облици

3.6.2.3.1. Опште напомене

1. Енигматских облика има много и сваки је занимљив и посебан на свој начин. Ту су: укрштенице најразличитијих карактеристика, осмосмерке, магични квадрати, клинови, пирамиде, ребуси и многи други. Сваки од ових облика захтева висок интелектуални напор, стрпљиво трагање и одлично познавање српске лексике када је њихово стварање, али и решавање у питању.

2. Због ‘краљице загонетки’, како често називају укрштеницу, обично су занемарене неке мање врсте попут ребуса и анаграма, те ћемо се на овом месту углавном посветити тим мање популарним врстама, као што су магични квадрати, ребуси и пирамиде. Заправо, сви ови поменути облици спадају у групу мрежних загонетки коју чине сви видови укрштеница, магичних ликова и испуњалки, али се свака од њих одликује посебним карактеристикама и квалитетима. Свака енигматска област треба да буде племенита и добронамерна, као и да својим садржајем открива сазнање, поруку или поуку, што је заправо и суштина свих загонетки.

3.6.2.3.2. Магични квадрат

1. Почеци магичних квадрата у српској енигматици везују се за педесете године и круг тадашње ‘Енигме’, а данас о овим мрежним загонеткама знамо највише захваљујући одличној монографији Мирослава Лазаревића *Енигматски магични квадрати* (1999). Пре свега да видимо шта се подразумева под појмовима магичног лика и магичног квадрата. „Под магичним ликом подразумевамо једну врсту мрежасте загонетке у којој је потребно направити комбинацију од више речи и израза, исте или различите дужине, уз укрштање без црних поља, при чему се сваки од појмова уписује на истој позицији и водоравно и усправно, што значи да се, поред укрштања са самим собом, он укршта и са свим осталим појмовима“ (Лазаревић 1999: 14). Ова област енигматике је сложена, тешка и неистражена. Магични квадрати, пре свега, подразумевају слагање истословних и истослоговних појмова и откривање тајне комбинације, а сматрају их бисерима ове области. Изискују добро познавање језика, посебно лексике, али и велики интелектуални напор како би се пронашли и поклопили одговарајући појмови.

2. „Енигматски квадрати“ – каже Мирослав Лазаревић (1999: 16), – „представљају посебну категорију симетричних магичних ликова. Код њих су у питању исте словне и слоговне дужине унетих појмова, а број увршћених појмова једнак је дужини коришћених речи и израза, исказаној преко броја слова или броја слогова“. И међу магичним квадратима постоје различите врсте, а ми ћемо посебну пажњу посветити словним квадратима 8x8 и слоговним квадратима 5x5.

3.6.2.3.2.1. ‘Словна осмица’

1. Квадрати 8x8, називају се још и ‘словне осмице’ или ‘магичне осмице’. Они су несвакидашњи енигматски радови и доста их је тешко саставити. Први су објављени 1934. године. Лазаревић нас упозорава (1999) на њихово састављање скрећући пажњу, пре свега, на тзв. ‘осму позицију’, која заправо одређује њихову структуру. У њиховој структури би требало бити што мање тзв. ‘монотоних речи’, а што више ‘звучних’ речи тј. оних у којима постоје групе сугласника или самогласника, бирајући оне који у себи садрже више

енигматски тежих слова, као што су: *ђ, ж, љ, њ, х, ч, џ* и *ш*. Речи морају бити присутне у књижевности, стручној литератури, без обзира на њихову несвакидашњост и фреквентност, али морају бити у складу са граматичким и правописним правилима.

Лазаревић наводи и речи које се најчешће користе за творбу магичних квадрата, а то су именице свих врста у номинативу, заменице, бројеви, глаголи у инфинитиву, прилози, и остале речи осмословног састава.

2. У оквиру ове групе магичних словних квадрата имамо више варијација и типова. Постоје четворосмерни квадрати код којих се појмови уносе слева надесно и одозго надоле, док се преостали број појмова уноси здесна улево и одоздо нагоре, значи у супротном смеру од уобичајеног. Квадрати 8x8 са коначним решењем код којих се на основу уписаних слова у поље квадрата, читањем одређених слова добија коначно решење које може, али не мора бити у вези са неким од увршћених појмова у квадрату. Постоје и мозаички квадрати 8x8, код којих се на одређеним позицијама у два или више квадрата уписује или исти појам или се уносе појмови који су тематски повезани на одређени начин. Затим, ту су и магични квадрати на страном језику или они који имају већи број сугласника, па су самим тим садржајнији и вреднији. Осим поменутих, постоји још неколико варијација магичних словних квадрата 8x8.

3. У оквиру ових квадрата код којих речи почињу самогласником, постоји велики број подврста. Састави код којих имамо свих осам монотоних речи, а на осмој позицији је појам који почиње самогласником, представљају најједноставнију структуру ових квадрата. Ми се задовољавамо приказом минималног броја примера. Следи први:

П	А	Т	Е	Т	И	К	А
А	С	И	Р	О	Л	О	Г
Т	И	Х	О	М	И	Л	А
Е	Р	О	Т	И	Ч	А	Р
Т	О	М	И	Њ	А	Ч	Е
И	Л	И	Ч	А	Н	И	Н
К	О	Л	А	Ч	И	Ћ	И
А	Г	А	Р	Е	Н	И	Н

Састави са разбијеном монотонијом у горњем делу су посебно занимљиви. Они садрже у себи звучније речи или изразе, па се сматрају нешто вреднијим. Нпр:

П	А	С	Т	Р	М	К	А
А	С	Т	Р	О	Л	О	Г
С	Т	Р	У	Г	А	Р	А
Т	Р	У	Б	А	Д	У	Р
Р	О	Г	А	Ч	А	Н	И
В	Л	А	Д	А	Л	А	Ц
К	О	Р	У	Н	А	Ш	И
А	Г	А	Р	И	Ц	И	Н

3.6.2.3.2.2. ‘Слоговна магична петица’

1. Слововни магични квадрати 5x5, односно „слововне магичне петице“, спадају у категорију тешких енигматских дисциплина, мада се могу сврстати у ред једноставнијих енигматских конструкција (исп.: Лазаревић 1999: 35). Први радови ове врсте појављују се 1985. године. Као код магичних квадрата 8x8 и код ових се, осим речи, могу користити и синтагме. Код њих је изузетно важно поштовати правила за растављање речи на слоге, а још је битно и то да сваки од пет употребљених појмова мора међу својих пет слогова имати бар четири таква од којих ће се по један налазити и у сваком од преостала четири појма и то ће бити места њиховог укрштања.

2. Имамо их неколико група. (а) Постоје мозаички слововни квадрати 5x5 у којима наведени појмови чине квадрате и они су сложени на одређени начин. (б) Код анаграмских слововних квадрата 5x5, поред уобичајеног описа појмова који чине квадрат, уместо слогова од којих су сачињени уврштени појмови, дају се друге речи и изрази, од чијих слогова треба формирати појмове.

3. Конструкције слововних квадрата 5x5 изгледају на први поглед једноставније од словних 8x8, пре свега због мањег броја елемената који чине комбинацију. Међутим, потешкоћа долази отуда што је мало речи и синтагми потребне дужине погодних за комбиновање и стварање квадратне конструкције. Лазаревић наводи да су најпогоднији повратни глаголи за пету позицију, пошто постоји велики избор таквих речи, те ћемо стога разликовати структуре које на петој позицији имају повратни глагол и оне које немају.

а) Структуре које на петој позицији имају повратни глагол почињу слововима ‘за’ и ‘на’, нпр.:

ПРО	ТЕ	И	НА	ЗА
ТЕ	НО	РА	ФИ	ЈА
И	РА	НО	ЛО	ЗИ
НА	ФИ	ЛО	ВА	ТИ
ЗА	ЈА	ЗИ	ТИ	СЕ

Постоји велики број оваквих примера у зависности од слога којим глагол почиње, па тако можемо поменути оне чији глагол почиње на ‘ба’, ‘на’ ‘до’, ‘и’, ‘ка’ итд. Занимљиво да је до сада објављен само један рад са повратним глаголом који почиње слогом ‘ро’, као што је објављен и само један рад са глаголом који почиње са ‘ц’. Разлог томе је изузетно мали број таквих речи, па су овакви магични квадрати прави енигматски куриозитети, попут овог:

ИЗ	БА	ВИ	О	ЦИ
БА	ХА	НА	ЛИ	ЈЕ
ВИ	НА	РИ	ЧА	НИ
О	ЛИ	ЧА	ВА	ТИ
ЦИ	ЈЕ	НИ	ТИ	СЕ

б) Структуре код којих на петој позицији није повратни глагол:

ТРАНС	А	МИ	НА	ЗА
А	НЕ	МО	ГРА	ФИ
МИ	МО	ХО	ДИ	ТИ
НА	ГРА	ДИ	ТЕ	ЉИ
ЗА	ФИ	ТИ	ЉИ	ТИ

Прву њихову варијанту, како показује наведени пример, чине они састави који имају „монотоне слоге тј. оне слоге који у свом саставу имају само један сугласник и самогласник, али у оваквом распореду, дакле сугласник, па самогласник“ (Лазаревић 1999: 105).

Под другом варијантом подразумевамо оне саставе који садрже „тзв. самогласнички слог, а то је онакав слог који се састоји од само једног самогласника или из самогласника и сугласника, у оваквом распореду“ (Лазаревић 1999: 106):

А	А	А	А	А
А	Е	РО	ЛО	ЗИ
А	РО	ГАН	ЦИ	ЈА
А	ЛО	ЦИ	РА	ТИ
А	ЗИ	ЈА	ТИ	ЗАМ

Трећу варијанту слоговних магичних квадрата 5x5 када на петој позицији није повратни глагол, чине они радови који „на петој позицији имају реч са тзв, сугласничким слогом тј. оним слогом који у себи има сугласничку групу иза које стоји самогласник или који садржи више сугласника раздвојених самогласником“ (Лазаревић 1999: 106). Такав је следећи пример:

НЕ	О	ТЕ	СА	НЕ
О	БА	ЛЕ	ТИ	НА
ТЕ	ЛЕ	ФО	НИ	СТА
СА	ТИ	НИ	РА	ЊЕ
НЕ	НА	СТА	ЊЕ	НОСТ

3.6.2.3.2.3. Закључак о магичним квадратима

1. На основу свега приказаног у вези са магичним квадратима, како словним, тако и слоговним, можемо закључити да представљају веома занимљиве енигматске облике, али да исто тако изискују велико познавање лексике и висок ниво интелигенције. Језик им се потпуно прилагођава и оне га исцрпљују на најбољи могући начин, у свим његовим облицима и варијантама, али је изузетно захтевно пронаћи одговарајуће облике који се преклапају, допуњују и заједно образују квалитетне саставе.

2. Магични квадрати, пре свега, подразумевају слагање истословних и истослоговних појмова и откривање тајне комбинације, а сматрају их бисерима ове области. Квадрати 8x8, називају се још и ‘словне осмице’ или ‘магичне осмице’. Они су несвакидашњи енигматски радови и доста их је тешко саставити. Први су објављени 1934. године. Лазаревић нас упозорава (1999) на њихово састављање скрећући пажњу, пре свега, на тзв. ‘осму позицију’, која заправо одређује њихову структуру. У њиховој структури би требало бити што мање тзв. ‘монотоних речи’, а обезбедити присуство ‘звучних’ речи тј. оних у којима постоје групе сугласника или самогласника, бирајући оне који у себи садрже више енигматски тежих слова, као што су: *ђ, ж, љ, њ, х, ч, џ* и *ш*. Речи морају бити присутне у књижевности, стручној литератури, без обзира на њихову несвакидашњост и фреквентност, али морају бити у складу са граматичким и правописним правилима.

3. Слоговни магични квадрати 5x5, односно слоговни квадрати 5x5 или „слоговне магичне петице“, спадају у категорију тешких енигматских

дисциплина, мада се могу сврстати у ред једноставнијих енигматских конструкција (исп.: Лазаревић 1999: 35). Први радови ове врсте појављују се 1985. године. Као код магичних квадрата 8x8 и код ових се, осим речи, могу користити и синтагме. Код њих је изузетно важно поштовати правила за растављање речи на слоге, а још је битно и то да сваки од пет употребљених појмова мора међу својих пет слогова имати бар четири таква од којих ће се по један налазити и у сваком од преостала четири појма, и то ће бити места њиховог укрштања.

4. Имамо их неколико група. (а) Постоје мозаички слоговни квадрати 5x5 у којима наведени појмови чине квадрате и они су сложени на одређени начин. (б) Код анаграмских слоговних квадрата 5x5, поред уобичајеног описа појмова који чине квадрат, уместо слогова од којих су сачињени уврштени појмови, дају се друге речи и изрази, од чијих слогова треба формирати појмове.

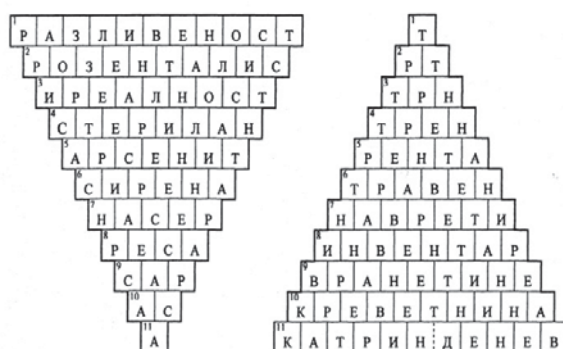
3.6.2.3.3. Сложенији магични облици

3.6.2.3.3.1. Клини и пирамида

1. Вл. Тривунац у својој монографији *Клинови, пирамиде и варијације* (2006) поближе објашњава још једну врсту енигматских облика, тзв. клин и пирамиду, наводећи да је једина карактеристика која заправо пирамиду издваја од осталих мрежних загонетки фактор укрштања, пошто знамо да се магични квадрати и укрштенице заснивају на потпуном укрштању појмова у хоризонталном и вертикалном смеру. „Анализирајући склоп пирамиде“ – каже Тривунац (2006: 5), – „може се закључити да она представља низ или ланац проширених анаграма, док за клин важи обрнуто правило, тј. да је клин у ствари сачињен од низа крњих анаграма“. Саставити један овакав енигматски облик свакако је сложен посао. Да би и ова, као и свака друга загонетка била квалитетна и успешна, њен творац се мора користити разноврсним, али познатим и одговарајућим речима како би саставио добре анаграме и уклопио их у пирамиду. Тривунац напомиње да се различитост пре свега постиже изменом распореда самогласника у речима, што захтева да састављач испита више могућности како би пронашао појам који је најадекватнији. Са друге

стране, када је језичка грађа у питању, М. Живковић нас упозорава (исп.: Лазаревић–Вуковић 2007: s. v.) да је због суштине пирамиде, избор речи и синтагми које се у њој могу наћи, доста скучен. Тако постоје речи, попут: *кукуруз, фарба, цез* и др., које се апсолутно никако не могу срести у пирамиди.

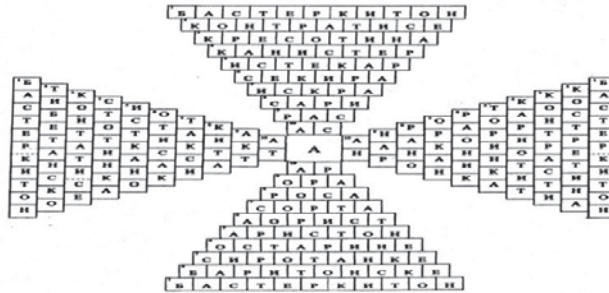
„Клин и пирамида су анаграмне загонетке. Код клина, претходним појмовима одбија се једно слово, а преостала слова се анаграмирају у нову, краћу реч. Према томе, клин се састоји од низа повезаних крњих анаграма. Додавањем слова претходном појму и анаграмирањем тих слова, добија се нова, дужа реч пирамиде. Дакле, пирамида се састоји од низа повезаних, проширених анаграма. Клин или пирамида јесу једносмерне загонетке, јер не постоји укрштање у хоризонталном и вертикалном смеру, тако да само формално припада мрежастим загонеткама код којих је укрштање потпуно или делимично“ (Тривунац 1998: 54). Иако су доста сложени састави и захтевају валики напор приликом стварања, постоји велики број варијација ових облика и Тривунац долази до бројке од 115. Наши енигматичари показују заиста велики успех и креативну машту, не само у овим, већ у свим мрежастим загонеткама. Тако Тривунац у ову своју монографију уноси чак 2000 примера, што објављених, што необјављених. Следећи пример представља уобичајен облик клина и пирамиде:



Ако се питамо који су то параметри који се тичу језика, а који су неопходни за добро састављене радове, Живковић нам их наводи неколико (у: Лазаревић–Вуковић 2007): разноврсност унетих појмова, стална измена самогласничког склопа, присуство нефреквентних слова итд.

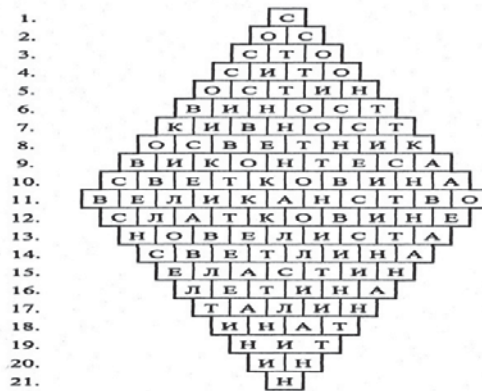
3.6.2.3.3.2.. Пропелер (четвороугао)

Занимљиво да је назив овој и те како занимљивој варијацији дао Јован Недић (2013), инжењер механике. Пример следи:



3.6.2.3.3.3. Вретено

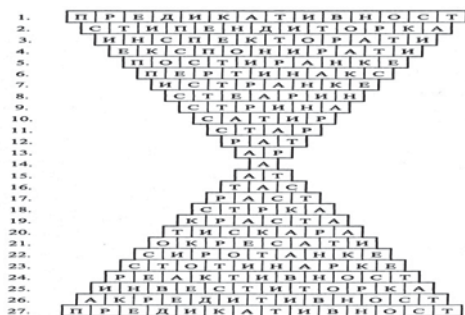
„Вретено се састоји од пирамиде у горњем делу и клина у доњем делу које повезује најдужи заједнички појам“ (Тривунац 2006: 54). Пример:



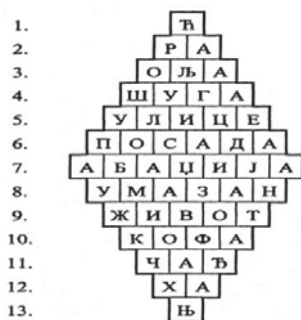
3.6.2.3.3.4. Пешчани сат

„Клин и пирамида повезани заједничким словом чине пешчани сат, али уз услов да најдуже речи клина и пирамиде морају имати иста слова. Овај услов пружа две могућности. Прву, да обе речи буду исте и другу, да су најдуже речи клина и пирамиде међусобни анаграми“ (Тривунац 2006: 65). Ако говоримо о

вредности оваквих облика, свакако да су много вреднији они са најдужим речима, али и много тежи за састављање. Следи пример једног пешчаног сата:



3.6.2.3.3.5. Вретенаста сугласничка сужавалка



3.6.2.3.3.6. Кућа

Веома занимљив облик за дечје новине што важи и за облик ракете.

Пример:



Приказали смо неке од најзанимљивијих пирамида, али их има још заиста велики број. Оне попут солитера, балустара, калема, пехара, Давидове звезде, представљају куриозитете енигматског стваралаштва, али их је доста тешко пронаћи у часописима, јер су тешке за стварање, те самим тим и ретке.

3.6.2.3.3.7. Закључак о сложенијим енигматским врстама

1. Сложеније енигматске врсте одликују се од основних најпре визуелно, јер матричка структура код њих бива развијена у облике који остављају одређене сликовне утиске, по којима се и називају: клин и прамида, пропелер, вретенаста сужаваљка, кућа итд.

2. Све ове форме имају и других структурних специфичности, јер састав словних ознака и начин разрешења укрштенице није увек исти, већ се код неких захтева проспективни принцип – ређање слова по водоравним линијама с лева на десно, а по вертикалним одозго на доле – а код других реверзибилни – слова се ређају здесна на лево и одоздо на горе. Има међутим и таквих код којих избор квадрата и распоред слова подлежу посебним правилима. Најпростији међу овим сложеним односима нпр. владају код пешчаног сата: Клин и пирамида повезани заједничким словом чине пешчани сат, али уз услов да најдуже речи клина и пирамиде морају имати иста слова. Овај услов пружа две могућности. Прву, да обе речи буду исте и другу, да су најдуже речи клина и пирамиде међусобни анаграми.

3. Што се тиче језика и стила, видимо да и код ових, као и код претходних састава, језик учествује у свим својим облицима и варијантама, само је неопходан његов добар познавалац. Понеке речи ипак не могу бити у структури ових облика, али све је то зависно од карактеристика самог енигматског облика. Конкретно, ређа слова и речи са таквим словима, увек ће доносити плодносан посао у области њиховог стваралаштва.

3.6.3. РЕБУСИ

3.6.3.1. Опште напомене

1. Ребуси су загонетке које у својој структури садрже различите елементе: слова, бројеве, цртеже, али и многе друге знаке, попут интерпункцијских. На основу упутстава у облику бројева, слажемо речи уз помоћ осталих елемената и долазимо до решења. Осим таквих, дакле ребуса који се састоје од свих тих елемената, постоје и тзв. једнословни ребуси, који можда по имену звуче као доста једноставни, али заправо није тако.

Ребус је (лат. *res* ствар, *rebus* [o] стварима, фр. *rébus*) загонетка у сликама, реч или мисао изражена сликама или знацима (које треба решити) место речима (Вујаклија 1980: 781). У данашњем смислу речи, ребус представља врло атрактивну загонетку која не налази простора ни код енигматских аутора, али ни код уредника енигматских часописа. Ова загонетка у народу је још од памтивека живела и преносила се, а у наше време њена популаризација је сведена на минимум, и то из два разлога: први захвата унутрашње односе међу енигматским решењима, па се данашњи аутори више баве комерцијализованијим облицима као што су укрштенице, док ребусе остављају по страни; а са друге стране, сваки вид енигматске забаве повлачи се пред разним другим облицима забаве, као што су игрице, интернет, масовне комуникације и сл. Проблеми у решавању, и пре свега тумачењу ребуса, за нас се не тичу толико извора колико саме литературе. Осим неких радова Вл. Тривунца, недоступна литература нагнала нас је да самостално приступимо анализирању ребуса. Тумачећи их лингвистички (и стилистички), дошли смо до неколико интересантних решења о чему ће даље бити више речи.

Сви примери дати су према интернет блогу Бранислава Никића, који се може наћи на интернет страници <http://rebusi.blogspot.com>. Већине ребуса аутор је сам Никић, али има и ребуса других аутора као што су Вл. Тривунац, З. Радисављевић, И. и Д. Кос, Е. Вучјак, Т. Кулић итд. Решења ребуса дата су према изворном облику пренетом са интернет странице тако да се могу наћи и ћирилична и латинична решења.

3.6.3.2. Класификација ребуса

1. У зависности од тога да ли се ребус као законетка приказује помоћу слике и цртежа или само помоћу слова, бројки и специјалних знакова, ребусе делимо на *сликовне* и *словне* (Тривунац 1998: 1). У односу на сликовне ребусе, словни ребус је тежа загонетка што објашњава чињеницу да се аутори ребуса пре опредељују за сликовне него за словне ребусе. Док је код сликовних ребуса углавном распознавање слике, цртежа или радње која се врши, као и односа који су евентуално дати у поставци ребуса, код словних ребуса треба открити једну или више комбинација просторног односа, изгледа, величине, количине или боје слова представљених у поставци ребуса и све то може дати веома сложене релације.

2. Из тих разлога, уобичајено је да се уз поставку ребуса наведе и број слова речи које представљају његово решење, али свакако није страно ни да се уз ребус наведе и одређени текст који асоцира на решење (Тривунац 1998: 1, 2). Наравно, овакве поставке не карактеришу само словне ребусе већ и сликовне. Нпр:



3.6.3.2.1. Словни ребуси

1. Захваљујући Вл. Тривунцу, и његовој монографији *565 једнословних ребуса* (2008), имамо добар увид у наше енигматско стваралаштво из области ребуса. Он приказује један позамашан и разнолик опус у области ових загонетки. Тривунац их разврстава у различите групе: ребуси са словима азбуке, ребуси у боји, ребуси са бројевима, ребуси без слова, знакова и бројева,

ћирилично-латинични ребуси итд. Што се енигматских часописа тиче, али и дневних новина, готово да нема оних у којима не постоји бар по неки ребус, те смо овом приликом изабрали пар словних као примере:

Словни ребус
(9)
а)

ПОДАНИШТА
(ПОД А НИШТА)

Словни ребус
(4, 5, 3)

Ж

НАП'О ЧЕТКУ ЛЕЖ
(НА ПОЧЕТКУ ЈЕ Ж)

Словни ребус
(5, 1, 3)
Ј

ЦЕЛОВ И ТОЈ
(ЦЕЛОВИТО Ј)

Словни ребус
(6)
О

ОБАШКА
(О БАШКА)

Занимљиви су и ребуси са бројевима, попут наредних:

Словни ребус
(2, 5, 6)
0

ИЗ ОЛОВА НАНУЛА
(ИЗОЛОВАНА НУЛА)

Словни ребус
(3, 4)
5

САМ ОПЕТ
(САМО ПЕТ)

2. Од ребусних подврста добијамо анаграмне ребусе, палиндрокмне ребусе, раребусе и ребусоиде.

3.6.3.2.2. Раребуси и ребусоиди

1. Поменути аутор Никић на својој интернет страници *раребусе* тумачи на следећи начин: колико зареза има испред (или иза) појма представљеног сликом, толико слова из тог појма се одузима. То исто се уради и са другим појмовима, па се прочитају преостала неодузета слова, а на њих се затим надовежу сва одузета слова и тако се добија коначно решење:

Раребус (2,2,6)



364. Аутор: Бранко Стојановић

То је копија (копито, јаје)

Неки пут се уместо зареза користе бројеви у загради који означавају које се слово из датог појма одузима и у ком редоследу.

2. Док код раребуса одбачена слова долазе на крају свих елемената ребусне фразе, код ребусоида она долазе иза сваког елемента ребусне фразе из кога су изостављена (Тривунац 1998: 1):

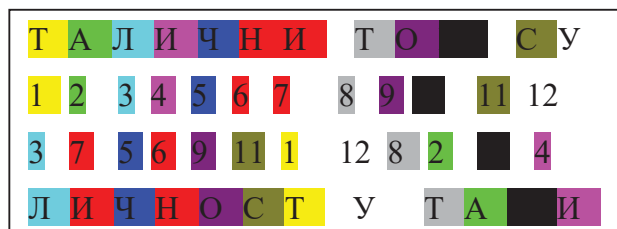


3. Као што се види, уз први појам „нула“ стоји један зарез који упућује да треба одбити једно слово, при чему остаје скупина *ула*, а уз други појам стоје три зареза, и тиме се одбијају прва три слова и остаје скупина *ба*. Долази до замене, тј. ротације, па тако у првој речи сачувана слова долазе на прво место, а одбачена из њих, што се дешава и у другој речи у коју се разлаже други појам.

Раребусе и ребусоиде не срећемо код словних ребуса, мада је могуће направити и такве конструкције (Тривунац 1998: 1).

3.6.3.2.3. Анаграмни и палиндромни ребуси

1. Код анаграмних ребуса решење се добија размештањем слова добијене фразе из поставке ребуса (Тривунац 1998: 1). Нпр:



У анаграмном ребусу добијена фраза уређује се према датом кључу у решењу ребуса (Тривунац 1998: 64). У примеру 246 кључ је дат као решење и видимо бројеве по којима треба да разврстамо слова. Међутим, кључ није увек

дат, па је некада теже решавати анаграмне ребусе, више путем асоцијација и различитим комбинацијама слова.

2. Палиндромни словни ребуси су тежи за састављање и решавање па је број оваквих ребуса неупоредиво мањи од класичних (Тривунац 1998: 17). Као што се види у примеру, овај тип ребуса решава се читањем „отпозади“.



3.6.3.2.4. Остале врсте ребуса

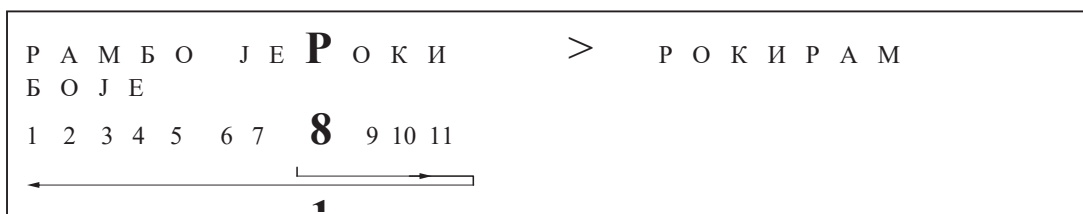
Од осталих ребуса које смо пронашли у изворима навешћемо још и повратне ребусе, разговорне ребусе, аритмогрифне ребусе, заповедне ребусе, ребусе са два решења (диребусе) и логогрифне ребусе.

1. Повратни ребус решава се као и класичан ребус, с тим што се добијена фраза чита другачије. Решење се добија читањем које почиње од неког слова унутар фразе која је произишла из поставке ребуса, при чему се она чита до краја, а затим се прочита онај део фразе који је у почетку прескочен. Нпр:



Разлика између примера 1 и 2 само је у томе што је уз први пример дата назнака од којег се слова креће („старт од“), а уз други пример

није, па се слободним асоцијацијама и комбинацијама може доћи до решења. Дакле, овде је битно показати да постоје повратни ребуси са ознакама о распореду или без њих. Ако разложимо ребусну фразу кренувши од 8. слова (96) и за њима надовежемо 9, 10. и 11, вратићемо се на почетак фразе и наставити са додавањем слова почев од 1. до 7. Графички то изгледа овако:



2. Ребусни разговор је специфична врста ребуса у којој се путем слике добија дијалогска форма у тексту. О томе говори следећи пример:



Нема нигде мале Маре (немани ГД, ЕМ але, М аре)
Боро вашу Мару пази (борова шума, рупа ЗИ)

3. Аритмогрифни ребус добија се на начин сличан као код анаграмних ребуса. Разлика је у томе што код аритмогрифних ребуса у кључу долази до понављања неких слова, па тако решење добија више слова од ребусне фразе.

Као што се види у већ навођеном примеру:



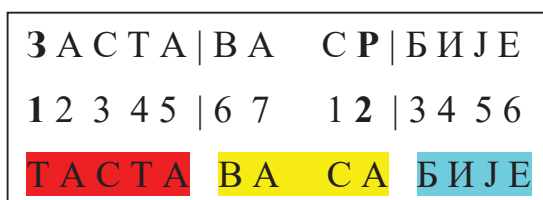
– решење (16 слова) је дуже од ребусне фразе (11 слова) за пет слова. У решењу се 2. слово (о) понавља два пута, 9. слово (а) три пута и 10. слово (н) три пута. У добијању решења помогао је кључ (5, 3, 7, 8, 10, 9 – 10, 2, 6, 9 – 1, 2, 11, 4, 10, 9).

4. У логогрифним ребусима у решењу треба изменити нека слова, а број тих слова дат је у самом ликовном приказу ребуса. Даље се путем асоцијација и

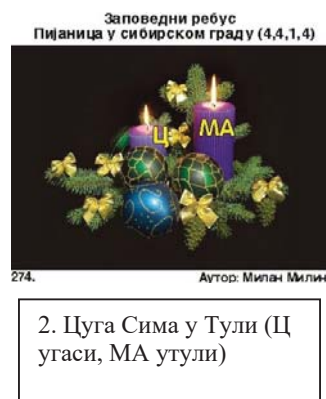
комбинација добија право решење. Овде доносимо два таква ребуса, у једном (А) добија се једно решење, док се у другом (Б) добијају два решења.



У примеру (А) треба заменити у првој речи 1. слово, а у другој речи 2. слово, што показује слика, и онда то разложити на три речи у расподели 5, 4, 4, па то графички изгледа овако:



5. *Заповедни ребуси* имају у себи интересантно ишчитавање. У њима доминира глагол, и то у заповедном облику, тј. у императиву, због чега су и добили такво име. Нпр:



Заповедних ребуса у грађи има највише од свих осталих врста (изузев класичних ребуса).

Оно што је могло да се примети код ових примера, као и код логогрифног примера под Б – јесте то да се јављају два могућа решења. То није карактеристика само ових ребуса већ и свих осталих, па се такви ребуси називају ребуси са два решења или *диребуси* (Тривунац 1998: 21). Структурална карактеристика овакве подврсте ребуса јесте та да они у поставци имају две асоцијације које директно упућују на два решења.

3.6.3.2.5. Закључак о ребусима

1. Ребус је загонетка у сликама, реч или мисао изражена сликама или знацима (које треба решити) место речима. У данашњем смислу речи, ребус представља врло атрактивну загонетку која не налази простора ни код енигматских аутора, али ни код уредника енигматских часописа. Ова загонетка у народу је још од памтивека живела и преносила се, а у наше време њена популаризација је сведена на минимум.

2. У зависности од тога да ли се ребус као законетка приказује помоћу слике и цртежа или само помоћу слова, бројки и специјалних знакова, ребусе делимо на *сликовне* и *словне*. У односу на сликовне ребусе, словни ребус је тежа загонетка што објашњава чињеницу да се аутори ребуса пре опредељују за сликовне него за словне ребусе. Док је код сликовних ребуса углавном распознавање слике, цртежа или радње која се врши, као и односа који су евентуално дати у поставци ребуса, код словних ребуса треба открити једну или више комбинација просторног односа, изгледа, величине, количине или боје слова представљених у поставци ребуса и све то може дати веома сложене релације.

3. Најпростија класификација била би она на сликовне и словне. Код словних уобичајено је да се уз поставку ребуса наведе и број слова речи које представљају његово решење, али свакако није страно ни да се уз ребус наведе и одређени текст који асоцира на решење. Наравно, овакве поставке не карактеришу само словне ребусе већ и сликовне. У подробнијим прегледима ребусе разврставају у различите групе: ребуси са словима азбуке, ребуси у боји,

ребуси са бројевима, ребуси без слова, знакова и бројева, ћирилично-латинични ребуси итд.

3.6.3.3. Општи закључак о енигматици

1. Ако су стрип и енигматика новинарство – а јесу – онда су то чудни и нада све необични облици новинарства. На први поглед они представљају игру, више примерену дечјем узрасту него одраслима. Али кад се мало удубимо у процес настанка и самог стрипа, а поготову укрштенице и ребуса. приметимо да иза игре стоји тежак истраживачки посао. По томе би ова делатност била класификабилна као истраживачко новинарство. Али у овој се области тек показује шта је све истраживачки материјал новинара, јер овде на прво место избија потреба истраживања језичке материје, и изградња језичких конструкција најнеобичнијих – у неким случајевима управо фантастичних димензија.

2. Сем језичке – и то је разлог што ову област медиолошке делатности ваља сврстати у новинарство – истраживању и стваралачком поступку изградње форми служи и слика – свакако на разноврсне и каткада специфичне начине. Ребус нпр. понекад има обресе сликовних представа који се граниче са карикатуром, али на посебан начин и у посебне сврхе. Стрип, на својој страни, сасвим подсећа на карикатуру и по ликовним представама којима се служи, и по начину њиховог пласирања.

3.7. ИНТЕРНЕТ

3.7.1. Увод

1. У *Великом речнику страних речи* (Клајн–Шипка 2008: s. v.) интернет дефинишу на следећи начин: „рач. светска компјутерска мрежа која путем сателита и телефона повезује мање компјутерске мреже и омогућава међусобну комуникацију његових корисника“. Савремена технолошка достигнућа – која су породила интернет и учинила широко доступном сваку информацију која се на мрежи појави, а коју продукују милиони корисника, као и могућност укључења сваког појединца у тај гигантски процес узјамног обавештавања – отворила су

и могућност новог погледа на свет, који у себи носи категорију виртуелног као нечег најнормалнијег и преко потребног за живот људи. „Виртуелна култура као и други појмови (виртуелна стварност, сајбер друштво, сајбер простор, сајбер заједница) означава скуп појава које су настале под утицајем нових информационих и комуникационих технологија“ (Ивановић 2006: 43). Виртуелна култура настаје само у технички одређеним условима и припада типу популарне културе која има веома великог удела у развоју начина живота, нарочито младих. Један од најзанимљивијих феномена који се јавља у оквирима виртуелне културе јесте померање граница између реалног и имагинарног. Па тако, виртуелна култура представља нову, вештачку реалност коју репродукују компјутерски системи и која се конституише само путем интернета.

2. „Интернет је нова комуникацијска технологија, хибридни медиј који комбинује аспекте штампе, телефона, огласне табле, приватних писама, радија, телевизије“ (Томић 2003: 209). Отуда се интернет може разумети као још један корак у еволуцији средстава масовне комуникације, који, уз штампу и новине, на посебан начин стапа вишеструке реалности и чини их доступнијим. Рођен је шездесетих година прошлог века, када је министарство одбране Сједињених Америчких Држава желело безбедну размену информација, у којој би компјутер могао да комуницира са компјутером путем постојећих телефонских линија. Шира употреба почела је 1990. године креирањем WWW (Word Wide Web)⁹², са атрактивним, данас познатим, интерфејсом⁹³ (Бојд 2002: 547) који је омогућио његову данашњу распрострањеност.

Од тада се промене одвијају муњевитом брзином и омогућују појединцима да шаљу поруке, коментаре, фотографије, видео и аудио записе из било ког дела света по веома ниској цени и на лак начин. Захваљујући

⁹² В.: Клајн и Шипка 2008 s. v. веб: 1. „рач. огранак интернета који чини скуп међусобно повезаних докумената у систему хипертекста, и којем се приступа преко почетне странице. 2. светска компјутерска мрежа која путем телефона и сателита повезује мање компјутерске мреже“.

⁹³ Интерфејс – веза између два уређаја или система, елемент на граници који омогућује повезивање и преко кога је омогућена комуникација (Вујаклија 1991: 349). – Исп. и: Клајн и Шипка 2008. s. v.: „[енгл. interface...] рач. део компјутерског програма који омогућава кориснику да се служи тим програмом. 2. веза између појединих делова компјутерског система, сучеље, међусклоп“.

интернету човек је у могућности да се диви шареним, далеким просторствима, да се упозна са културом било ког народа света, да комуницира, да научи језик, да путује. Са интернетом даљина губи значај и постаје премостивија него икада раније.

3. Међутим, са друге стране, интернет са собом доноси и негативне утицаје који, како се крећу кроз време, постају све јаснији и јаснији. Тако, Ст. Цоунс (2001: 25) наводи да „путем Интернета сви постајемо повезани у кибер-простору, али се безмерно удаљујемо једни од других чим не комуницирамо“. Он Интернет види као место где су „људи *међу* људима, али не и *са* њима“ (Цоунс 2001: 28), за њега је интернет „тихи свет у коме се сваки разговор куца на тастатури. Да би ушао у њега, човек напушта и тело и место и постаје биће сачињено од речи“ (2001: 31).

4. Интернет јесте у стању да прикаже најразличитије шкољке на далеким обалама великих и недостижних океана, али, са друге стране, не омогућује да буду додирнуте. Једино што човек може, јесте да их, можда, обоји у неку другу боју, да их повећа или смањи, али никако и да их понесе са собом. На тај начин, путем интернета се ствара илузија да је неко искуство доживљено иако и није забележено свим чулима. Тако се чулима ускраћује надражај и остаје само илузија. Верна илузија, идентична стварности, али ипак, само илузија.

3.7.2. УВОД У ИНТЕРНЕТ НОВИНАРСТВО

3.7.2.1. Опште напомене

1. Новинарство се као професија родило у тренутку када се друштво толико усавршило да су му били потребни хроничари чији задатак је био да бележе новитете који су се догађали услед сталног напретка. Кроз развој друштва, код човека се јавила жеља да сазна више, како о себи, тако и о људима и догађајима око себе. „Информација, као обавештење, порука, разговор, постала је неопходност савременог света – *јутарња и вечерња молитва хомо сапиенса који лети на Месецу*“ (Славковић 1973: 344). Штампарство је одавно престало да буде вештина јер је електроника са собом донела начин на који се слова лију сама од себе, једним јединим ‘кликом’, тј. додиром тастатуре. Са

интернетом и простор и време су савладани: штампа, извештавање и пренос информација уопште не зависе више од путовања, брзине и километраже пређеног пута, већ од тога да ли је један прекидач укључен или искључен. На тај начин, информација је данас постала доступна готово свима.

2. Зоран Станојевић, аутор текста *Места за све колумнисте*, интернет новинарство објашњава као: „Писање специјално за интернет, приређивање садржаја из других медија за интернет, додавањем хиперлинкова⁹⁴ који воде ка сличним садржајима или стављањем неке информације у шири контекст на интернету“ (Станојевић 2010).

3. Интернет је, својим присуством, једном заувек изменио једначину на којој је почивало читаво издаваштво. Како данас ствари стоје, интернет вести су готово неприметно постале свеприсутне. За подробнији извештај са више информација о неком догађају довољно је само ‘кликнути’ на дужу верзију, за информације о рату или некој теми која је раније била актуелна потребан је само један ‘клик’⁹⁵. Овакву претрагу у великој мери олакшава и посебан начин реализације и представљања вести у интернет новинарству.

3.7.2.2. Карактеристике интернет новинарства

1. Једна од основних заједничких особености свих интернет новина у највећој мери се огледа у предностима на којима почива интернет издаваштво.

а) Доступност информације јесте главна предност која одликује интернет новинарство у односу на традиционални вид новинарства. За само пар тренутака читаоцу онлајн издања је омогућено да о једној теми сазна не само из последњег броја, већ из свих бројева који су до тада изашли. Веома брза и лака претрага доводи до тога да свако може да нађе оно што га занима.

б) Поред тога што интернет издања имају исте рубрике као и штампана, њих одликује и постојање нових додатних рубрика које на најбољи начин могу да се презентују само на итернету. Наиме, углавном су то рубрике и текстови

⁹⁴ Хиперлинк успоставља хипертекстуалну структуру документа записаног у посебном формату, тако што омогућава да се повеже неки фрагмент текућег текста са неким другим делом тог, или, пак, неког другог текста (Вујаклија 1991: 983).

⁹⁵ Клајн и Шипка 2008: s. v.: „2. шкљоцање неког механизма (нпр. фотоапарата у тренутку снимања, компјутерског миша)“.

који у себе укључују одређене видео и аудио записе који чине идеалну подлогу прича на коју се односи текст. Ова могућност руши баријеру између интернет текстова и мултимедијалних садржаја.

в) Сами текстови у онлајн издањима нуде велике могућности првенствено због форме самог хипертекста⁹⁶. Тако да су ти текстови много дужи од текстова у штампаним издањима, што самим тим омогућава да већа количина информација буде представљена.

г) Пред тога, издавачи и аутори текстова су смелији, дозвољавају себи веће слободе у писању, јер је цензура интернет издања мања. То свакако пружа више могућности почевши од прикупљања информација, преко њихвог обликовања до самог излажења текста.

2. Свако интернет издање поседује и посебно место обезбеђено за писма и коментаре читалаца, што доводи до много боље комуникације између уредништва и читалаца, тако да је редакцијама омогућено да веома брзо добију повратну информацију и тако сазнају квалитет свог рада.

3. Такође, и насловна страна нуди многе могућности од којих редакције листова користе само неке. Тако, једна од најинтересантнијих карактеристика којом се и сам *Њујорк тајмс* (New York Times) послужио јесте информација са берзе која има своје место на насловној страни. Она се мења из минута у минут, у зависности од стања на берзи, што омогућава читаоцима овог издања да у сваком тренутку могу да добију информацију о стању деоница, уколико их то занима.

4. Оно што је велика предност интернета над традиционалним, штампаним издањима јесте могућност да се истовремено чита више чланака, као и више листова. Кроз један текст се може доћи до великог броја других текстова захваљујући везама (линковима)⁹⁷ које су саставни део сваког онлајн текста – хипертекста.

⁹⁶ В: Клајн и Шипка 2008. с. в.: „рач. скуп компјутеризованих метода којима је помоћу линкова и претраживача могуће с једног текста прелазити на други (као и на илустрације, звучне и видео записе итд.), на основу асоцијација које одговарају начину људског мишљења и памћења“.

⁹⁷ В.: Клајн и Шипка 2008. с. в.: „[енгл. link веза, спој] 1. радио-релејна веза која омогућава пренос вишеканалних телефонских веза, радио и телевизијских програма. 2. рач. на интернету у WEB презентацији интерактивно место које води ка другој WEB презентацији“.

3.7.2.3. Маркетинг у интернет новинарству

1. Са развојем информатике повећавао се простор који реклама заузима на интернету. Неодољивост интернета која привлачи рекламне компаније огледа се како у простору који он обухвата, тако и у лакој начину на који информација путује до људи. Интернет штампа представља идеални начин за преношење поруке. Читаоци електронских издања новина, при сваком отварању неке нове странице, излажу себе читавом низу реклама које се стално смењују пред њиховим очима.

2. На почецима интернет новинарства разлика између вести и рекламе готово да није ни постојала. И вест и реклама су биле у истом формату, а сами извештачи су се бавили рекламирањем као саставним делом посла, тако да је било готово немогуће повући границу између рекламе и вести. У то време, средином деведесетих година прошлог века, електронска издања часописа и новина била су препуна текстова који, поред тога што су говорили о одређеној теми, уз то су пружали и прегршт најразличитијих информација о новим производима, савета, најновијих понуда великих компанија. Онлајн текстови били су до те мере претрпани рекламама, да је било готово немогуће извући тему о којој говори чланак. Сви ти савети, препоруке, рекламе маркетиншких компанија замагљивале су основну нит текста.

3. У данашње време, у електронском издаваштву, чланак и реклама су јасније, али не потпуно, одвојени захваљујући хиперлинковима. Хиперлинкови могу да повежу новинску вест са неким сајтом за рекламирање, што у великој мери растеређује сам текст. Хиперлинкови стварају могућност да рекламу погледа само онај ко то жели, што на посебан начин доприноси лакшем кретању кроз текст. Међутим, и поред тога, неретко се дешава да је исти новинар аутор и самог новинског и рекламног текста, тако да је њему самом веома тешко да повуче јасну границу између рекламе и вести, зато што и сама реклама има све одлике вести. За то је потребан веома висок ступањ професионалности и стална свест о томе о чему се говори у чланку и шта је потребно пренети читаоцима.

4. Рекламирање у онлајн новинарству, као и рекламирање било где на интернету, увек мора да буде праћено добрим визуелним утиском. Код рекламе је визуелни утисак далеко важнији него код новинског текста (већ смо раније

истакли да је садржај у новинском тексту увек испред форме). Концепт рекламе је такав да се у њему садржај може скоро потпуно занемарити. Што се тиче садржаја, једино је битна порука на коју је потребно указати путем рекламе. Начин на који ће она стићи до читалаца питање је форме. И то је оно што у највећој мери разликује рекламу од новинског чланка. Због тога је за успешан новински чланак, који хиперлинком води до сајта који се бави рекламирањем, потребно установити и успоставити идеалну равнотежу између форме и садржаја, између текста и рекламе. А то је у данашње време све лакше захваљујући високим критеријумима које поставља велика конкуренција у онлајн издаваштву.

3.7.2.4. Судбина новинарства кроз инвазију блогова

1. Медијска индустрија се сваким даном сусреће са новим изазовима. Услед сталног напретка, интернет полако баца сенку на читав поредак на коме је почивала некадашња целокупна индустрија преноса информација. Сведоци смо новина која се више не читају линеарно, већ у складу са асоцијативним везама којих је сваки текст препун. Због тога се Давид Нордфорс, аутор текста *Раздвајање новинарства и медија*, са правом пита „Шта ће се десити са новинарством?“ (Нордфорс 2010). Интернет ствара велико, глобално, међусобно повезано тржиште, па би се тако могло претпоставити да он новинарству тако сада нуди највећу прилику. Међутим, није тако. Док је некада основни проблем новинарства био недостатак информација, данас је потпуно другачије. Интернет са својим широким могућностима нуди прилику апсолутно свакоме ко има компјутер и било коју вест да је саопшти читавом свету дословно из своје собе, путем блога⁹⁸, и тако постане новинар.

⁹⁸ *Речник енглеског језика Оксфорд* – блог дефинише као личну прибелешку коју неко поставља на свој сајт, а у којој износи мишљење, описује своје активности и дискутује о местима на интернету која је посетио: „Blog – a personal record that somebody puts on their website giving an account of their activities and their opinions, and discussing places on the internet they have visited“ (Хорнби 2006: 146). – В. и: Клајн и Шипка 2008. s. v.: „[енгл. blog, према (we)b мрежа, log дневник] рач. персонална страна на интернету, на којој аутор води својеврстан дневник са сопственим размишљањима и коментарима, често тематски оријентисан“.

2. Писање блогова (blogging), раширило се на интернет сајтовима брже него што је новинска индустрија успела да предвиди, тако да није стигла да развије стандарде који би важили за објављивање блогова. У таквим околностима, без икаквих ограничења и прописа, сами аутори блогова имају могућност и слободу да по сопственом нахођењу процене шта је дозвољено, а шта не. Због те велике шароликости аутора, и сами стилови чине читаву палету различитости.

3. Слобода која је пружена ауторима блогова огледа се у томе да они нису у обавези да било коме исказују лојалност. Наиме, и од самих коментара читалаца, који чине веома велики и битан део блога, не може се очекивати усклађеност у стилу и начину обраде теме, што ауторима блогова даје још већу слободу.

4. Истина је да је блог понекад идеалан алат за изношење вести и најпогодније средство за извештача да са другима подели информације; међутим, неопходно је истаћи и његове лоше стране. Наиме, веома велики број најразличитијих блогова који у себи носе прегршт информација доводи до тога да се скоро потпуно брише граница између истинитих и неистинитих вести. На тај начин је прекршен један од најважнијих критеријума који је неопходан за добро новинарство – критеријум веродостојности информација. Овим је потврђена констатација да свако може да објављује на интернету, али уз веома битну напомену да не може свако бити новинар.

5. Услед свих ових промена које се стално дешавају, новинарство полако престаје да означава професију и постаје чин. Иновације тако убрзано мењају околности на које су људи навикли, да сви остају збуњени наспрам великих размера новитета који свакодневно продиру у њихове животе и домове, услед тога губе се основне нити које су повезивале и означавале друштвене институције неког ранијег, сада скоро потпуно изгубљеног, друштвеног поретка. Новинарство више не представља поседовање штампарије, већ способност да се привуче пажња и опстане у условима у којима свако има право да објави, извештава и сматра сам себе новинаром.

3.7.2.5. Интернет новинарство у Србији

1. Улога интернета, као компјутерски подржане комуникационе мреже, како је време пролазило расла је и ширила се из државе у државу. На почетку трећег миленијума скоро све земље Европе чине битне карике у великој мрежи коју је интернет разapeо по читавом свету. У нашој земљи, међутим, ситуација је мало другачија. Наиме, тадашња Југославија се тек у фебруару 1996. године укључила на интернет, и то посредством Академске мреже и Беотелнета (Стојковић 2002: 232).

2. Данас у Србији има много медија, али са друге стране мали број новинара који би требало да их пуне садржајем у виду информација. Мали, готово ограничен, број електронских издања новина и часописа је годинама већ скоро непромењен. Тек по који часопис донесе свежину у онлајн издаваштво, али она је кратког века и пролазна као и сам часопис (Исто: 235). У нашој земљи присутне су презентације страних медија. Једине праве информативне интернет странице које се редовно одржавају јесу сајтови Б92 и РТС-а. (Доступно на: <http://www.blogodak.com/?search=naravno&page=380> [21. март, 2010]).

3. Интернет издања новина и часописа, код нас, предствљају само електронски облик штампаног издања, без икаквих промена и прилагођавања (уп.: Јовановић, И. 2017б: 135–150). По правилу, у нашем интернет издаваштву, нема додатног прилагођавања текста, текст се поставља на интернет такав какав је, чак се у великом броју случајева ни хиперлинкови се не обележавају, тако да је текст електронских издања у великом броју случајева идентичан тексту штампаног издања. Интернет издања пружају могућност да текст буде дужи, што и јесте пракса у великим компанијама онлајн издаваштва у иностранству. У Србији то није случај: док у иностранству репортери и новинари пишу две верзије текста – дужу и краћу, за онлајн и за штампано издање, у Србији се исти текст пренесе на интернет и ту остави, без икакве дораде или проширења.

4. Позната је склоност српских новинара ка колумни као омиљеном облику интернет изражавања, па зато и не чуди велика популарност блогова међу новинарима. У овом тренутку и стању српског новинарства блогови су једини облик онлајн новинарства који има шансу да траје у нашој земљи.

3.7.2.6. Практични приказ

3.7.2.6.1. Електронско издање дневног листа *Политика*

1. Лист *Политика* је дневни лист који има најдужу традицију на Балкану. Први број је изашао још давне 1904, 25. јануара. Од тада свакодневно излази, уз два кратка прекида за време ратова. Данас је то дневни лист веома високог тиража, што значи да је успео да одржи традицију свог штампаног издања.

2. У електронском издању ових новина налазе се једино рубрике штампаног издања, али не потпуне (доступно на: <http://www.politika.rs>). Уредници врше селекцију текстова из штампаног издања и само неке уврштавају у електронско. Тако недостају рубрике као *Дечја страна*, *Ноћни деск...* Такође додаци којима се овај лист у штампаном издању може нарочито похвалити, због њихове разноврсности и занимљивости, не налазе своју целокупну верзију на интернету. На пример, *Магазин*, и сви други додаци се не могу у целини читати онлајн.

3. Насловна страна листа *Политика* на интернету представља праву насловну страну једног интернет листа. Наиме, она пружа могућности за сазнавање информација о тренутној температури, о курсној листи, као и могућност прегледа верског календара, што уноси одређени тон архаичности, на којој, због своје дуге традиције, и почива читав лист.

4. Нарочито истицање текстова који су означени као *тема дана* добија своје посебно место на насловној страни кроз јасно истицање наративног сижеа тих текстова. На тај начин се пажња читаоца веома лако усмерава на детаље које је одабрало само уредништво листа. Садржај се објективизира кроз читав лавиринт смерница које наводе читаоца да листа, отвара и претражује читав лист, али не помоћу хиперлинкова (који и јесу основна карактеристика интернет текста) већ помоћу асоцијативних веза, у виду ситних подналова, које прате основни текст. Листање новина и стално отварање нових текстова и вести доводе до тога да враћање на почетну, насловну страну постане неопходно.

5. Календарски организована архива нуди могућност лаког и брзог сналажења кроз старије бројеве овог листа, али уз битну напомену да је веома краткосежна. Наиме, омогућава прелиставање старих бројева само од 2. јула 2006. године, што у великој мери сужава разноврсност текстова. Такође, архива

је конституисана тако да је немогуће о једној теми сазнати из више бројева одједном, већ захтева стално поновно прелиставање читавог листа у потрази за одређеном темом.

6. Велику погодност која се пружа читаоцима овог издања чини простор на коме се смењују најновије вести о догађајима који су се десили по закључивању штампаног издања (што значи да је њих могуће прочитати само у онлајн верзији до издавања новог, следећег штампаног броја листа). Тај простор је решен у виду линка у облику траке која се налази испод самог натписа имена листа. Трака је црне боје што у великој мери има експресивну улогу која имплицира актуелност, и на тај начин не може остати незапажена. То су вести које на стилском плану карактерише посебан поступак. Наводимо један пример⁹⁹:

Tanjug

11:32

PEPEO SA ISLANDA PRIZEMLJUJE I VOJNE AVIONE

БЕЏ – Затварање ваздушног простора изнад Аустрије, које се најављује за касно после подне, важиће и за војне авионе.

Kada oblak sa pepelom iz vulkana sa Islanda bude prolazio preko vazdušnog prostora Austrije sve voјne letelice biće prizemljene, saopštilo je Ministarstvo odbrane Austrije.

Mogući izuzeci biće samo, u slučaju potrebe, helikopteri i to samo u niskom letu, pod uslovom da postoji odgovarajuća vidljivost.

Zbog opasnosti uticaja pepela na borbene avione „Eurofajter“, oni će biti prizemljeni od 19 časova na severu zemlje, a od 20 časova u celoj Austriji.

Prema saopštenju Ministarstva, ova mera neće mnogo uticati na aktivnosti voјske, jer petkom uveče i inače nema mnogo voјnih letova. Voјska nije zabrinuta ni za moguće povrede vazdušnog prostora Austrije, jer ako austriјski voјni avioni ne mogu da lete, ne mogu ni други.

7. Наведени текст има само један задатак: да пренесе основну бит информације и уз то само оно што је кључно за њено разумевање. То је вест која своју тематику заснива на једном једином принципу, а то је принцип актуелности. Наиме, оваква вест мора бити актуелна, односно „свежа“, још увек необјављена у другим медијима, па у себи носити тон новог као основну своју карактеристику. Преношење овакве врсте информације мора бити брзо и тачно,

⁹⁹ Преузето са: <http://www.politika.rs/vesti/najnovije-vesti/index.1.sr.html#v131381>, 15. април 2010.)

али са друге стране не и преопширно, из простог разлога што ће та информација већ добити свој потпуни облик у следећем, регуларном, било штампаном било онлајн издању.

8. Обрада велике масе информација у овом случају почива на принципу економије израза, по ком се све сувишно одбацује, а све кључно истиче на посебан начин, не дугачким синтагмама, описима или препричавањима већ комуникативно нарочито експресним и ефикасним изразима. Чињенице укључене у читав комплекс велике теме о облаку прашине постају повод за настајање кратког текста о забрани летова војних авиона услед слабе видљивости.

Јасноћа као основна одлика оваквог стила темељи се на самој структури овог текста. Степен јасноће је постављен веома високо: структура почива на кратким исказима без сувишних стилских фигура, непотребних епитета (користе се само они који су неопходни за преношење тачног приказа ситуације: низак лет, одговарајућа видљивост)... Овако постављен систем низања концизно обликованих израза може се посматрати као склоп математичких кодова који негују хладну јасноћу без икаквих емоционално обојених проширивања – која почива на беспрекорно прецизном систему преноса информација. Оно што је од значаја за саопштење вести нашло је своје место у тексту, док све оно што би на било који начин допринело само додатном објашњењу већ реченог није укључено у ову новинску вест.

9. Временска димензија догађаја на који се вест односи може се сагледати у веома малом оквиру, што тему чини временски непосреднијом. Носиоци главних смерница које обележавају окосницу сижеа текста могу се сместити у непосредну прошлост, па и садашњост која на идеалан начин карактерише актуелност.

3.7.2.6.2. Електронско издање дневног листа *Блиц*

1. Дневни лист *Блиц* представља најтиражнији дневни лист данас у Србији. Његовом великом тиражу доприноси и добро организована интернет страница (оступно на: <http://www.blic.rs>), која не представља само другу форму штампаног издања, већ у великој мери (не потпуно, али у великој мери) промењено и прилагођено штампано издање.

2. Наиме, већ са самом насловном страном читалац је уведен у свет електронског издаваштва. Густа, шаролика мрежа визуелних утисака оставља снажан утисак већ при самом отварању оваквог издања ових дневних новина. Временска прогноза (која се мења у складу са временом), курсна листа и дневни хороскоп прате сваку активност омогућавајући тако стални приступ тим информацијама.

2. Амбијент насловне стране и читавог листа у електронском издању је учињен необичним због нових призора који се стално смењују пред очима посматрача и тако на њега делују као носиоци виших вредности.

3. Веома је карактеристичан и начин конституисања архиве. Наиме, архива није организована на класичан, календарски начин, по коме се одабиром датума добија издање листа тог дана, већ на нови, веома практичан начин који почива на асоцијативним сноповима. Доминантна реч, лајтмотив текста који се чита, изазива снап асоцијација у више смерова, од којих сваки води ка неком новом тексту. Такав начин организације подсећа на хипертекст, али он то још увек није. Док се у хипертексту смернице, односно асоцијативне речи у облику линкова налазе у самом тексту, дотле су у текстовима овог дневног листа оне распоређене ван основног текстуалног дела, али са јасним и добро маркираним знацима. Таква структура је добро организована, и у њој компоненте једна другу подржавају и у савршеном су складу, па једна без друге не могу да постоје. Тако, уколико читамо неки чланак о на пример неком спортском догађају, поред тог чланка ће се отворити још многи, из неких ранијих бројева, чија се основна нит подудара са основним смерницама чланка који смо одабрали.

3. Без икакве селекције рубрика из штампаног издања, онлајн издање нуди и нове могућности. Наиме, у онлајн верзији овог листа омогућено је истовремено прелиставање свих додатака који током недеље излазе, без обзира на дан њиховог излажења. *Блиц Плус*, додаток *Жена*, са својим посебном додатком под називом *Љубавни роман*, постављени су у свим бројевима одмах на саму почетну страну, што у великој мери олакшава сналажење.

4. Такође, електронско издање дневних новина *Блиц* у великој мери користи могућности које сам интернет пружа. Наиме, тренутно актуелне, најновије вести (којих још увек нема у штампаном издању) прате апсолутно сваку страницу која се отвори. Поред њих сваку страницу прате и вести које су

најчитаније, као и оне које имају највише коментара читалаца. Такође, опција 'галерија' омогућава бржи преглед слика како из последњег, тако и из ранијих бројева. Поред тога, у оквиру опције 'видео' могу се погледати снимци који се односе на штампане текстове и који тако појачавају и утврђују утиске доприносећи да се створи потпуна слика догађаја на који се односи новински чланак.

5. Већ је раније назначено да је колумна омиљени облик интернет извештавања код нас, па зато је и посебан простор који је *Blic online* одвојио за писање блогова једно од најпосећенијих места на интернету. Детаљан попис свих људи који објављују блогове, добра организација простора – текстови су разврстани по темама, доприносе томе да је интересовање за овај вид новинарства веома високо.

6. Такође, уз сваки текст објављен на сајту ових новина постоји посебно место за коментаре, који са великом прецизношћу осликавају начин на који информација, пренесена овим медијем, допире до реципијената. Тако посматрајући коментаре читалаца може се стећи утисак о томе на који начин типологија одабира теме утиче на читалачку публику. То се идеално објашњава из следећег примера:

<http://www.blic.rs/Zabava/Vesti/184763/Ovo-je-lepa-prica-o-Vasi-Ladackom/komentari#ostali>,
14. април 2010)

„Ovo je lepa priča o Vasi Ladačkom
Aleksandra Držaić | 13. 04. 2010. - 00:02h | [Komentara: 232](#)

Rediteljski prvenac Đorđa Balaševića premijerno će biti prikazan 19. aprila u Novom Sadu i 20. u „Sava centru“ u Beogradu. Film „Kao rani mraz“ dugo se krčkao u porodičnoj producentској kući „Salayka“ i sada je spreman za prikazivanje. Reditelj, koji je napisao i scenario i muziku, na kraju je složio priču o najslavnijem Vasi u Vojvodini u dva i po sata filma.

Film „Kao rani mraz“ neće izneveriti sve one koji vole baladu o Vasi Ladačkom, tvrdi Balašević.

Čuli smo da priča o Vasi Ladačkom neće biti tužna... Kakav nas film očekuje?

- Hej? Podsećam vas da pričate s likom koji je napisao „Sve prave su ljubavi tužne...“, a Vasina ljubav je prava, to smo se valjda dogovorili? No, dobro, bili smo u stvari isprovocirani da se upustimo u ovu avanturu, pojavile su se lopine koje ne krađu više samo stihove i ideje iz pesama, nego su počeli da marišu i glavne junake, pa smo to želeli da predupredimo. Ukratko, oni koji vole tu baladu, neće biti iznevereni, a onima koji je ne vole, stvarno ne mogu pomoći...

Poslednje dve godine imali smo priliku da gledamo dve serije o Vojvodini - „Jesen stiže“ i „Sva ta ravnica“. Da li ste ih gledali i šta o njima mislite?

- Iz prvopomenute serije video sam nekoliko kadrova, tek koliko mi se zaglavilo dugme na daljinskom, ali možda i grešim jer to što sam usput video i nije imalo veze sa Vojvodinom? Za drugu seriju sam čuo, ali bojim se da je emitovana diskretnije nego što je najavljivana, tako da, nažalost, nisam uspeo i da je vidim. Jednom prilikom ste rekli da u ovoj priči ima i pomalo jugonostalgijske jer Vasu Ladačkog znaju i u Mostaru, Ljubljani, Splitu...

Da li ste zbog toga imali odličnu ekipu glumaca koji potiču iz bivše Jugoslavije?

- Vasa se odavno oteo i nastavio da živi nekim svojim životom, krišom je stizao tamo gde niko odavde jedno vreme nije smeo, tvrdoglavo ostajao u gradovima iz kojih su svi drugi pobegli. Dugo već nemam starateljstvo nad njim. Smatraju ga svojim gde god ga razumeju bez titla, nailazim na njegove tragove čak i na kontinentima na koje kročim prvi put, citiraju mi ga šapatom iz mraka, njegovim rečima krite narodnjačke refrene. Šerbedžija, Mustafa, Mira Banjac, Meto Jovanovski, svi ovi divni klinci i mi, samo smo zajednički prijatelji tog probisveta. I svaka čast bivšoj Jugoslaviji, ali da je vredela, ne bi bila bivša. I u navedenom društvu osećam se suviše moćno da bi[h] se merio prema njoj...

U filmu ćemo čuti Georgija Zamfira na pan-fruli, koji je odsvirao naslovnu numeru za film „Bilo jednom u Americi“ i Martu Šebešćen koja je poznata po numeri iz filma „Engleski pacijent“. Kako je došlo do saradnje s njima?

- Polaskan sam pristojnošću kojom su Marta i maestro Zamfir izvezli svoja imena na skromnom rubu tog šarenog svatovskog peškira, na ono malo preostalog mesta koje smo im ponudili. Nažalost, nisam mogao ni slutiti da će Moj Producent na zahtev da mi nađe nekog s glasom Marte Šebešćen dovesti upravo Martu Šebešćen, a za „tonove koje bi mogao odsvirati jedino Zamfir“, onda obezbediti Zamfira lično? Sasvim je sigurno da oni zaslužuju daleko više prostora, ali sad je i potpuno sigurno da oni znaju tajnu kojom se i najmanji prostor čarolijom pretvara u veliki. A Olivera je jednostavno iz iste bajke s njima i samo zato su se tako lako ukrcali na leteći ćilim njenog entuzijazma. Uzgred, ja tu ni ne falim puno. Sve negde do špice...

Glumci su u šali rekli da će vas na premijeri predstaviti kao reditelja koji se na početku karijere bavio muzikom. Kako vam je izgledao rediteljski posao?

- Tridesetak godina sam na sceni, pa ipak još nikad nisam sebe nazvao muzičarem, tako da me ni to što sam radio na jednom filmu neće zablesaviti da se sad proglašavam rediteljem. Među nama budi rečeno, rediteljski posao mi uopšte nije izgledao kao posao, a moja strogost je poslovično prikrivena, kao mina sa odloženim dejstvom, mislim da je na neke tek ovih dana dejstvovala.

Ko je do sada pogledao film i kakvi su komentari?

- Poneki saradnik, poneki prijatelj, ne puno njih. I komentari su suviše pozitivni da bih se usudio da ih smatram objektivnim, pa samim tim i navedem...

[Mika](#)

Sreda, 14. 04. 2010. 00:01h

Ma mnooooooooooooooogo je, kume mnogo je!!!! A ovo je kao njegov Novi Sad, njegov grad... Ja ga zaista volim, postujem i obozavam njegove pesme i jedva sam cekala da se film pojavi, ali sada kada vidim koliko je karta, jako sam se razocarala ://

[grbavica021](#)

Utorak, 13. 04. 2010. 17:54h

Sta se cudite? Da ste bili na njegovim koncertima, da ste slusali viceve i sale izmedju pesama.....razumeli bi ste sta on ovim hoce da kaze. Lako je okriviti ga.....Balasevic je boem koga je, za mnoge, tesko razumeti. Ocigledno covek ne voli granice i ne bira strane.....mozda cak i treba ponesto od njega da i naucimo. Djole je za sve nase

muzicare legenda....to stoji. Ko od nasih moze da uradi ono sto on radi? Da puni tribine gde god da peva....Da li je to Hrvatska, Slovenija, Srbija.....nije bitno.

7. Текст је интервју са Ђорђем Балашевићем поводом премијере његовог филма *Као рани мраз*. Текст интервјуа се може пратити и на основу карактеристика класичног интервјуа (успешно вођење дијалога, конкретна питања која се на прави начин односе на тему, кратки одговори који довољно образлажу). Из тог угла посматран, ово је један веома успешан интервју који се у електронском издању ни мало не разликује од своје штампане верзије у *Блицу*.

8. Коментари се од самог текста на основу кога су настали, стилски много разликују, али оно што их нераскидиво повезује јесте тема на коју се односе. Текст је сам по себи довољан да би се добиле информације о теми; међутим, права, потпуна слика свих догађаја који се односе на тему текста може се схватити само на основу додатног читања и самих коментара. Могућност остављања коментара на било који прочитани текст (што је једна од предности интернет издаваштва) у великој мери доприноси стварању јасног оквира око теме која се обрађује. Што више читалаца дође у додир са текстом, коментари ће бити разноврснији, али и сама тема и начин њене обраде условљавају квалитет коментара. Интересантан и професионално написан текст привући ће већи број читалаца који могу својим мишљењем у виду коментара употпунити основни облик новинске вести.

9. На плану стилистике изворни текст се одликује далеко већом прецизношћу израза и професионалношћу форме од самих коментара. Богатство лексике и синтаксе као и прецизност граматике основног текста углавном се не могу наћи у самим коментарима. Коментари се реализују кроз велику разноврсност аутора. Сваки такав текст представља особиту организацију и структуру, довољно продуктивну да у себи садржи одређени став аутора. Основна одлика коментара и јесте та разноврсност како стилске тако и тематске реализације.

10. Сваки од аутора коментара има потребу за оптималним узајамним разумевањем од стране других читалаца. Практична комуникацијска функција речи у овим текстовима не добија никакву надградњу; она заправо и остаје таква каква јесте, основна функција речи без вишег смисла. Тај виши смисао речи који се у овим текстовима углавном избегава само би допринео

замагљивању основне нити која повезује све коментаре заједно са новинским текстом, око кога настају, у једну целину.

11. У првом коментару који је овде приказан можемо пронаћи једну од основних њихових карактеристика. Наиме, са сигурношћу се може констатовати да коментаре о одређеним темама постављају читаоци који се углавном разумеју у те теме. Тако у овом примеру у основном тексту интервјуа ни на једном месту није поменута цена улазнице, а основна тема овог коментара је управо то, што значи да је аутор овог текста унапред био упознат са ситуацијом, па га тако, та констатација ставља у ред познавалаца теме коју коментарише. Наравно, читајући даље коментар само се нижу потврде тврдње, аутор коментара и сам наглашава своју упућеност у тему.

Тон којим одише стил читавог текста може се сместити изван граница традиционалног новинарског стила. Узвик на самом почетку доприноси обилажењу професионализма и појачава утисак необавезног. Облик вокатива колоквијално употребљен на самом почетку коментара може се сматрати једним од главних маркера како тона у ком текст треба читати, тако и угла из кога би овај текст стилски требало посматрати. Наиме, то је узвик читалаца. Узвик у облику израза који представља реакцију људи због цене улазнице, израз који није дорађиван, на било који начин стилски обогаћиван нити цензуриран, то је израз који се просто отео из грла у првом тренутку сазнавања информације, и то је оно што на веома посебан начин обележава овај коментар уносећи у њега живост. Све ово иде у прилог природности обраде теме, као једној од основних карактеристика коментара.

12. Други коментар који је овде представљен може се посматрати као нова микроцелина у великој макроцелини текста читавог интервјуа. У овом коментару на идеалан начин се може сагледати слободна употреба интерпункције, као још једна од карактеристика коментара. Наиме, читав текст овог коментара је просто маркиран паузама. То су паузе које се веома слободно распоређују кроз читаву структуру текста. Скоро у свим случајевима то су места на којима и нема граматичког разлога паузама, али аутор као да је желео да се на тим местима посебно задржи на нарочити начин истичући значај речи које следе. Та посебно наглашена места су констатације које се тичу како самог текста интервјуа, тако и претходних коментара. Из овог примера се може закључити да се употреба интерпункције у коментарима читалаца веома

разликује од њене традиционалне, правописом утврђене употребе у самим новинским текстовима – у коментарима сфера њене употребе се у великој мери проширује, наиме постаје и практична. Наравно, у све ово треба укалкулисати и степен познавања правописа од стране писаца коментара – који је врло шаролик.

Тематски посматрано, други коментар се може сматрати одговором на први, тако да у целини узевши ова два коментара чине две стране исте приче, две супротстављене стране, али које су тако постављене да једна без друге не би могла да постоји, односно не би имала своју функцију на овој страници овог онлајн издања.

13. И тако, након читања коментара уз основни текст интервјуа може се стећи потпуна слика о теми коју обрађује новински текст. Негативни коментар супротстављен позитивном на прави начин доприноси заједничком осликавању шароликости читалачке публике и различитих начина на које иста информација бива схваћена код различитих профила читалаца, а такође, и веома јасној слици слободнијих граница у којима се креће писање коментара у односу на оквире новинских текстова. Та разноврсност различитих стилова, форми, тема које се могу пронаћи само у коментарима, у великој мери доприноси квалитету штампе која је доступна за читање путем интернета.

Но кад је реч о интернету као форми новинарске комуникације – ова у том медију добија невероватно проширење и несагледиве димензије, попримајући облик општег колективног дијалога.

3.7.2.7. Закључак о интернету

1. Интернет новинарство настало је у тренутку када је људско друштво достигло тачку толике развијености у којој је себи обезбедило све кључне техничке погодности за употребу, као и услове за даљи развој, и од које је кренуло да те погодности још више усавршава. Интернет као медиј у себи садржи комбинацију писаних медија и телевизије, тако да и интернет издаваштво подразумева комбиновање писаних и аудио и видео записа. Због тога се новинарство на интернету може сматрати далеко комплекснијом појавом него што је то случај са новинарством које прате штампани медији.

2. Такође, сам начин организовања текста у онлајн часописима и новинама далеко се разликује од текста штампаних издања. Наиме, основна карактеристика текстова који се могу читати у онлајн штампи јесте нелинеарно писање у више равни, означено као хипертекст-хипотекст. Такав текст почива на сложеној структури која подразумева густу мрежу линкова који се појављују у виду асоцијативних веза када се у тексту за то укаже прилика. Ти линкови представљају смернице на основу којих се може кретати из текста у текст, и на тај начин долази до преплитања више различитих текстова у којима је читалац у улози аутора јер сам конституише текст који ће прочитати.

3. Анализа примера интернет новинарства дозвољава закључити да овај принцип организовања комуникације на интернету није у већој мери спроведен у текстовима онлајн издања новина и часописа у нашој земљи, што показује велику неискоришћеност могућности које пружа интернет. Са друге стране, посматрајући насловне стране електронских издања може се устврдити да су оне организоване на принципима које прописује интернет издаваштво, што се може сматрати великом предношћу у односу на штампана издања.

4. У области стилистике интернет новинарству у основи пружа све основне карактеристике које одликују добар новинарски текст. Посебно истицање садржаја испред форме, а уз то бити први и тачан у информисању јесте добитна комбинација која гарантује успех. Али на другој страни, могућност коментарисања отвара поље најразноврсније језичке комуникације, која дозвољава испољавање свих моралних и других квалитета коментатора, као и познавања језика и писменог израза.

5. Данас у Србији има много медија, али са друге стране мали број новинара који би требало да их пуне садржајем у виду информација. Мали, готово ограничен, број електронских издања новина и часописа је годинама већ скоро непромењен. Тек по који часопис донесе свежину у онлајн издаваштво, али она је кратког века и пролазна као и сам интернет у целини.

6. Једине праве информативне интернет странице у нашој земљи које се редовно одржавају јесу сајтови Б92 и РТС. Но сем презентације листова и часописа постоје и самостални, слободни облици интернет комуникације. Ту се најпре сврставају ставови и мишљења читалаца поводом новинских написа, али затим и објављени општи, политички и други – већином лични ставови о најразличитијим питањима, који у правом смислу демонстрирају јавно мњење.

7. Језичка и стилска пракса у нашем новинарству у целини може се сматрати само условно контролисаном, јер нема ни законских прописа ни утврђених обичаја којима би била регулисана та важна област културног живота. Интернет, са своје стране, у којем је слобода израза апсолутна – и садржај написа, као и језик и стил, неограничено лавирају између књижевнојезичког узуса и колоквијалног, често вулгарног и шатровачког језичког израза.

8. У крајњој инстанци, предности интернет новинарства су многе, а пре свега су садржане у чињеници да се сваког тренутка појављују нове опције, нове могућности које од овакве врсте новинарства чине чврст основ напретка који ће једног дана, сигурно, довести до тога да штампано издаваштво, и новинарство које је ограничено само на штампане медије, буде потиснуто, а можда и потпуно заборављено. Ово наравно све под условом да и образовни и општи ниво популације са временом расте и достигне ниво пристојне комуникације, а техничке могућности на адекватан начин искорићаване...

4. ОПШТИ ЗАКЉУЧАК

4.1. О ПОЈМУ ЖАНР И О ЖАНРОВИМА У НОВИНАРСТВУ

1. Теорија жанрова данас обухвата књижевност, новинарство, науку итд. За свој предмет има проучавање конкретних остварења. Наука је систематско и поуздано сазнавање стварности, тј. описивање, објашњавање, проверавање. Корен речи „жанр“ (фр. genre) јесте врста, род, па је жанр – као ознака врсте – разликовна категорија. Књижевним родовима се обухвата подела књижевности, а врши се на основу општих особина књижевних дела. Основни жанрови у књижевности јесу: лирика, епика и драма. (Постоје и друге: народна и уметничка поезија и проза, те и фикционална и нефикционална). Лирику чине дела умерене дужине у којима се конкретизује једно осећање стварности; лирски субјект – тумач песме; монолошки говор; говор у стиху или лирска проза; време доживљаја је бескрајно. Епика обухвата краће и дуже форме; дужина зависи од предмета; наратор не износи емоцију и не успоставља емоцију, говори објективно; приповеда полифоно (чује се више гласова). Драма се манифестује у два вида: као текст и позоришна представа.

2. У новинарству – сем жанровске диференцираности, а и пре ње, постоји подела новинских текстова према рубрикама: спољнополитичка, унутрашње политичка, спортска, привредна, културна итд. У Америци разликују две врсте жанра: news (информативни) и story (интерпретативни), у који спадају остали жанрови: вест, извештај, колумна, есеј и др. У Европи теоретичари издвајају три категорије: фактографски, аналитички и белетризовани. Према новим схватањима, издваја се седам новинарских жанрова у ужем смислу речи: вест, извештај, коментар, интервју, репортажа, фелтон и чланак. Новинарство у ширем смислу обухвата низ забавно-поучних и сличних облика. Владајућа класификација у глобалној расподели обухвата више жанрова, који се групишу у четири основне групе: информативно-интерпретативни и интерпретативно-дијалогски, интерпретативно-критички и хумористички.

3. Ми прихватамо опште мишљење истражвача, али са нешто измењеним класификацијама. Сем тога, ми смо се каткада дотицали и општих теоријских

питања у функцији објашњења општег и посебног појмовног система неопходног за аналитички приступ тематици.

У прегледу новинских врста пошли смо од општих и језичко-стилских особина текста, па смо за основу класификације узели разлику између правих и осталих новинских текстова. Кренули смо, према томе, од штампе као кључног појма, а завршили са тзв. интернет новинарством. Изостала је класификација и интерпретација која би била функционално стилистичка, и која би за услов имала нпр. дистинкцију 'озбиљног' и 'забавног', одн. ревијалног новинарства, итд. То је широка област која захтева нешто друкчију истраживачку методологију и обраду грађе, а није честито ни начета.

Новинарство смо окарактерисали као *умеће*, идући за теоријским поставкама Ј. Јовановић (2010). Значи, није новинарство уметност, а није ни занат. Новинарство је друштвена делатност слична политици (из чијег је крила поникла), затим просвети, науци итд. Ту наравно спада и уметност, чија искуства, као и искуства других поменутих активности, бивају уграђивана у новински текст. Новинарство у ново доба доживљава брз успон и осамостаљује се у делатност посебне врсте – која обухвата како сазнајне процесе, тако исто и све врсте забаве и игре. Гигантски технички напредак у најновије време омогућио је неслућено проширење информатичке технике, и настанак свеобухватног интернета, у чијим се оквирима развија и посебан тип новинарства.

4.2. МЕТОДОЛОШКЕ НАПОМЕНЕ О МЕДИОЛОГИЈИ

1. Наслов овог рада настао је под упливом књиге Режиша Дебреа *Увод у медиологију*. По њему – комуникологија као дисциплина која се бави питањима друштвених односа у процесу споразумевања недовољна је да објасни све појаве које се дешавају на том плану. Медиолошки приступ нужно обухвата ширу проблематику: не само трансмисију идеја и интерпретацију стварности у том контексту, већ и атмосферу у којој се трансфер догађа, и стања друштвене свести који овај производи. Медиологија је, према томе, општа културолошка подлога комуникологије, публицистике и новинарства.

4.3. ПРЕГЛЕД НОВИНАРСКИХ ВРСТА

1. У првом одељку излагања о врстама обрађене су форме *правих новинаских текстова* (вест, извештај, коментар, чланак, белешка и сродне врсте, књижевна критика, приказ, рецензија, карикатура); у другом су одељку анализирани *посебне новинске форме* (интервју, конференција за штампу, округли сто, анкета, изјава); у трећем – *прелазне форме* (репортажа, кратка прича и цртица, фељтон, роман и прича у листу); четврто поглавље посвећено је *мешовитим формама* (портрет, сталешке форме, некролог), у петом су *маркетиншке форме* (новински огласи, рекламе); у шестом *периферне форме* (стрип, укрштенице, енигматика); и у последњем седмом *интернет новинарство* (интернет комуникација у новинарству, интернет новинарство). Анализом грађе добили смо чињенице које су послужиле за опис особина свих врста и подврста. Свако поглавље завршава се кратким сумарним текстом у којем се своде резултати расправе. У овом закључку ћемо укратко пренети садржај сваког од тих завршних разматрања.

2. Новинским облицима, пре свега оним које смо назвали правим новинским текстовима, јавност упознаје са током догађаја или појава (чињеница живота). Новинар се труди да одговори на уобичајена питања: ко, шта, где, када, како или што и, евентуално, одакле потичу подаци и каква је перспектива (чињенице). Али новински текст мора да поседује и друге елементе. То су: новост, актуелност, истинитост, важност или занимљивост, да буде кратак, односно дуг управо колико је неопходно и, најзад, да буде језички чист и коректан, поштујући основне принципе новинарског писања. Уопште, за све новинарске врсте важи правило: сваки напис мора да буде, пре свега, информативан.

3. Новински текст се, углавном и најчешће, састоји из три дела: а) глава или експозиција, б) тело или труп и в) закључак или поента.

а) Глава, или експозиција, или увод је онај део коментара, белешке, осврта, чланка, друштвене хронике, рецензије итд. у којем се износи неки догађај, или појава, или нечија изјава, као повод, објашњење настанка тог новинарског облика. Коментар је тек онда оправдан ако је погођен у право време, и ако његова реч одигра извесну улогу у друштву. А то ће бити само уколико се изабере, пронађе, чак 'ископа', истински значајна тема; о теми је реч

у експозицији, и то тако што ће одмах бити јасно шта аутор жели да каже, докаже или да као дилему изнесе пред суд јавности.

б) Средњи део јесте тело, или труп, или заплет, као у драми. У њему се износе чињенице које говоре у прилог једне или друге тезе, са тенденцијом да саме те чињенице већ наговесте закључак, који ће неминовно следити.

в) Закључак или поента последњи је део. Закључак мора бити разложит и трезвен уз избегавање прејакних речи и обрта.

4. За успешну новинарску комуникацију од битног су значаја језичко-стилска средства. Као посебан језички систем – новинарски стил прилагођава се потребама јавног информисања: избором предметности и избором знакова за приказивање изабране предметности. Као део стваралачке праксе – остварује значајну језичку и стилску ширину, покривајући целокупну предметност савременог живота и задовољавајући интересовања широког круга читалаца. Као најчешћа лектира масовног читаоца – утиче на промену става корисника или на утврђивање постојећег. Као самостална језичка и стилска категорија – новинарски стил утиче на општу писменост, језичку културу и укљученост у систем информисања.

5. Представу о новинарском стилу не можемо стећи на основу неке готове теорије, или позајмити из теорије књижевности, већ на основу грађе из написа новинара, на основу неких конвенција које владају у стилу једног новинара, или групе новинара, или новинара уопште у одређеном раздобљу и у одређеном медију (штампа, радио, телевизија). Смисао проучавања новинарских порука огледа се у првом реду у њиховом описивању и сређивању језичких средстава с обзиром на њихову информативну, едукативну и рекреативну функцију, и с обзиром на њихов значај у друштву.

4.3.1. О вести

Вест смо схватили као кључну форму новинарске речи. Она садржи податке о предмету, кратак опис догађаја или сл., а новинар се максимално уздјава од изношења сопственог става. садржај се износи по одређеном редоследу, који је карактеристичан за новинарски текст. Наслов објављује најважније чињенице, затим долазе остале према значају и интересу који буде код читаоца. Кад је реч о ефицијентности исказа треба да важе начела доброг

стила. Ту долазимо до парадоксалне тврдње да се треба придржавати одређеног шаблона, који је примарно стереотипне природе, а затим наилазимо на опонирајућу ставку да се треба држати даље од стереотипних форми и конструкција. Обе тезе су исправне и нису искључне, већ се показују као компатибилне. Ово је нарочито оправдано у епистоларним формама које су намењене комеморативним службама, где је структура изложеног на први поглед секундарна, а опет директно сразмерна хармонији и учинку егзегезе.

4.3.2. О извештају

1. Извештај је облик новинарског изражавања преко којег се јавност укратко упознаје са током једног догађаја или појаве (чињенице живота), пошто опширније и са више детаља од вести одговори на уобичајена питања.

2. Пожељно је да извештај, као и већина других новинских написа, буде језички исправан и усклађен са предметом и циљном публиком, живахан и стваран у описима и објашњењима. За извештај важи мишљење да је то у великој мери ангажован жанр, јер поред описа садржи и јасан став аутора о теми коју описује.

3. Има више врста извештаја, и они се међусобно најпре разликују по предмету о којем се пише, па поред спортског – који има своје посебне језичке и стилске одлике – постоје извештаји о привредним, финансијским, политичким, па и културним и другим догађајима који заслужују пажњу новинара и могу интересовати публику. По обиму и унутрашњој структури разликују се обични, затим коментарисани извештај итд.

4.3.3. О коментару

1. У коментару је од изузетног је значаја мишљење аутора, његов закључак, осуда или похвала, замерка или критика, без обзира на то да ли хвали или куди. Само у том случају коментатор може да уочава теме и, што је исто тако значајно, може о њима компетентно да расуђује и да им даје одговарајуће тумачење.

2. Коментар се у неком смислу приближава научном тексту, јер бележећи факта – по правилу им додаје своје погледе на предмет, своја размишљања и предвиђања о развоју догађаја и сл.

4.3.4. О чланку

1. Чланак је облик новинарског израза у коме се, свестраном анализом чињеница, објашњава нека актуелна појава или догађај. Чланак је сложен по структури, и по томе се разликује од коментара, који има чврсту композицију. Разлике су и у садржини и у форми. Тематика се излаже информативно, али се о њој и расправља, оне се анализирају, осветљавају са свих страна, обogaћују размишљањима.

2. Чланак се од коментара одликује у три елемента: – он није реакција на тачно одређену појаву (догађај, човека), већ на оне појаве и збивања који живе у друштву, на скуп појава и збивања. Дакле, чланак има претензије да осветли једну појаву не са тренутног становишта или њено тренутно дејство, корисно или штетно, већ са једног ширег гледишта и са више аспеката. Стога и дужина чланка одступа од новинарског принципа краткоће; он може да буде дуг онолико колико је неопходно да се све детаљно објасни и утврди, па ако је потребно може да се објављује и у наставцима.

4.3.5. О белешци

Белешка и осврт подсећају на краћи коментар, односно коментар са мањим претензијама и о мање значајној друштвеној теми – обрађују само једно питање и објашњавају или тумаче само то питање. Стручњаци у томе уочавају основну разлику између коментара и белешке. По правилу, мање важно друштвено политичко, привредно, али и приватно или било које уже уоквирено итд. питање лакше је уочити и једноставније је обрадити, што опет значи да приступ теми није компликован и не захтева она и онаква трагања и напоре какви неопходни приликом писања коментара и чланка. Теме белешке су, у крајњој линији, оне које избацује свакодневица, и без којих се живот не би могао замислити – оне мале, чак ситне тешкоће и радости, они проблеми и проблемчићи који понекад могу да заинтересују, одушеве или огорче људе. А забележени у белешци, где је ‘прстом’ указано на њихово постојање, и предлог како да се скину с дневног реда. Зато су и белешке радо читано штиво, и добродошле су сваком листу, и радио или телевизијској станици.

4.3.6. О репортажи

1. Неколико је битних момената који сачињавају праву новинску репортажу. То су: аутентичност, истинитост, актуелност (или актуелни повод), оригиналност у прилазу, субјективност у оценама које, објективно, морају да подстичу све што је напредно у друштву, одабрани, специфичан стил, људско саучешће. Репортажа је понајвише: истинита слика стварности, један њен део, исечак.

2. Додаћемо да не постоји само репортажа у дневном листу, на радију и телевизији; она се чешће јавља у недељним листовима и у ревијама, који, опет, имају сасвим другу физиономију и свој специфичан начин обраде, други жанр писања. Ту вест, углавном, не игра значајну улогу, у првом реду зато што ти листови не посежу за свакодневном актуелношћу, већ бирају најважније догађаје у току једне недеље или месеца (о којима су већ дневни листови писали) и обрађују их на свој начин. Репортаже у тим, како их обично називају магазинским листовима, инсистирају пре свега на занимљивости, бизарности, несвакидашњем, – и то је, чини се, њихово главно обележје.

3. Доминљантни моменти код репортаже јесу: а) избор теме, б) композиција и в) стил писања. Спортска новинска репортажа инсистира на динамичној дескрипцији и занимљивој наративи, а не на сувој информацији. Доминантан облик излагања је наратив (глаголима је дочарана динамика радње и атмосфера), док је дескрипција у позадини (епитети, метафора, фразеологизми).

4.3.7. Закључак о правим новинарским врстама

1. Основна функција новинарства је да читаоцу пружи истиниту, целовиту и правовремену информацију. Поред информисања, главни задатак новинара требало би да буде и култивисање језика читалаца и пропагирање високих друштвених и културних вредности. Међутим, због своје упућености на актуелне теме, медији су веома подложни утицајима, па су и први показатељ сваке промене у друштву. Те промене се огледају не само у одбиру садржаја већ и у прилагођавању језика и стила новим вредносним параметрима. На тај начин, медији у Србији су били не само сведок већ и „жртва“ промена које су у

претходних двадесетак година задесиле нашу културну средину. С једне стране, нагли развој технике довео је до убрзања темпа живота савременог човека и „хроничног“ недостатка времена, а с друге стране, грађански рат, санкције, бомбардовање, нагли прилив становништва из другачијих културних средина, као и урушавање државне економије, довели су до промена у систему друштвених вредности.

2. Промена животног темпа савременог човека променила је очекивања читалаца. Медији морају брзо и ефикасно да пренесу информацију, а она мора бити ослобођена свих детаља који нису неопходни за њено разумевање. У том смислу, појава интернета је својеврсна револуција у информисању. Та врста „убрзања“ је довела у питање и сам смисао постојања новина као медија, а посебно потребу за аналитичким (и белетристичким) жанровима. Они су се одржали, иако су се са првих страна „повукли“ у унутрашњост новина или у забавно-ревијалну штампу, али су се и прилагодили новонасталој ситуацији. Новинске странице све су усредсређеније на вест у најелементарнијем смислу. Репортаже се (заједно са осталим, белетристичким жанровима) „селе“ из дневних листова у часописе забавног карактера, што не значи да их више нема у дневним новинама, већ да се у њима ређе појављују и да немају статус сталне рубрике. Иако репортажа као новинска врста није угрожена, поједини типови нестају из наше штампе, што због смањеног интересовања публике, што због бољих техничких могућности које пружају други медији. Када је критика у питању, ситуација је нешто другачија: у зависности од тога које области редакција сматра популарним у круговима својих читалаца, неке критике су, чак, веома честе у нашим листовима – критике о филму, телевизији или књижевности. Критике о музици, сликарству или балету су данас веома ретке и јављају се само у листовима који инсистирају на неговању културне и друштвене свести.

4.4. ПОСЕБНИ НОВИНАРСКИ ОБЛИЦИ

4.4.1. О интервјуу

Интервју је метод којим се у дијалогу прикупљају подаци за научно дело или напис друге сличне природе. Новинари су међутим тако назвали текст којим

се преноси интервју, којим се хоћемо рећи он новинарски уобличава и обнародује. Интервју има својих типских особености, али у основи представља заправо стваралаштво слободно од чвршћих стега. Структура, садржај и стил интервјуа у великој мери зависе од спреме и спремности новинара да обави важан посао прикупљања података и њиховог претакања у новински текст.

4.4.2. О изјави

Изјава је жанр близак интервјуу, али са извесним методолошким специфичностима које је чине посебним типом написа. Све оно што се, објективно, сматра важним или занимљивим за колектив као целину, или за једну групу људи – све то може да се изнесе у изјави. За разлику од интервјуа, који претпоставља новинареву иницијативу као покретачки моменат у остварењу – изјава настаје пре свега иницијативом онога ко је даје.

4.4.3. О конференцији за штампу

1. Конференцију за штампу сазива функционер или институција поводом нових догађаја, мера и акција делокруга јавних институција. Ради се о званичном облику информисања који нека институција може примењивати и периодично, без изразитог повода. По свим тим својствима конференција за штампу се разликује на једној страни од интервјуа, а на другој од округлог стила или сл. Постоје два стила конференције за штампу: онај кад новинари постављају питања домаћину и онај непопуларнији – када им се деле претходно припремљена обавештења.

2. Конференција за штампу је у својој суштини новинарски текст мозаичке структуре компонован од разноврсних стилских састојака. Прагматичка и вербатолошка ефицијентност конференције за штампу у директној је зависности од комуникативно-медиолошког обликовања тзв. „стратегије разговора“, а ова се форма жанровски реализује у облику интервјуа.

4.4.4. О округлом столу

1. Близак интервјуу или конференцији за штампу – округли сто своју комуникативно-културолошку сврху не налази у саопштавању нових чињеница,

већ у тумачењу мање-више познатих. Прагматички гледано, округли сто је – као медиолошка платформа дијаложке комуникације – управо одређен комуникативном вештином новинара, а онда и сарадљивошћу актера говорног догађаја. Сходно томе, ток и успех дискусије понајвише зависе од новинара као оквирног координатора реплика и контролора тематског поља размене реплика.

2. Од калибрирања питања, то јест – од њиховог квалитета и комуникативног капацитета, у великој мери зависи на који начин и са којом сврхом ће учесници округлог стола бити подстакнути на разговор, или дуел. А од тога свеукупно узев зависи комуникативни ефекат ове новинске форме. Не сме се, на пример, дозволити да било које питање, изненада покренуто, остане без одговора, штавише – неопходно је понекад изборити се за одговор. Тек ако су ови комуниколошки, социолошки и медиолошки услови задовољени – новинар ће бити у прилици да од изјава својих саговорника изгради информативно садржајну дијаложку форму.

4.4.5. О анкети

Анкета се може сврстати у ред (псеудо) научних остварења, а претходи јој кратак текст о стању ствари код нас.

Стил уводног текста не прелази границе административног стила, и чисто обавесног жанровског састава. Поступци матризације питања и одговора додају свему математички призив, и покушавају подићи тон текста на прави научни ниво комуникације.

4.5. ПРЕЛАЗНЕ НОВИНАРСКО-КЊИЖЕВНЕ ВРСТЕ

4.5.1. О краткој причи и цртици

1. Кратка прича и цртица припадају белетризованим новинским формама. Избор теме у првој инстанци опредељује избор језичких и мисаоних поступака у поменутиим формама.

2. У краткој причи – *in ultima linea* – могуће је издвојити одређене композиционе сегменте, фабуларно повезане у линеарно-прогресивну и хијерархијски постављену приповедну структуру. Издвајање експозиције,

заплета, кулминације, перипетије, расплета и епилога јасно одговара композиционим елементима драмског жанра, те можемо устврдити да је овде садржанана још једна форма сем новинског извештаја, сада, додуше, естетска. Другим речима, овде се јасно укрштају два поступка стилизације, која одређују стилску поливалентност ове приче – један је публицистички, а други уметнички. Публицистички стил се огледа мање у излагању сижеа, у фабули, а више у дијалошким пасажима, где је и реченица једноставна и речник лако конвергира ка колоквијалном. Литерарност је видна у повременој, где слабије где јаче израженој сликовитости израза у фабули, која често досеже духовитост праве уметничке метафорике, и гипкост складног израза који привлачи читаочеву пажњу не само догађајним, већ и вербалним слојевима структуре.

4.5.2. О портрету

Портретом се у новинарству сматра кратак напис о одређеној личности, или о некој друштвеној појави са гледишта њених учесника. Аутор се држи података и њима осветљава позитивни или негативни лик истакнутих политичара, научника, привредника, естрадних личности итд. Успешан портрет представља реалан опис сручен одмереним речима и суздржаним тоном. Ако новинар надутим стилем и повишеним тоном покушава да увери читаоца у оно што заправо није истина, портрет представља промашај.

4.5.3. О роману у наставцима

1. Роман у наставцима јесте дужа белетризована форма новинског написа. Одабрали смо преводни текст, те је анализа нужно прилагођена тој околности. Превођењем се у тексту дешавају измене које ометају увид у целину стилских поступака. Зато је формална анализа у ствари пре упућена преводу него тексту као изворној творевини. Указали смо на неке детаље, од којих је бар већина сигурно заступљена и у изворној верзији романа.

Метафоре бар су делом оригиналне и инвентивне. Писац се не либи ни да употреби јачи израз попут хиперболе.

4.5.4. О фељтону

У фељтонске прилоге убрајају се литерарне врсте, прилози из разних подручја уметности и фељтонистички облици научно-популарне литературе.

Тематика је разнолика: доминирају политичке, економске, социјалне, литерарне и историјске, али и теме из свих области живота и људске активности. Фељтон је публицистичка проза која покушава да кратким описом захвати и шаролику мрежу духовних односа – део света, комадић живота. То је сада дужи, живо, са претензијама литерарне драматике описан обично историјски догађај, историјска појава или подвиг једног човека, по правилу ратни или шпијунски, иако обухвата и друге садржаје: политичке, културне, спортске (само што они морају да имају елементе причања и елементе литерарног писања). А то опет значи да фељтон треба да да пресек неког догађаја, осветљен индивидуалном оценом и изнесен на начин који није сувопаран, хладан и уздржан. Као такав, фељтон није типичан облик новинарског текста, и то не само зато што га најчешће пишу људи изван редакције (писци, историчари) већ више стога што нема наглашене журналистичке елементе: актуелност чињеница, строгу информативност и лапидаран језички израз.

4.5.5. О сатири

1. Новинска сатира је сама по себи једно од најјачих медијских оружја које може имати огроман утицај на стварање мишљења и атмосфере у друштву уопште. Сем преувеличавања изабраних детаља и аспеката приче, сатира допушта и избор тропичких средстава чијим се тумачењем вербализовани приказ осветљава уз истицање карактеристичних особина неког лица или појаве.

2. У поређењу са блиским новинским врстама сатира се одликује пре свега на плану стила. Наиме, сатирична прича тематски и фабуларно може бити истоветна са нпр. кратком причом. Али се од ње разликује потенцираном снагом израза – мотивисаном на једној страни описаним догађајима и карактерима, а на другој избором јаког израза, каткада свежег духовито сликовног, а каткада ироничног, чак колоквијално вулгаризацијског. Карикатура и гротеска у таквим приликама су најсврхисходнији стилски украси.

4.5.6. О карикатури

1. Карикатура је врло ефикасно средство пре свега политичког деловања медија, и пресвега штампе. Новинска карикатура је сама по себи једно од најјачих медијских оружја које може имати огроман утицај на стварање

мишљења и атмосфере у друштву уопште. Сведеним цртежом, али моћним детаљима – карикатуриста уобличава живу и веома упечатљиву слику, на којој су препознатљиви предмети и правац деловања аутора. Он обично бира актуелне догађаје, познате личности и односе – и даје им сопствено тумачење простим и јасним бројем, обликом и међуодносима ликова, предмета, амбијента итд.

2. Сем преувеличавања изабраних детаља и аспеката слике, карикатура допушта и избор сликовних представа које ће допунити директним или тропичким тумачењем којим ће се приказ осветлити уз истицање карактеристичних особина неког лица или појаве. Ведрина погледа на оно што приказује уздиже карикатуристу до нивоа снажне уметничке фигуре која се намеће као тумач општих културних, привредних др., али пре свега политичких збивања на простору и у време у којем делује.

3. Ознаковљење карикатуре има двојак стилистички смисао: промотивни на једном крају, и мимикријски надругом. Семиолошки карикатурни код и њена структура ознаковљују стварност, али су и сами ознаковљени њоме јер на себи одсликавају стварност. И у једном и у другом случају, сваки пут на посебан начин, секундарна семантизација стварности послужила је карикатуристи као средство сликовно-вербатолошке организације слике. На крају, ефицијентност карикатуре основица је њеног стилистичког вредновања, па сем што обележава промоцију њеног смисла, има и своје наличје, јер може значити и ефицијенцијску депресијацију. У скопији јединства супротности, може се рећи да у карикатури без наличја нема лица.

4.5.7. О дечјој штампи

1. Почети штампе за децу ишли су заједно са формирањем књижевности за децу као посебног вида; ове две писане форме помогле су једна другој да постану и опстану. Дечји часописи из тог времена имали су много више страна посвећених литерарном стварању него касније.

2. Поред тога што су промовисали дати систем вредности и поглед на свет, дечји листови часописи су утицали на формирање језичке културе и литерарног укуса. Језик и стил дечје штампе до 90-их година прошлог века био је под утицајем владајуће идеологије. То се види из круга обрађиваних тема, али

и начина на који се о њима говори. Што се лексике тиче, може се рећи да је постојао корпус обавезних речи и израза. Устаљени начин извештавања „обогаћиван“ је атрибутима – вероватно да би се додао „естетски моменат“. Атрибут је био средство естетизације. Тако имамо многа „блистава јутра“, „мирисне цветове“, „храбре борце“ и сл. у саставима крајње једноставне композиције и са очигледном поентом. С друге стране, можемо рећи да се на синтаксичком плану уочавају не претерано сложене реченице, што је и примерено за децу-читаоце, дакле, уважава се њихова моћ поимања и читалачке способности.

4.5.8. О новинској критици

1. Новинска критика има све одлике књижевне критике, али и два тешка услова: велику брзину реаговања, оцењивања, и невелик обим у коме треба да искаже не само оцену него и кратко образложење. Главна особеност добре новинске критике је једноставност. На малом, ограниченом новинском простору може се сместити мало садржаја, понекад и само две-три реченице о досадашњем опусу писца и његовом месту на сцени и пре свега јасан вредносни суд да ли је та књига добра или лоша. Критике које препричавају причу, а немају вредносног суда, нису критике, него записи о књизи. Битно је изнети јасан вредносни став, без калкулусања о последицама реченог.

2. Општа тенденција опадања квалитета језика, стила и садржаја, која је очигледна у свим домаћим медијима, није заобишла ни критику као новинску форму. Међутим, неопходно је нагласити да квалитет сваког новинског текста зависи пре свега од способности, писмености и талента аутора, од теме и садржаја конкретног текста, као и од типа новина у којима је објављен и публике којој је намењен.

4.6. МЕШОВИТЕ НОВИНАРСКЕ ВРСТЕ

4.6.1. О сталешким и другим вестима

1. Предмет свих тих написа углавном представљају догађаји из приватног и личног живота, и сматрају се изразом статусних момената у личном и друштвеном животу појединаца. У новинама, домаћим и страним, некролог се објављује под називом *In memoriam*. Заправо, то је информативни прилог о

умрлом и мора бити дневно актуелан. Аутори овог жанра по правилу нису новинари већ добри познаваоци живота и дела умрлог, обично из исте професије.

2. Некролог и новински прилог *In memoriam* јесу исто у погледу циља и садржине. Разлика се заснива на томе што је некролог говорни жанр (беседа), а *In memoriam* представља писани облик изражавања. Обоје, међутим, по правилу потичу из колектива, и зато каткад издалека, а каткад и изблиза, подсећају на вест, каткада на изјаву, па чак и на званично саопштење, што значи да се граниче на једној страни са новинским жанром званичније садржине, а на другој са актом административног карактера. Тон излагања је, према томе, отворен како према новинарском, тако исто и према пословнијим начинима излагања.

3. Читуља је кратка вест о смрти дате особе, уобличена емоционалним речима и често високотонираним речима које треба да нагласе све добре стране умрлог и патњу родбине и пријатеља због губитка. Међутим, не смео занемарити ни податак да се овде, посебно у старије време, говори о смрти угледне личности, и да је ово била уједно и врста некролога. Морамо стога закључити да је стил овога некролога за укус данашњег читаоца звучи помало набухло и сладуњава, али да није никако одбојан. Данашње читуље далеко су једноставније, и по правилу уздржаније у емоцијама, те више личе на кратку вест него на похвално слово намењено покојнику.

4. Читаву лепезу различитих текстовних форми представљају тзв. сталешке вести. Из њих можемо издвојити следеће облике: огласе, обавештења о венчавању, вести из удружења и сл. Сви они се налазе заједно, на истој страници и нису издвојени посебним насловима.

5. Језичке и стилске особености поменутих текстова скромног су домета. Основу им чини административни стил са могућим примесама колоквијалне речи и евентуално реторички нешто уздигнутијих елемената, углавном са тежњом ка експресивизацији израза.

4.6.2. О огласима

1. Огласи су врло разноврстан тип новинских изражајних форми, а ми смо у њиховом разврставању пошли од Цефкинсове поделе: оглашавање за кориснике потрошне робе и добара; пословно рекламирање; рекламирање

намењено каналима продаје; малопродајно оглашавање; оглашавање компанија финансијских услуга; рекламирање са директним одзивом; огласи за запошљавање. Цефкинсова класификација је урађена према предмету оглашавања, а не по структурним, језичким и стилским особинама текста. Ми смо је донекле следили, али са напоменом да је у њој заборављена дистинкција између огласа и рекламе, која је за нас битна.

2. Стил огласа зависи од више фактора, па је стога – иако унеколико скупчен – ипак разноврстан. Наиме, основу огласних форми чини административно-пословни израз, који делимично бива редукован и на телеграфски ниво. Поред тога, огласи повремено укључују у себе и сликовне облике, чија специфична функција допунске информације тада по правилу заправо преузима улогу носиоца дела обавештења (о квалитету робе, одликама произвођача итд.). Тада се језички израз повлачи пред сликом, препуштајући јој део својих комуникативних вредности – бива редукован до статуса помоћног средства. Уз то ваља поменути и бројчане додатке, који и структурно и функционално компликују оглас и преузимају на себе да изјасне квантитетске односе.

4.6.3. О рекламама

1. Реклама је по много чему слична оглашавању. Али њен циљ, пре свега, није првенствено продаја и куповина робе или сл. – већ заправо ширење фаме помоћу које се мобилише *јавно мњење* (о ‘јавном мњењу’ као специфичном облику друштвене свести в.: Симић–Јовановић 2002а: 196 и д.) и обезбеђује што повољнија позиција на тржишту, и у крајњој линији обезбеђује профитабилна прођа робе или сл. Вербална хипербола и сликовна карикатура – главна су средства тако конципираног деловања на публику.

2. Јаки изрази срачунати на удварање публици, ласкање њеним слабостима и подршка нереалним сањарским илузијама – само су неки правци и моменти рекламе. Други путеви су вештим манипулацијама створен привид сопствене величине, божанског дара који доноси срећу ‘само изабранима’, делећи им штедро са сопствене трпезе сјаја и раскоши. Трећи је начин успостављање бриљантних конотација довођењем себе, свог посла, или онога што се публици нуди – у контакт са земљама богатства и среће (чему иначе велелепна шифра једне малене лутријице – ‘АМЕРИКА’!), са људским

ликовима дечјег света (буђење лажног сентиментализма), божанственом лепотом модела, сненом неодољивошћу голишавих Еросових кћери или ‘боди-билдера’ (Ах, та романтика!), буђење чезнутљивих сећања на стара добра времена са моралном чистотом, једноставношћу, и ‘нашим производом на скромној трпези (традиционализам у вашарској одори) итд. СХВАТИТЕ ТРЕНУТАК САДАШЊИ – позива нас БИГЗ, одустајући од свих далеких асоцијација у корист света књиге, док нам модни часопис БУРДА нуди „нове узорке за плетење“.

4.7. ПЕРИФЕРНЕ НОВИНАРСКЕ ФОРМЕ

5.7.1. О стрипу

1. Стрип као вербо-визуелни медиј у вези је са књижевношћу са једне и сликарством са друге стране.. У стриповима приметна је зрелост, смишљеност, висока синтетичност (спој слике и текста). Поједини аутори користе различите стилске фигуре – градацију, антитезу, алегорију, метафору и на крају некад и наравоученија са друштвеном и политичком конотацијом. Читаоцу се обраћају без интелектуалног оптерећења. Разноликошћу визуелне интерпретације, естетичношћу фиксираних покрета постижу максималну ефикасност. Динамику приче базирају на кореографији покрета. Ликовним средствима остварују естетске вредности комичног. Сведени цртежи им пружају велику имагинарну моћ да преображавају, комбинују, спајају неспојиво.

2. Језик стрипа је специфичан и временом је постао устаљени шаблон. На цртежима су распоређени ликови, а слика се помоћу облачића допуњује текстом. Постоји неколико врста облачића. Коментари који објашњавају слику смештени су изнад или испод слике. Директни говор се смешта у облачиће који излазе из уста говорника и сваки цртеж стрипа мора да поштује одређена правила приликом употребе облачића. Једни приказују наглас изговорене речи јунака, уколико је текст написан великим словима, тада јунак виче, затим могу се представити мисли актера, а постоје и посебни облачићи који представљају звучне ефекте попут експлозије. Њих поред специфичног звездастог облачића прати и текст „бум“ или „кабум“. Вика и галама се приказују великим масним словима у оквиру облачића. Ономатопејске речи су честе: ВАМ, WHАММ...! Уколико се у неком од углова нађе квадратић са текстом – он означава

нараторов текст. Постоје и стрипови без текста. Текст и слика ипак тек заједно дају потпун креативни утисак.

3. Оно што још одликује један стрип јесте комуникабилност знаковне продукције. Звуковна структура дискурса успоставља у стрипу склад и са звуковним амбијентом описаних реалија. Што је структура текста у бољем складу са графичким представама – то је јачи осећај унутрашње хармоније, а доживљај естетског савршенства пунији.

4.7.2. Енигматика

4.7.2.1. О укрштеницама

1. Први и основни енигматски жанр представљају укрштенице. Праве укрштенице јесу врста новинарско-публицистичких жанрова. Укрштенице су у ствари врста енигматских игара, а сама лексема 'укрштеница' обично се узима као синоним за укрштене речи. поред класичне, постоје и бела, као и тематска укрштеница. Све оне заједно за основицу имају матрички цртеж у чије се ћелије уносе одговарајућа слова, а ова кад су исправно уписана, дају решење укрштенице. Основни и најједноставнији тип јесте класична укрштеница, у облику квадрата или правоугаоника издељеног у квадратиће. У ове треба унети одговоре према постављеним питањима изван укрштенице.

а) Класична укрштеница, изграђена је у облику квадрата или правоугаоника издељеног у квадратиће. У ове треба унети одговоре према постављеним питањима изван укрштенице. Такве укрштенице општепознате, и јављају се у виду простијих и сложенијих варијаната.

б) Бела укрштеница обично има 15 поља хоризонтално, 20 поља вертикално, у доњем десном углу налази се слика чији назив представљарешење, што ову укрштеницу категоризује као тематску, слика одузима од укупне површине укрштенице 48 поља, али даје коначно решење.

в) Код тематске укрштенице решење је такође представљено сликом, која је у овом случају смештена у горњем левом углу укрштенице.

4.7.2.2. О магичним квадратима

1. Магични квадрати, пре свега, подразумевају слагање истословних и истослоговних појмова и откривање тајне комбинације, а сматрају их бисерима ове области. Квадрати 8×8 , називају се још и ‘словне осмице’ или ‘магичне осмице’. У њиховој структури би требало бити што мање тзв. ‘монотоних речи’, а обезбедити присуство ‘звучних’ речи тј. оних у којима постоје групе сугласника или самогласника, бирајући оне који у себи садрже више енигматски тежих слова, као што су: *ђ, ж, љ, њ, х, ч, џ* и *ш*. Речи морају бити присутне у књижевности, стручној литератури, без обзира на њихову несвакидашњост и фреквентност, али морају бити у складу са граматичким и правописним правилима.

2. Слоговни магични квадрати 5×5 , спадају у категорију тешких енигматских дисциплина, мада се могу сврстати у ред једноставнијих енигматских конструкција. Код њих је изузетно важно поштовати правила за растављање речи на слоге, а још је битно и то да сваки од пет употребљених појмова мора међу својих пет слогова имати бар четири таква од којих ће се по један налазити и у сваком од преостала четири појма и то ће бити места њиховог укрштања.

3. Имамо их неколико група. (а) Постоје мозаички слоговни квадрати 5×5 у којима наведени појмови чине квадрате и они су сложени на одређени начин. (б) Код анаграмских слоговних квадрата 5×5 , поред уобичајеног описа појмова који чине квадрат, уместо слогова од којих су сачињени уврштени појмови, дају се друге речи и изрази, од чијих слогова треба формирати појмове.

4.7.2.3. О сложенијим енигматским врстама

1. Сложеније енигматске врсте одликују се од основних најпре визуелно, јер матричка структура код њих бива развијена у облике који остављају одређене сликовне утиске, по којима се и називају: клин и пирамида, пропелер, вретено, пешчани сат, вретенаста сужаваљка, кућа итд.

2. Све ове форме имају и других структурних специфичности, јер састав словних ознака и начин разрешења укрштенице није увек исти, већ се код неких захтева проспективни принцип – ређање слова по водоравним линијама с лева

на десно, а по вертикалним одозго на доле. Има међутим и таквих код којих избор квадрата и распоред слова подлежу посебним правилима. Најпростији међу овим сложеним односима нпр. владају код пешчаног сата: Клини и пирамида повезани заједничким словом чине пешчани сат, али уз услов да најдуже речи клина и пирамиде морају имати иста слова. Овај услов пружа две могућности. Прву, да обе речи буду исте и другу, да су најдуже речи клина и пирамиде међусобни анаграми.

3. Што се тиче језика и стила, видимо да и код ових, као и код претходних састава, језик учествује у свим својим облицима и варијантама, само је неопходан његов добар познавалац. Понеке речи ипак не могу бити у структури ових облика, али све је то зависно од карактеристика самог енигматског облика. Конкретно, ређа слова и речи са таквим словима, увек ће доносити плодносан посао у области њиховог стваралаштва.

4.7.3 О ребусима

1. Ребус врло атрактивну загонетку која не налази простора ни код енигматских аутора, али ни код уредника енигматских часописа. У зависности од тога да ли се ребус као законетка приказује помоћу слике и цртежа или само помоћу слова, бројки и специјалних знакова, ребусе делимо на *сликовне* и *словне*. У односу на сликовне ребусе, словни ребус је тежа загонетка што објашњава чињеницу да се аутори ребуса пре опредељују за сликовне него за словне ребусе. Док је код сликовних ребуса углавном распознавање слике, цртежа или радње која се врши, као и односа који су евентуално дати у поставци ребуса, код словних ребуса треба открити једну или више комбинација просторног односа, изгледа, величине, количине или боје слова представљених у поставци ребуса и све то може дати веома сложене релације.

4.7.4. О интернету

1. Интернет као медиј у себи садржи комбинацију писаних медија и телевизије, тако да и интернет издаваштво подразумева комбиновање писаних и аудио и видео записа. Због тога се новинарство на интернету може сматрати

далеко комплекснијом појавом него што је то случај са новинарством које прате штампани медији.

2. У области стилистике интернет новинарству у основи пружа све основне карактеристике које одликују просечан новинарски текст. Посебно истицање садржаја испред форме, а уз то бити први и тачан у информисању, јесте добитна комбинација која гарантује успех. Али на другој страни, могућност коментарисања отвара поље најразноврсније језичке комуникације, која дозвољава испољавање свих моралних и других квалитета коментатора, као и познавања језика и писменог израза.

3. Језичка и стилска пракса у нашем новинарству у целини може се сматрати само условно контролисаном, јер нема ни законских прописа ни утврђених обичаја којима би била регулисана та важна област културног живота. Интернет, са своје стране, у којем је слобода израза апсолутна – и садржај аписа, као и језик и стил неограничено лавирају између књижевнोजезичког узуса и колоквијалног, често вулгарног и шатровачког језичког испољавања.

4. У крајњој инстанци, предности интернет новинарства су многе, а пре свега су садржане у чињеници да се сваког тренутка појављују нове опције, нове могућности које од овакаве врсте новинарства чине чврст основ напретка који ће једног дана, сигурно, довести до тога да штампано издаваштво, и новинарство које је ограничено само на штампане медије, буде потиснуто, а можда и потпуно заборављено. Оно наравно све под условом да и образовни и општи ниво популације са временом расте и достигне ниво пристојне комуникације...

4.8. ЗАВРШНЕ НАПОМЕНЕ

1. Тешко је свести оно што је речено и представљено у јединствени скуп мисли. У покушају да то учинимо, ми ћемо се најпре осврнути на целину новинарства како је овде представљена, на њене базичне црте, и на њене разлике и сличности према другим облицима писменог и усменог комуницирања у јавности.

2. Оно што смо назвали медиологијом, у овој је дисертацији схваћено као целина простора јавне комуникације – простора на којем делују медији. На

целом том простору делатник је новинар са својим чудним умећем да сакупи податке значајне са гледишта јавне комуникације, да их уобличи у вест и да је на одређени начин и у одређеној публици пласира.

3. Нема сумње, новинарско умеће – како је на почетку речено – није ни уметност, а додајемо да није ни наука нити било који други облик вербалног (и сликовног) саобраћања међу људима. Новинарство има сопствене особености, сопствено место у друштвеном амбијенту, као и посебне налоге у том амбијенту.

4. Основна функција новинарства јесте обавештавање, пре свега о свекодневним важним догађајима, о значајним личностима. Али друга функција новинарства – укупно узетог – није информативна, већ у суштини пропагандна.

а) У оној првој функцији новинар преузима обавезу да истинито и верно прикаже предмет о којем извештава, да га представи по могућности кратко, јасно, једноставним језиком, доступним целокупној друштвеној заједници, без обзира на порекло, образовање и познавање материје.

б) У другој пак, исти новинар заборавља налоге истинитости и верности, већ даје своје посебне, или чак онога чије налоге испуњава – интерпретације, које често прекорачују истину у корист убедљивости пропагандне речи. То је негативн страна слбоде новинара. Друга је – могућност преузимања тема и језичко-стилских облика из других области вербалног стваралаштва: из књижевности, науке итд. Тиме се потврђује 'универзалност' новинарске речи.

ЛИТЕРАТУРА

- Андрић 1956: И. Андрић, Анкета о репортажи, *Наша штампа*, бр. 41, 17–29.
- Анић 1994: VI. Anić, Feljton. *Rječnik hrvatskoga jezika*, Zagreb: Novi Liber.
- Арнхајм 1988: R. Arnheim, *The power of the center. A study of composition in the visual arts*, Berkeley.
- Багић 2012: К. Bagić *Rječnik stilskih figura*, Zagreb.
- Бандић 1992: М. И. Бандић, Новинарство (или новинство, журнализам), *Речник књижевних термина*, друго, допуњено издање, Београд: Полит.
- Барт 1971: Р. Барт, *Књижевност, митологија, семиологија*, Београд.
- Баћевић 2007: Љ. Баћевић, In media res. Ефекти медија, In: *Јавно мњење*, Београд: Институт за друштвене науке.
- Бахтин 1980: М. Бахтин, *Марксизам и филозофија језика*, Београд: Полит.
- Бахтин 1989: М. Бахтин, *О роману*, Београд: Полит.
- Берг, де 2007: Х. де Берг, прир., *Истраживачко новинарство: Контекст и пракса*, Клио: Београд.
- Бешкер 1996: I. Bešker, Vježbanjem do majstorstva izraza, *Uvod u novinarstvo* (ur. Sherry Ricchiardi i Stjepan Malović). Zagreb: Izvori.
- Бишкуп 1981: Ј. Бишкуп, *Osnove javnog komuniciranja*, Zagreb: Školska knjiga.
- Бјелица–Јевтовић 2006: М. Бјелица и З. Јевтовић, *Историја новинарства*, Београд: Мегатренд.
- Бјелица 1983: М. Бјелица, *Штампа и друштво*, Београд: Југословенски институт за новинарство.
- Богданов–Вјаземски 1973: Н. Г. Богданов и В. А. Вјаземски, Илустрације у новинама, *Информисање у пракси*, бр. 2, 39–51.
- Богданов–Вјаземски 1973а: Н. Г. Богданов и Б. А. Вјаземскиј, Жанрови литерарних материјала, *Информисање у пракси*, бр. 8, 52–69.
- Богданов–Вјаземски 1973б: Н. Г. Богданов, Б. А. Вјаземски, Приручник новинара, *Информисање у пракси*, бр. 7, 67–80.
- Богдановић 1956: М. Богдановић, Анкета о репортажи, *Наша штампа*, бр. 41, 33–41.
- Божовић 1990: Р. Божовић, *Култ-Ура*. Ваљево и Београд: Милан Ракић и Научна књига.
- Божовић 1991: Р. Воžović, *Kultura potreba*, Beograd: Naučna knjiga.

- Бојд 2002: Е. Бојд, *Новинарство у електронским медијима: методи и припреме радио и телевизијских вести*. Београд: Клио
- Борковић 2005: Т. Борковић, Апотека смеха, Часопис за сатире *Етна*, 49/V. URL: <http://aforizmi.org/etna/etna49/etna8.htm> (2005-09-01).
- Браут 1956: И. Браут, Анкета о репортажи, *Наша штампа*, бр. 41, 72–82.
- Бретон 2000: F. Breton, *Izmanipulisana reč*, Београд: Клио.
- Бригс 2006: А. Бригс, *Друштвена историја медија*, Београд: Клио.
- Бригс–Кобли 2005: А. Brigs i P. Kobli, *Uvod u studije medija*, Београд: Клио.
- Бригс–Берк 2006: А. Brigs i P. Berk, *Društvena istorija medija*, Београд: Клио.
- Валгина 2003: Н. С. Валгина, *Теорија текста*, Москва. URL: <http://yanko.lib.ru/http://yanko.ru/http://tvtoorent.ru> (2016–03–08).
- Валић-Недељковић 2002: Д. Валић-Недељковић, *Практикум новинарства*. Београд: Привредни преглед.
- Васић 1995: В. Васић, *Новинарски рекламни оглас. Студија из контекстуалне лингвистике*, Нови Сад: ЛДИ.
- Велек–Ворен 1985: Р. Велек и О. Ворен, *Теорија књижевности*, Београд: Полит.
- Вемић 2009: М. Вемић, Општа начела стилизације географских карата, *Style – International journal*, n. 8, pp. 313–326.
- Видмар 1956: Ј. Видмар, Анкета о репортажи, *Наша штампа*, бр. 41, 88–101.
- Вилијамс 2012: Р. Вилијамс, Анализа културе, у: *Студије културе*, пр. Јелена Ђорђевић, Београд: Службени гласник, 124–133.
- Виторовић 1970: М. Виторовић, Репортажа, *Информисање у пракси*, бр. 1, 59–66.
- Ворен 1970: К. Voren, Intervju, *Informisanje u praksi*, br. 10, 19–27.
- Врачар 1974: Д. Врачар, *Привредна пропаганда*, Скопље: Економски факултет.
- Врачар 1999: Д. Врачар, *Стратегија тржишног комуницирања*, Београд: Економски факултет
- Врег 1964: F. Vreg, Feljton u listu. *Suvremeno novinarstvo* (ur. Vožidar Novak), Zagreb: Stvarnost.
- Вујаклија 1980: М. Вујаклија, *Лексикон страних речи и израза*, Београд: Просвета.
- Вујевић 2008: В. Вујевић, Стилске варијације у језику новинских наслова, *Радови Филозофског факултета*, бр. 10, књ. I, Универзитет у Источном Сарајеву, Пале: Филозофски факултет Пале, 237–247.
- Вуксановић 2007: D. Vuksanović, *Filozofija medija*, Београд: Ћигоја.

- Вучинић 2015: С. Вучинић, *Стратегије комуникације у кризним ситуацијама*, Београд: Чигоја.
- Гарашанин 1939: М. Гарашанин, *Доколице*, Београд: Српска књижевна задруга.
- Гловацки-Бернарди 1991: Зр. Гловацки-Бернарди, Прилог типологији наслова, Сарајево: *Језик и стил средстава информисања*, 27–36.
- Гловацки-Бернарди 2004: Зр. Glovacki-Bernardi, *O tekstu*, Zagreb: Školska knjiga.
- Горки 1949: М. Горки, *О литератури*, Београд: Култура.
- Гортан-Премк 2004: Д. Гортан-Премк, *Полисемија и организација лексичког система у српскоме језику*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2004.
- Грајс 1975: Р. Grice, *Logic and Conversation, Syntax and Semantics*, Vol. 3, pp: 41–58.
- Грбеља–Сапунар 1993: Ј. Grbelja i М. Sapunar, *Novinarstvo, teorija i praksa*, Zagreb: MGS.
- Грицкат 1966: И. Грицкат, Наслови – посебна категорија писане речи, *Наш језик XV/1-2*, Београд, 77-95.
- Грицкат 1967: И. Грицкат: Стилске фигуре у светлу језичких анализа, *Наш језик XVI*, Београд.
- Давичо 1956: О. Давичо, Анкета о репортажи, *Наша штампа*, бр. 41, 29–37.
- Даглас–Ијтул 2001: А. Даглас и Б. Итјул, *Писање вести и извештавање за данашње медије*, Београд: Медија центар.
- Дебре 2000: Р. Дебре, *Увод у медиологију*, Београд: Клио.
- Деј 1962: Ц. Ф. Деј и група аутора, *Телевизијске вести*, Београд: Радио-телевизија Београд, 33–41.
- Делић 1986: Ј. Delić, *Made in glava, U (pogovor): Radivoje Dangubić*, Beograd.
- Дулибић 2009: Ф. Dulibić, *Povijest karikature u Hrvatskoj do 1940. godine*, Zagreb.
- Драгинчић-Зупан 1986: С. Драгинчић и З. Зупан, *Историја југословенског стрипа*, Нови Сад: Форум – Маркетпринт.
- Драгићевић Шешић 1993: М. Драгићевић Шешић, *Хоризонти читања. Домети културне анимације*, Београд: Понт.
- Ђорђевић 1974: Т. Ђорђевић, *Информисање и јавност рада у удруженом раду*, Београд: Институт за политичке студије Факултета политичких наука.
- Ђорђевић 1979: Т. Đorđević, *Teorija informacija, teorija masovnih komunikacija*, Ljubljana: Partizanska knjiga.
- Ђорђевић 2012: Ј. Ђорђевић, Увод, у: *Студије културе*, пр. Јелена Ђорђевић, Београд: Службени гласник, 11–34.

- Ђукић 1988: Б. Ђукић, *Речник граматичких и књижевних појмова правописних облика, фраза и дублета српскохрватског језика*, Београд.
- Ђурић 1983: Д. Ђурић, *Новинарска радионица*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.
- Ђурић 1997: Д. Ђурић, *Новинарска енциклопедија*, Београд: БМГ.
- Ђурић 2003: Д. Ђурић, *Новинарски лексикон*, Београд: YU Marketing Press и Новости.
- Ђуричић 1990: П. М. Ђуричић: *Новинарство: филозофија, морал, занат*, Београд: Ларис.
- Егерић 2010: М. Egerić, *Domanićevo pleme, Zrenjanin*.
- Еко 1973: У. Еко, *Култура, информација, комуникација*, Београд: Полит.
- Еко 2000: У. Еко, *Како се пише дипломски рад*, Београд: Народна књига – Алфа.
- Еко 2001а: У. Еко, *Код*, Београд: Народна књига – Алфа.
- Еко 2001б: У. Еко, *Свакодневна семиотика*, Београд: Народна књига – Алфа.
- Еко 2003: У. Еко, *Шест шетњи кроз наративну шуму*, Београд.
- Елиот 2004: R. Elliott, The nature of satire, *Encyclopædia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/art/satire> (веб. 2017-12-15).
- ЕН 1979: *Енциклопедија новинарства*, Београд: Савремена администрација.
- Дејл 2007: Ж. Дејл: *Новинарска етика: морална одговорност у медијима*, Београд: Службени гласник.
- Женет 1985: Ž. Ženet, *Figure*, Beograd.
- Живковић 1963: Д. Живковић, *Теорија књижевности са теоријом писмености*, Београд: Научна књига. – 2. изд.: Завод за уџбенике и наставна средства, Београд 1991.
- Животић 1979: Р. Животић, *Послератна репортажа и њене стилске одлике*, Ниш: Просвета.
- Животић 1981: Р. Животић, *Изражавање новинара*, Београд: Савремена администрација.
- Животић 1988: Р. Животић: *Новинска критика, студија с прилозима*, Београд: Научна књига.
- Животић 1993: Р. Животић, *Новинарски жанрови, штампа, радио, ТВ*, Београд: Институт за новинарство.
- Животић 2001: Р. Животић: *Утицај критике на промене у српској књижевности за децу у другој половини XX века*, Београд.

- Зиндовић-Вукадиновић 1994: Г. Зиндовић Вукадиновић, *Визуелни језик медија*, Београд: Институт за педагошка истраживања.
- Ивановић 2006: С. Ивановић, Виртуелна култура и социјалне комуникације младих, у: Лакета Н. (ур). *Зборник радова – Ужице*: Универзитет у Крагујевцу. Учитељски факултет Ужице. Учитељски факултет Ужице.
- Ивков 1995: С. Ивков, *60 година стрипа у Србији*, Суботица: Просвета;
- ИМК 1980: Много гласова један свет! У: *Извештај Међународне комисије за изучавање проблема комуникације*, Београд: Танјуг у сарадњи са Југословенском комисијом UNESCO.
- Итјул–Андерсон 2001: Б. Итјул и Д. Андерсон, *Писање вести и извештавање за данашње медије*. Београд: Медија центар.
- Јакобсон 1966: Р. Јакобсон, *Лингвистика и поетика*, Београд: Полит.
- Јанићијевић 2000: Ј. Јанићијевић, *Комуникација и култура*, Нови Сад: Издавачка књижарница.
- Јанковић 2006: Д. Јанковић, *Гласник Енигматског савеза Србије*, број 15, септембар.
- Јевремовић 2001: З. Јевремовић, *Семиолошки кругови*, Београд: Институт за филм.
- Јевтић 2009: Ж. Јевтић, *Прича о словним квадратима*, Београд.
- Јевтовић 2003: Б. Јевтовић, *Екоова укрштеница (оглед у два гласа)*, Београд: Балканска гноза.
- Јевтовић и др. 2014: З. Јевтовић, Р. Петровић и З. Арачки, *Жанрови у савременом новинарству*, Београд: Јасен.
- Јерговић 2010: М. Jergović, *Monografija hrvatske karikature*, У: *Preporuke*. URL: www.jergovic.com/preporuke/monografija-hrvatske-karikature (2010-07-/24).
- Јисл 1971: VI. Jisl, *Vrste vesti u novinama, Informisanje u praksi*, br. 10, 22–33.
- Јовановић, И. 2017а: И. Јовановић, Лингвистичке и вербатолошко-комуниколошке особености 'кратке новинске приче', *Лук*, год. 3, бр. 4, Андрићев институт, Андрићград 2017., 113–149.
- Јовановић, И. 2017б: И. Јовановић, О култури језичког општења у српским медијима (На примеру анализе интернетског издања вести), *Лунар*, Часопис за књижевност, језик, уметност и културу. Journal for Literature, Language, Art and Culture. година XVIII / број 62 / 2017., Универзитет у Крагујевцу, 2017., 135–150.

- Јовановић, И. 2017в: И. Јовановић, О неким лингвистичким и социокултуролошким аспектима проучавања новинске информације (на примеру анализе новинског фељтона), *Узданица* 2017, XIV/1, 43–59.
- Јовановић 1972: Сл. А. Јовановић, *Речник књижевних израза*, Београд: Београдски издавачко-графички завод.
- Јовановић 2005а: Ј. Јовановић, Неколико запажања о појмовној дисперзији термина ‘експресивност’ и њему сродних, *Научни састанак слависта у Вукове дане*, 34/3, 225–253.
- Јовановић 2005б: Ј. Јовановић, Прилог појмовно-терминолошком одређењу ‘интонације’, *Научни састанак слависта у Вукове дане*, Зборник МСЦ, 34/3, 137–169.
- Јовановић 2006: Ј. Јовановић, О прагмемској експресивности, *Узданица*, 3/1-2, пролеће-јесен 2006, Јагодина: Педагошки факултет, 52–67.
- Јовановић 2007а: Ј. Јовановић, ‘Реченична експресивност’ са становишта синтаксе и стилистике (теоријско-терминолошки приступ), *Наслеђе*, год. 4, бр. 6, Крагујевац: Филум, 55–74.
- Јовановић 2007б: Ј. Јовановић, Стилска анализа новинског чланка, Београд, *Књижевност и језик*, LIV, 1/2, 51–64.
- Јовановић 2009: Ј. Јовановић, *Писци и стил*, Београд: Друштво за српски језик и књижевност Србије.
- Јовановић 2010а: Ј. Јовановић, *Лингвистика и стилистика новинског умећа*, Београд: Јасен.
- Јовановић 2010б: Ј. Јовановић, О могућностима заснивања научне новинарске стилистике, у: Зборник радова са научног скупа *Интердисциплинарност и јединство савремене науке*, Филолошке науке, Универзитет у Источном Сарајеву, Филозофски факултет Пале, Посебна издања, Научни скупови, књ. 4, том 1, 189–200.
- Јовановић Симић 2012: Ј. Јовановић Симић, Интервју као новинарска врста, *Узданица – часопис за језик, књижевност, уметност и педагошке науке*, IX, св. 2, 7–22.
- Јовановић 2013: Ј. Јовановић, *Лингвистички и стилистички аспекти проучавања реченице*, Београд: Јасен.
- Јовановић Симић 2015: Ј. Јовановић Симић, Нека запажања о језичком и стилском кодирању реклама, *Књижевност и језик*, LXI, св. 1-2, 15–28.

- Јовановић Симић 2017а: Ј. Јовановић Симић, Нека могућа термилошка разграничења у теорији текста: хипертекст, хипотекст, паратекст, псеудотекст, квазитекст. *Научни састанак слависта у Вукове дане*, Зборник МСЦ, 46/3, 86–93.
- Јовановић Симић 2017б: Ј. Јовановић Симић, О композицији текста са лингвистичког гледишта, *Српски језик*, XXII, 75–93.
- Јовановић–Лазаревић 2005: Н. Јовановић и Д. Лазаревић, *Агенцијско новинарство (минимум речи – максимум чињеница)*, Београд: Факултет политичких наука, Чигоја штампа.
- Јовановић–Симић 2004: Ј. Јовановић и Р. Симић, Генеза и еволуција функционалних стилова у српском језику, *Научни састанак слависта у Вукове дане*, Зборник МСЦ, 32/1, 39–53.
- Јовановић–Симић 2009: Ј. Јовановић и Р. Симић, Текст као комуникацијска и језичка структура, *Српски језик*, XIV/1-2, 591–628.
- Јовановић Симић–Симић 2015: Ј. Јовановић Симић и Р. Симић, *Вербатологија. Лингвистичке основе науке о вербализацији света*, Београд: НДСЈ и Јасен.
- Јука 2007: D. Juka, *Priručnik za novinske novinare*, Mostar – Čitluk: Matica hrvatska – Ogranak Čitluk.
- Катнић–Бакаршић 1999: М. Катнић–Бакаршић, *Lingvistička stilistika*, Open Society Institut, Center for Publishing Development, Electronic Publishing Program, October 6. u. 12, H-1051, Budapest, Hungary, www.osi.hu/ep.
- Клаић 1972: В. Клаић, *Veliki rječnik stranih riječi*, Zagreb: Zora.
- Келнер 2004: Д. Келер, *Медијска култура*, Београд: Клио.
- Клајн–Шипка 2008: И. Клајн и М. Шипка, *Велики речник страних речи и израза*, Нови Сад: Прометеј.
- Клеут 2008: М. Клеут, *Научно дело од истраживања до штампе: техника научноистраживачког рада*, Нови Сад: Академска књига.
- Кликовац 2010: Д. Кликовац, *Скрипта из прагматике и лингвистике текста*, Београд: Филолошки факултет. Преузето са: <http://pragmatika.fil.rs>.
- Кнежевић 1980: D. Knežević, *Analiza učestalosti slova u križaljката*, Vjelovar.
- Кoadик 2005: Ив-Фр. Ле Кoadик, *Наука о информацијама*, Београд: Клио.
- Ковач–Розенстил 2006: Б. Ковач и Т. Розенстил, *Елементи новинарства – шта би људи који се баве новинарством требало да знају, шта би јавност требало да очекује*, Подгорица: Библиотека Посебна издања.

- Ковачевић 1991: М. Ковачевић, „Стилогене и нестилогене перифразе“, *Књижевни језик* XX/1-2, 57–72.
- Ковачевић 1995: М. Ковачевић, „Карактеристични језички поступци у оформљењу синтаксостилема“, *Научни састанак слависта у Вукове дане*, Зборник МСЦ, 33/2, 21–36.
- Ковачевић 2000: М. Ковачевић, *Стилистика и граматика стилских фигура*, III изд, Крагујевац: Кантакузин.
- Ковачевић 2009: М. Ковачевић, *Огледи из српске синтаксе*, Београд: Друштво за српски језик.
- Ковачевић 2012: М. Ковачевић, О граматичко-стилистичком терминосистему туђег говора, *Српски језик*, XVII, 13–38.
- Коделупи 1995: В. Коделупи, *Тржишна комуникација*, Београд, Клио.
- Кожина 1993: М. Н. Кожина, *Стилистика русског језика*, 3-е изд., Москва: Просвещение.
- Којић 1964: В. Којић, *Vijest, izvještaj, intervju, posebni stupci i rubrike*, *Suvremeno novinarstvo*, Zagreb: Stvarnost, 171–185.
- Кон 2001: Ж. Кон: *Естетика комуникације*, Београд, Клио, 2001.
- Коњик 2006: И. Коњик, Перифрастични предикат у новинским насловима, *Наш језик* XXXVII/1-4, 33–41.
- Кош 1967: Е. Кош, Предговор, У: Домановић 1967: 5–14.
- Крижанић 1951: Р. Р. Крижанић, *Karikatura u dnevnoj štampi*, *Naša štampa*, br. 4, 111–119.
- Крњевић 1992: Х. Крњевић, Сраказам, У: *Речник књижевних термина*, Београд, 693.
- Крис 1970: Е. Крис, *Психоаналитичка истраживања у уметности*, Београд.
- Кристал 1988: Д. Кристал, *Енциклопедијски речник модерне лингвистике*, Београд, Нолит.
- Кристал 1995: Д. Кристал, *Кембричка енциклопедија језика*, Београд: Нолит.
- Кукинг 2003: Џ. Кукинг, *Методологија израде научног текста: како се пише у друштвеним наукама*, Подгорица: ЦИД.
- Куртић 2005: Н. Куртић, *Како писати за медије: догађај, вијест, извјештај*, Сарајево: Медиа план Институт.
- Лазаревић 1999: М. Лазаревић, *Енигматски магични квадрати*, Београд.
- Лазаревић–Вуковић 2007: М. Лазаревић и Ј. Вуковић, *Лексикон српских енигмата*, Београд.

- Лазих 1960: Б. Лазих, Задаци савременог новинара, *Савремена средства информације*, Југословенски институт за новинарство.
- Лекић 2008: С. Лекић, *Колумне из магазина Status*, Београд: Службени гласник, Statusteam.
- Ливис 2012: Ф. Р. Ливис, Масовна цивилизација и мањинска култура, у: *Студије културе*, пр. Јелена Ђорђевић, Београд: Службени гласник, 43–50.
- Липовчанин 2006: Sr. Lipovčan, *Mediji – druga zbilja?* Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- ЛН 1979: *Лексикон новинарства*, Савремена администрација, Београд.
- Лоример 1998: R. [Lorimer](#), *Masovne komunikacije*, Beograd: Clio.
- Лотман 1970: J. Lotman, *Predavanja iz strukturalne poetike*, Sarajevo.
- Лукач 1998: С. Лукач, Објективно и субјективно, *Савремено новинарство*, Београд: Факултет политичких наука, Чигоја штампа.
- Лукач 1970: С. Лукач, *Теорија и техника новинарства*, Београд: Скрипта Факултета политичких наука – одсека за новинарство.
- Мажарски 1965: J. Мајарски, Репортажа, *Новинарство*, бр. 2, 127–138.
- Маловић 1995: St. Malović, *Novine*, 1. izd. Zagreb: Dr. Stjepan Malović.
- Маловић 1996: St. Malović, *Bogatstvo izražaja, Uvod u novinarstvo* (ur. Sherry Ricchiardi i Stjepan Malović). Zagreb: Izvori.
- Маловић 2003: St. Malović, *Novine*, 2. izd. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- Маловић 2005: St. Malović, *Osnove novinarstva*, Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Ман 1996: De P. Man, The concept of irony, u: *Aesthetic Ideology*, Minnesota.
- Манович 2001: Л. Манович, *Језик нових медија*, Београд: Clio.
- Маринковић 1974: Н. Маринковић, Роман у листу, *Ствараоци и дела*, Први програм Радио-Београда, 19. децембра.
- Маричић 2002а: Б. Маричић, *Односи са јавношћу*, Београд: Економски факултет.
- Маричић 2002б: Б. Маричић, *Понашање потрошача*, Београд: Савремена администрација.
- Марковић 1978: Sl. Ž. Marković, *Zapisi o književnosti za decu*, Beograd: Naučna knjiga.
- Маркс 1960: К. Маркс, *Прилог критици политичке економије*, Београд: Нолит.
- Матић 1956: Д. Матић, Анкета о репортажи, *Наша штампа*, бр. 41, 44–51.

- Мацановић 1967: Х. Мацановић, Интервју на радију и телевизији, *Новинарство*, бр. 2–3, 78–86.
- Мебијус 1992: Ж. Мебијус, Зацртано и предодређено, *Градац*, Ниш, 104/105, 11–12.
- Мекчесни–Херман 2001: Р. [Mekčesni](#) и [E. Herman](#), *Globalni mediji*, Београд: Clio.
- МЕРП 1959: *Мала енциклопедија Просвета*, Београд: Просвета.
- Миладиновић 2013: М. Миладиновић, Novinska karikatura: Crtež kao hiljadu reči, *B&F Plus/Kultura*. URL: http://bif.rs/2013/05_novinska-karikatura-crtez-ka-hiljadu-reči (2013-03-05).
- Милановић 1998: А. Милановић, Синтаксички параметри за одређивање квалитета реторичког исказа, Зборник *Језик и култура говора у образовању*, Београд, 256–262.
- Милановић 2000: А. Милановић, Стереотипност и креативност у структури новинске вести при генези српског новинарског подстила, *Српски језик*, V/1-2, 623–639.
- Милановић 2002: А. Милановић, Настанак српске новинске фразеологије, *Научни састанак слависта у Вукове дане*, Зборник МСЦ, 30/1, Београд, 97–104.
- Милановић 2005: А. Милановић, Утицај рекламног дискурса на новинарски (под)стил, Шести лингвистички скуп *Бошковићеви дани*, Подгорица: ЦАНУ, 307–319.
- Милановић 2006: А. Милановић, Цитатност као језичка игра у насловима београдске дневне штампе, *Српски језик*, 11/1-2, година XI, 385–406.
- Милер 1971: К. Милер, Фичер, *Информисање у пракси*, бр. 9, 32–45.
- Милер 1995: D. Miller, *On Nationality*, Oxford: Clarendon Press.
- Милисавац 1965: Ж. Милисавац, *Стилистика српског језика*, Нови Сад, Београд: Матица српска и Српска књижевна задруга.
- Милојевић 2004: Б. Миливојевић, *Антологија нишког стрипа*. Ниш: Просвета;
- Миљковић 1979: Ђ. Миљковић, ур., *Лексикон новинарства*, Београд: Савремена администрација.
- Митровић 1960: Ж. Митровић, Једна прелазна врста (белешка, осврт, цртица), *Наша штампа*, бр. 81, 33–45.
- Мићуновић 2000: Ј. Мићуновић, *Речник књижевних термина (стилске фигуре и други изрази)*, Београд: Српска школска књига.
- Младенов 1974: М. Младенов, *Врсте, модели и функције тропа у српских лиричара XIX века*, Ниш – Београд.
- Младенов 1980: М. Младенов, *Новинарска стилистика*, Београд, Научна књига.

- Младенов 1987: М. Младенов, *Метафора у језику јавног информисања*, Београд: Култура.
- Монков 1973: М. Monkov, Intervju, *Informisanje u praksi*, br. 1, 66–79.
- Најхолд 2013: В. Najhold, Novinska karikatura: Crtež kao hiljadu reči, 'Direktor muzeja koji ne postoji', *B&F Plus/Kultura*. URL: [http://bif.rs/2013/05 novinska-karikatura-crtez-ka0-hiljadu-reči](http://bif.rs/2013/05/novinska-karikatura-crtez-ka0-hiljadu-reči) (2013-03-05).
- Недељковић 1985: М. Недељковић, Теорија новинарских жанрова, у: *Новинарство*, Београд: Институт за новинарство.
- Недић 2009: М. Недић: *Средња линија критике*, Политика, 27. 09. 2009, у 22.00. Politika Online. – www.politika.rs
- Недић–Ганапатисубрами–Вазиликос 2013: Ј. Nedić, В. Ganapathisubramani and ЈС Vassilicos, Drag and near wake characteristics of flat plates normal to the flow with grafted edge geometries, *Fluid Dynamics Research*, 45, vol. 6, 061406.
- Новосел и др. 2006: С. Новосел и др., *Интернет-новинарство. Приручник за радионицу*. Крижевци: П.О.И.Н.Т.
- Нордфорс 2010: Д. Нордфорс, *Раздвајање новинарства и медија*. [Интернет]. Доступно на: <http://www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/razdvajanje-novinarstva-i-medija>.
- Нушић 1938: Б. Нушић, *Реторика – наука о беседништву*, 2. изд., Београд: Геца Кон.
- Обрадовић 1958: Сл. М. Обрадовић, *Како да postanем новинар*, Београд: Графичко предузеће 'Сл. Јовић'.
- Обрадовић 2007а: Ђ. Obradović (ur.), *Djelo novinara Rudimira Roteru*, Dubrovnik.
- Обрадовић 2007б: Ђ. Obradović, *Otkrivanje Roteru*, Zagreb: ICEJ.
- Ожилви 1985: D. Ogilvy, *On Advertising*, New York: Vintage Books.
- Остин 1994: Ц. Остин, *Како деловати речима*, Нови Сад: Матица српска.
- Оташевић 1999: Ђ. Оташевић, *Речник нових и незабележених речи и израза*, Београд.
- Павић–Товирац 2008: З. Павић и З. Товирац, *ИД лица с насловница*, Београд: Службени гласник, Statusteam.
- Павловић 2004: М. Павловић, *Односи са јавношћу*, Београд: Мегатренд универзитет примењених наука.
- Павковић 2001: В. Павковић; *Слатки стрип*. Београд: Народна књига – Алфа.
- Пауновић 2003: М. Пауновић, *Укрштеница-краљица загонетки*, Београд: Народна књига и Алфа.
- Редик–Кинг 2001: R. Reddick and E. King, *Online journ@list using the Internet and other Electronic resources*, III edition, Fortworth: Harcourt College Publishers.

- Петровић 1964: В. Петровић, Варљиво пролеће, *Сабрана дела*, књ. I, Београд: Матица српска и Просвета.
- Петковић 2005: Р. Петковић, *Новинарство у теорији и пракси*. Београд: Антуријум.
- Петровић 1989: Вл. Петровић, *Новинска фразеологија*, Нови Сад: Књижевна заједница Новог Сада.
- Пленковић 1987: М. Plenković, *Teorija i praksa suvremenog novinarstva*, Zagreb: Grafoimpex.
- Поповић 2007: Т. Поповић, *Речник књижевних термина*, Београд: Логос Арт.
- Почеци српске књижевне критике 1979: Матица српска: Нови Сад, Београд: Институт за књижевност и уметност.
- Прокопљевић 2013: Ј. Prokorpčević, Novinska karikatura: Crtež kao hiljadu reči, 'За критику је потребна опозиција', *B&F Plus/Kultura*. URL: <http://bif.rs/2013/05/novinska-karikatura-crtez-kaohiljadureci> (2013-03-05).
- Прокопљевић 2017: Ј. Прокопљевић, Босански лонац, *Политика*, 12. 03. 2017. Politika Online. – www.politika.rs
- Проп 1984: Вл. Проп, *Проблеми комике и смеха*, Нови Сад: Књижевна заједница Новог Сада.
- Радовановић 1990: М. Радовановић, *Списи из синтаксе и семантике*, Нови Сад.
- Радовановић 1997: М. Радовановић, *Списи из контекстуалне лингвистике*, Нови Сад, Издавачка књижарница Зорана Стојановића.
- Радуловић без г.: М. Радуловић, *Видови српске књижевне критике*, Београд: Институт за књижевност и уметност.
- Рајнвајн–Младенов 1980: Љ. Рајнвајн и М. Младенов, *Облици новинског изражавања*, Београд: Завод за образовање административних кадрова СРС, Стручна књига.
- Рајнвајн 1988: Љ. Рајнвајн, *Стваралаштво новинара*, Београд, Научна књига.
- Ракита 2003: Б. Ракита, *Међународни маркетинг*, Београд: Економски факултет.
- Ратмаир 1991: R. RATNMAJR, Nominale Anrede im gesprochenen Russischen, Serbokroatischen und Tschechischen. У: Reuther, Tilman (Hrsg.), *Slavistische Linguistik*, München, 265–309.
- Рашовић 1989: С. Рашовић, Лингвистичка пресупозиција и стилистика новинских наслова, *Новинарство* 25/1-2, Београд, 94–97.
- РКТ 1992: *Речник књижевних термина*, Београд: Институт за књижевност и уметност, Нолит.

- РМС 1967–1976: *Речник српскохрватског књижевног језика*, св. 1–6, Нови Сад: Матица српска.
- Рот 2004: Н. Рот, *Знакови и значења: вербална и невербална комуникација*, Београд: Плато.
- Рош, ла 2001: W. von La Roche, *Einführung in den praktischen Journalismus*, München: 15. Aufl., List Verlag.
- Рус-Мол 2005: Шт. Рус-Мол и А. Ј. Загорац Кершер, *Новинарство*, Београд: Клио.
- РСАНУ 1971: *Речник српскохрватског књижевног и народног језика*, Књ. VII. Београд: Институт за српскохрватски језик.
- Серл 1991: Ц. Серл, *Говорни чиновни*, Београд: Полит.
- Силић 1967: Ј. Силић О разграничавању граматичког и стилистичког плана језика, *Књижевност и језик XV/1-2*, 28–36.
- Силић 2006: Ј. Силић, *Функционални стилови хрватског језика*, Загреб: Диспут.
- Симеон 1969: R. Simeon, *Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva I-II*, Zagreb: Matica hrvatska.
- Симић 2000: Р. Симић, *Стилистика српског језика*, Београд: Филолошки факултет.
- Симић 2001: Р. Симић, *Опита стилистика*, Београд: НДСЈ и Јасен.
- Симић–Јовановић 2002а: Р. Симић и Ј. Јовановић, *Основи теорије функционалних стилова*, Београд: НДСЈ и Јасен.
- Симић–Јовановић 2002б: Р. Симић и Ј. Јовановић, *Српска синтакса*, Београд: НДСЈ и Јасен.
- Симић–Јовановић 2015: Р. Симић и Ј. Јовановић Симић, *Опита стилистика*, 3. изд., Београд: НДСЈ и Јасен.
- Скерлић 1925: Ј. Скерлић, *Омладина и њена књижевност (1848–1871)*, Београд: Издавачка књижарница Напредак.
- Скерлић 1964: Ј. Скерлић, *Књижевне критике*, Београд: Рад.
- Скерлић 1967: Ј. Скерлић: *Историја нове српске књижевности*, Београд: Просвета.
- Славковић 1973: Д. Славковић, *Увод у новинарство*, Београд: Просвета.
- Славковић 1975: Д. Славковић, *Основи новинарства и информисања*, Београд.
- Славковић 1979а: D. Slavković, *Komentator, Leksikon novinarstva*, Београд: Savremena administracija.
- Славковић 1979б: D. Slavković, *Novinarstvo, Leksikon novinarstva*, Београд: Savremena administracija.

- Славковић 1979в: D. Slavković, *Oblici novinarskog izražavanja*, *Leksikon novinarstva*, Београд: Savremena administracija.
- Собел 1981: M. E. Sobel, *Lifestyle an Social Structure*, New York: Academic Press.
- Станојевић 2004: Д. Станојевић, *Медији и начела дијалога*, Панчево: Мали Немо.
- Станојевић 2010: З. Станојевић, *Места за све колумнисте*. [Интернет]. Доступно на: <http://www.blogodak.com/?search=naravno&page=380> [21. mart, 2010]
- Станојевић 2014: N. Stanojević, *Karikaturista ne može da promeni svet*, *Intervju sa Sašom Dimitrijevićem*, *niškim karikaturistom*. URL: <http://negoslava.blogspot.com/2014/07/karikaturista-ne-moze-da-promeni> (2014-07-18).
- Стевановић 1969: М. Стевановић, *Језик у дневној штампи*, *Наш језик*, Београд, Институт за српскохрватски језик, 26–33.
- Стевановић 1991: М. Стевановић: *Савремени српскохрватски језик (граматички системи и књижевнојезичка норма). I Увод, Фонетика, Морфологија*, Београд: Научна књига.
- Стефановић 1976: М. Стефановић, *Редиговање*, Скрипта за полазнике Новинарске школе, Београд: Новинарска школа у Београду.
- Стјуарт 1767: J. Steuart, *An Inquiry into the Principles of Political Economy*, t. II, London. – In: Маркс 1960.
- Стојковић 2002: В. Stojković, *Identitet i komunikacija*. Београд: Fakultet političkih nauka, Ћигоја штампа.
- Столац 1991: Д. Столац, *Стваралачка одступања од језичке норме у публицистичком стилу*, Сарајево: Језик и стил средстава информисања.
- Татаренко 2009: А. Татаренко, *Шаховско поље укрштенице*, *Повеља 3*, Народна библиотека „Стефан Првовенчани“, Краљево, 162–165.
- Теофиловић 1998: V. Teofilović, *Aforizam kao književna vrsta*, *Aforizmi*. URL: <http://aforizmi.org/zasto/knjizvr1.htm> (1998).
- Тешић 2005: М. Тешић, *Давнашњи српски ликовни израз у раму европске ликовне укрштенице*, *Летопис Матице српске*, април, Нови Сад, 654–658.
- Тодоровић 1965: Ж. Тодоровић, *Улога конференције за штампу у обавештавању новинара и утврђивању њихових ставова*, *Новинарство*, бр. 2, 32–41.
- Тодоровић 1998: Н. Тодоровић, *прир.*, *Савремено новинарство*, Београд: Факултет политичких наука, Ћигоја штампа.

- Тодоровић 2002: Н. Тодоровић, *Интерпретативно и истраживачко новинарство*, Београд: Чигоја штампа.
- Томић 2003: З. Томић, *Комуникологија*. Београд: Чигоја штампа
- Томић 2004: З. Томић, *Комуникација и јавност*. Београд: Чигоја штампа
- Томић 1985: С. Томић, *Стрип, порекло и значај*, Нови Сад: Форум;
- Тошовић 2002: Б. Тошовић, *Функционални стилови*, Београд: Београдска књига.
- Требјешанин 2009: Ж. Требјешанин, *Мач, штит и мелем*, Зрењанин.
- Тривунац 1998: Владета Тривунац, *Како решавати словне ребусе*, Панчево: ИКП „Ден Сателит“ и књижара „Прота Васа“.
- Тривунац 2006: Вл. Тривунац, *Клинови, пирамиде и варијације*, Београд.
- Тривунац 2008: Вл. Тривунац, *565 једнословних ребуса*, Београд.
- Тривунац 2009: Вл. Тривунац, *Анаграмна казивања*, Београд.
- Трифковић 1976: Р. Трифковић, *Читајући*, Сарајево: Свјетлост.
- Туцаков 2000: А. Туцаков, *Стрип у Србији 1975-1995*, Београд. Доступно на: <http://www.tolkien.rs> [22. 03. 2010.].
- Ћириловић 1998: М. Ћириловић, Од вести до колумне, *Савремено новинарство*, Факултет политичких наука, Београд: Чигоја штампа, 15–24.
- Ћорилић 2005: Н. Ћорилић, Цртица, *Корац*, бр. 38, св. 1–2, 48–59.
- Успенски 1979: Б. Успенски, *Семiotics иконе*, Београд: Нолит.
- Фергусон–Клајн–Тајлер Истман 2004: А. Д. Фергусон, А. Р. Клајн и С. Тејлор Истман, *Промоција и маркетинг електронских медија*. Београд: Клио.
- Финци 1956: Е. Финци, Анкета о репортажи, *Наша штампа*, бр. 41, 93–99.
- Форд 1951: Н. Ford, *My Life and Work*, New York: The Amazon Book Review.
- Фром 1986: Е. From, *Zdravo društvo*, Zagreb: Naprijed.
- Хабермас 1969: Ј. Хабермас, *Јавно мњење*, Београд: Научна књига.
- Хаузер 1966: А. Хаузер, *Социјална историја уметности и књижевности*, Београд: Култура.
- Хегел 1970: F. V. Hegel, *Estetika* 1–3, Beograd: Kultura.
- Хорнби 2006: А. Hornby, *Oxford advanced learner's dictionary*, VII edition. London: Oxford University Press.
- Христић 1968: Ј. Христић, *Облици модерне књижевности*, Београд: Нолит.
- Чакар 1990: М. Чакар, Лавиринт цикличне укрштенице, *Израз* 7–8, Сарајево, 133–134.
- Чејни 2003: Д. Чејни, *Животни стилови*, Београд: Клио.

- Черпахов 1962: М. С. Черпахов: О интервјуу, Информативни билтен *Новинарство*, бр 1, 35–47.
- Чичовачки 2002: П. Чичовачки, *Свет у ком заједно живимо: филозофска укрштеница*, Никшић: Jasen.
- Џефкинс 2003: F. Džefkins, *Oglašavanje*, Београд: Clio.
- Џоунс 2001: С. Џоунс, *Виртуелна култура: идентитет и комуникација у кибер-друштву*. Београд: Чигоја штампа
- Шипка 2004: Д. Шипка, Тежак рад при читању новина, *Језик данас*, 8, 19/20, 11–13.
- Шкиљан 1989: Д. Шкиљан, *Лингвистика свакодневице*, Нови Сад: Књижевна заједница Новог Сада.
- Шкроб 1981: Z. Škreb, *Književnost i povijest svijeta*, Zagreb.
- Шћекић 1960: Ј. Шћекић, О интервјуу, *Савремена средства информације*, Београд: Југословенски институт за новинарство, 77–92.

ИЗВОРИ

1. Штампани извори – часописи и листови

- Блиц 2007: *Blic*, 4. septembar 2007.
- Блиц 2009а: *Blic*, 29. мај, 2009, br. 4414, 29.
- Блиц 2009б: *Blic*, 2. jun 2009. – Potp.: Vl. Pavićević, „Bezvezni režim“, Fakultet političkih nauka.
- Блиц 2009в: *Blic*, 11. jul 2009. – Potp.: Z. Tomić, „Slepilo“.
- Блиц 2010г: *Blic*, 1. januar 2010, 13. – Potp.: B. Mraković.
- Блиц 2010д: *Blic*, 3. januar 2010., 4–5, „Blic Knjiga“. – Potp.: A. Gatalica.
- Блиц 2010ђ: *Blic*, 3. januar 2010, 28.
- Блиц 2010е: *Blic*, br. 4730, 13. april 2010, 29.
- Блиц жена 2010: *Blic žena*, br. 282, 12–18. april 2010, 70–71.
- Венац 1972: *Венац*, Омладинска ревија за књижевност, уметност и културу, 04. VIII 1972,
- Венац 1978: *Венац*, Омладинска ревија, бр. 63, 4/1978, 53. – Потп.: М. Шарац.
- НИП, *Дечје новине*, Горњи Милановац.
- Весела свеска 1971: *Весела свеска*, год. XX, бр. 4, 1971.
- Вечерње новости 2008: *Вечерње новости*, од 10. до 22. фебруара 2008.
- Вечерње новости 2009: *Вечерње новости*, 5. јул 2009. – Потп.: Д. Збиљић, „Еутаназија Вуковог писма“.
- Вечерње новости 2010а: *Вечерње новости*, 11. април 2010, 25–28.
- Вечерње новости 2010а: *Вечерње новости*, 1. мај 2010, бр. 2332.
- Време 2010: *Vreme*, 4. mart 2010, feljton „Jedinica“. – Potp.: Filip Švarm.
- Данас 2010: *Danas*, 4. mart 2010. – Potp.: M. Velikonja.
- 24 сата 2010: *24 сата*, рубр. „Вести“, 6. април 2010.
- Дневник 1955: *Новосадски Дневник*, јули 1955. – Потп. Жупан.
- Дневник 2017: *Дневник*, „Пребрза“, бр. 75, 18. – Потп.: А. Ракоњац.
- Домановић 1967: Р. Домановић, *Сатире*, Београд: Полит.
- Ђачко доба 2007: *Ђачко доба*, Београд: ИГП Прво слово.
- Ел десперадо 1969: *El desperado*, Stripoteka, Zagreb, 1969.
- Ем магазин 1997: *M magazin*, februar 1997.
- Енигматика 2010: *Енигматика*, бр. 289, 30. март 2010.

Етна 1918: *Етна*, бр. 170, мај–јун, год. XVIII. – Аутор Р. Павловић, „Докоњаџи“.
 Загорови стрипови 2008: *Загорови стрипови: Шума замки, Нестали тотем, летећи човек и загор у опасности*, Београд: Библиотека Загор.
 Илустрована Политика 1980: *Илустрована Политика*, бр. 1126, 3. мај, 1980, 61–63.
 Жеж 1976а: *Жеж*, бр. 3027, 1976, 8. – Потп.: З. Николић Зозон.
 Жеж 1976б: *Жеж*, бр. 3028, г. 1976, 7.
 Космополитан 2008: *Cosmopolitan*, avgust 2008.
 Лепота и здравље 2009: *Lepota i zdravlje*, mart 2009.
 Мали витез 2005: *Мали витез 2*, Земун, бр. 5–15, 2005.
 Мали Кекеџ 1971: *Мали Кекеџ*, бр. 2, 1971. – Аутор: Д. Радовић, „Вукова азбука“.
 Метро 2009: *METRO*, 6. decembar 2009.
 Мобилни 2009: *Mobilni*, decembar 2009, 21.
 НИН 2010: *НИН*, бр. 3093, 8. април 2010, 81.
 Печат 2008: *Pečat*, 22. februar 2008. – Потп.: М. Вићелић.
 Политика 1904: *Политика*, бр. 16, 27. јануар 1904.
 Политика 1913: *Политика*, 31. август 1913.
 Политика 1941: *Политика*, 16. март 1941.
 Политика 1959: *Политика*, 30. септембар 1959.
 Политика 1979: *Политика*, 25. април 1979.
 Политика 2003: *Политика*, 3. јануара 2003, 22. – Потп. Сл. Симић.
 Политика 2009а: *Политика*, 5. април 2009, 29.
 Политика 2009б: *Политика*, 14. јуни 2009, 27.
 Политика 2009в: *Политика*, среда, 1. јул 2009. – Потп.: М. Бркић, „Министарска битка“.
 Политика 2009г: *Политика*, 15. новембар 2009. – Потп.: Ј. Ц.
 Политика 2009д: *Политика*, 21. новембар 2009. – Потп.: Н. К.
 Политика 2009ђ: *Политика*, 31. децембар 2009, 2. – Потп.: М. Л.
 Политика 2009е: *Политика*, 31. децембар 2009, 3. – Бета.
 Политика 2009ж: *Политика*, 31. децембар 2009, 18. – Потп.: С. Тодоровић.
 Политика 2009з: *Политика*, 31. децембар 2009, 19. – Потп.: Б. Пејовић.
 Политика 2009и: *Политика*, бр. 3012. – „Прича о скијашком штапу“.
 Политика 2010а: *Политика*, 3. јануар 2010, 24.
 Политика 2010б: *Политика*, 4. јануар 2010, 17. – Потп: М. Стојаковић и А. Милетић.
 Политика 2010в: *Политика*, 17. март 2010.

Политика 2010г: *Политика*, 18. март 2010.

Политика 2010д: *Политика*, „Разбигра“, 2. април, 2010, бр. 34, 6.

Политика 2010ђ: *Политика*, бр. 34635, 11. април 2010, 22.

Политика 2015а: *Политика*, 5. новембар, 2015.

Политика 2015б: *Политика*, 9. децембар 2015.

Политика 2018а: *Политика* 2. мај 2018, 27.

Политика 2018б: *Политика*, И наши Кипрани инвестирају у Србију, 11. мај 2018, 11.

Политика 2018в: *Политика*, 20. мај 2018, 7.

Политика 2018г: *Политика*, 20. мај 2018, 11.

Политика 2018д: *Политика*, 21. мај 2018, 12.

Политика 2018ђ: *Политика*, 21. мај 2018, 19.

Политика 2018е: *Политика*, 16. јуни 2018, 3.

Политика 2018ж: *Политика*, 16. јуни 2018, 9.

Политикин Забавник 1991: *Политикин забавник*, 24. јуни 1991.

Политикин Забавник 2010: *Политикин забавник*, бр. 3035, 9. април 2010, 42–43.

Политикин Магазин 2010а: *Политикин Магазин*, бр. 640, 3. јануар 2010, 8.

Политикин Магазин 2010б: *Политикин Магазин*, бр. 640, 3. јануар 2010, 15.

Политикин Магазин 2010в: *Политикин Магазин*, 4. јануар 2010, 10–11. – Потп.: А. Мијалковић.

Политикин Магазин 2010г: *Политикин Магазин*, 4. јануар 2010, 10–11. – Потп.: А. Мијалковић.

Политикин Магазин 2010д: *Политикин Магазин*, 4. јануар 2010, 18.

Политикин Магазин 2018: *Политикин Магазин*, 20. мај 2018, 22.

Православље 2010: *Православља (новине Српске патријаршије)*, јануар 2010, 36.

Прес 2009а: *Прес*, 27. јун 2009, Коментар дана. – Потп.: Р. Недић, „Специјално васпитање“.

Прес 2009б: *Прес*, 26. октобар 2009, Коментар дана. – Потп.: М. Гериф, „Волим и ја наранце“.

Прес 2010а: *Press*, 27. avgust 2010, 9.

Прес 2010б: *Press*, 27. avgust 2010, 13.

Прес 2010в: *Press*, 27. avgust 2010, 29.

Прес 2010г: *Press*, 27. avgust 2010, 34.

Разбигра 2010: *Разбигра*, Политика, 2. Ап

Ревија Ауто: *Ревија Ауто*, бр. 22. јануар 2010, 5. – Потп.: Љ. Трифуновић.

РТВ 2008: *Радио Телевизија Војводине*, 04. мај 2008, 02:03.
Сатирикон 1981: *Сатирикон*, бр. 2, 1981, 90. – Аутор: Н. Димитријевић, „Вођа“.
СГ 2009: *Службени гласник РС*, бр. 135/04, св. 36, 2009.
Сканди свет 2010: *Сканди свет*, бр. 3, 15. април 2010.
Спортски журнал 2009: *Спортски журнал*, бр. 6970, 9. новембар 2009.
Српска реч 1996: *Српска реч*, 3. октобар 1996. – Група аутора.
ТВ Новости 1980: *ТВ Новости*, ООУР ТВ Новости, РО 'Борба' – Београд, бр. 808, јун 1980, година XVII, 20–27.
Форд 2009: Алан Форд, *Неслане шале, Тако је настала група ТНТ, Чудо, Благо Инка и Телефон пријатеља*, Нови Сад: Колор Принт.
Џој 2009: *Јоу*, јул 2009.
Школарка 2008: *Школарка*, Нова школа, Београд, бр. 95–110, 2008.

2. Електронски извори – онлајн издања

<http://www.ablongman.com>
<http://www.aforizmi.org/etna/etna49/etna8.htm> [2005-09-01]
<http://www.aforizmi.org/etna/etna170/index.htm>
http://www.begrad.rs/cms/lat_oglas.php Веб. Sine anno [s.a.]
<http://www.bitef-blog.rs/?p=486>
<http://www.blic.rs>
<http://www.blic.rs/Zabava/Vesti/184763/Ovo-je-lepa-prica-o-Vasi-Ladackom/komentari#ostali> [14. април 2010]
<http://www.blic.rs/kultura/vesti/otvorena-izlozba-karikatura-pjera> [2013-06-27]
<http://www.blogodak.com/?search=naravno&page=380>
<http://www.bs.medicine-guidebook.com/gendernaya-psihologiya789prilojenie-42109.html>
<http://www.whatis.techtarget.com>
<http://www.vesti.rs/Vesti/Kolektivno-vencanje-400-parova-u-Beogradu.html>
<http://www.vencanja.com/najava.html>
<http://www.wikipedia.com>
<http://www.dadalos.org/srbija/Volbiler/Rabin/traurrede.html> [18.03.2010]
<http://www.dizajnersi.com>
<http://www.ess.org.rs/images/prve%20uk%20reci%202.jpg>

<http://www.zmajeve-decje-igre.org.rs>
<http://www.E-novine> [Dragan Radulović – 04.08.2009]
<http://www.journalism.org>
<http://www.jprof.com>
<http://www.krizevci.info>
<http://www.kupujemo.rs>
<http://www.mamboserver.com>
<http://www.mambo-hr.com>
<http://www.mambo.posluh.hr>
<http://www.matematika.etf.bg.ac.yu/ljudi/st/NekrologStevanuTurajlicu.doc> [18.03.2010]
<http://www.mondo.rs/a264104/Magazin/Zdravlje/ANKETA-Da-li-se-zdravo-hranite.html>
<http://www.negoslava.blogspot.com> [2014-07-18]
<http://www.nezavisne.com>
<http://www.netnovinar.org>
<http://www.nin.co.rs>
<http://www.ojr.org>
<http://www.paradoksija.blogspot.com/2010/03/tik-tak-casopis-uz-koji-se-odrastalo.html>
<http://www.poynter.org>
<http://www.politika.rs>
<http://www.politika.rs> [2009-11-01]
<http://www.politika.rs> [2009-11-15]
<http://www.politika.rs> [2009-11-29]
<http://www.politika.rs> [2010-02-21]
<http://www.politika.rs> [2015-11-07]
<http://www.politika.rs/vesti/najnovije-vesti/index.1.sr.html#v131381> [15. април 2010]
<http://www.politikin-zabavnik.rs/pz/index.php>
<http://www.politikin-zabavnik.co.rs/pz/tekstovi/prica-o-skijaskom-stapu>
<http://www.rebusi.blogspot.com>
<http://www.sr.articlesphere.com/Article/What-to-Write-in-Newspaper-Obituaries--Death-Notices-and-Funeral-Obituaries/176561> [17.03.2010]
<http://www.sr.wikipedia.org/sr/Enigmatika>
<http://www.srpskaenigmatika.blogspot.com>
<http://www.searchsmb.techtarget.com>
<http://www.teachervision.fen.com/journalism>

[http:// www.tojou.blogspot.com](http://www.tojou.blogspot.com)

<http://www.udruga-point.hr>

<http://www.firstmonday.org>

<http://www.FoNet.Beta.B92> [31. mart 2010. | 00:30 |]

<http://www.halooglasni> [13. 12. 2015]. Веб. Sine anno (s.a.)

Биографија

Ивана Јовановић рођена 1978. године у Крушевцу. Основне студије *Српски језик и књижевност са општом лингвистиком* завршила је на Филолошком факултету Универзитета у Београду. На истом факултету уписала је 2016. године докторске студије на модулу *култура*. Објављује радове у домаћим часописима – из области медиологије и теорије новинарства, са лингвистичког, вербатолошког, социолошког и културолошког аспекта. Учествовала је на међународним и националним скуповима и конференцијама. Ради као наставник српског језика и књижевности у Основној школи 'Свети Сава' у Крушевцу. vasdejks@gmail.com

Прилог 1.

Изјава о ауторству

Потписани-а Ивана Р. Јовановић
број уписа 16098/II

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

Лингвистичка и стилистичка истраживања
медиеолошких родова и брста

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена дисертација у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, 19.09.2018.

Ивана Јовановић

Прилог 2.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора Ивана Р. Јовановић
Број уписа 16098/1
Студијски програм ИАС-Модул култура
Наслов рада Лингвистичка и стилстичка изражавања медиолошких
родова и врста
Ментор проф. др Милош Ковачевић

Потписани Ивана Јовановић

изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис докторанда

У Београду, 19.09.2018.

Ивана Јовановић

Прилог 3.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

Лингвистичка и стилстичка истраживања
медииолошких родова и врста

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство
2. Ауторство - некомерцијално
3. Ауторство – некомерцијално – без прераде
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима
5. Ауторство – без прераде
6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

Потпис докторанда

У Београду, 19.09.2018.

Ивана Јвановић