

Арсеније М. Сретковић¹
Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Центар за проучавање језика и књижевности

ЛИНГВИСТИКА И СТИЛИСТИКА МЕДИОЛОШКИХ РОДОВА И ВРСТА

(Ивана Јовановић, *Лингвистика и стилистика медиолошких родова и врста*, Београд: Јасен, 2019, 408 стр.)

Издавачка кућа „Јасен“ објавила је 2019. године књигу под називом „Лингвистика и стилистика медиолошких родова и врста“, ауторке Иване Јовановић. Књигу чини текст докторске дисертације одбрањене на Филолошком факултету у Београду 2018. године, који је унеколико измењен према саветима чланова комисије.

У књизи се разматрају функције новинарства и анализирају се врсте новинских текстова са вербатолошког, текстолошког и језичко-стилског становишта. Истраживањем су обхваћени новински текстови објављени у штампаним и електронским медијима (претежно из дневних листова *Политика* и *Вечерње новости* из периода од 1999. до 2018. године). С обзиром на корпус, предмет и циљеве истраживања, ауторка бира медиолошки приступ.

Монографија обухвата три поглавља „Увод“ (11–45), „Новинарске форме у теорији и наставној пракси“ (45–61) и „Преглед новинарских врста“ (61–377). Као и „Увод“, на мање целине подељена су и поменута два поглавља. Најразвијенија подела заступљена је у трећем поглављу које заузима највећи број страница (61–377) и уз то, садржи резултате обављеног истраживања. На крају рада налази се „Општи закључак“ (377–395).

У „Претходним напоменама“, првој мањој целини „Увода“, поред основне функције новинарства, да информисе масу, истиче се и друга функција. Та друга функција је ширење „идеје оних у чије име новинар говори“ (11). Указивање на пропагандне циљеве новинарства и везу новинарства са структурама моћи доноси новине у погледу проучавања ове области. Новинарство може бити злоупотребљено, па је ова књига и покушај расветљавања могућих злоупотреба. На

1 arsenijekg034@gmail.com

тезу о злоупотреби медија, надовезује се теза о положају субјекта у систему информација. Човек у савременом свету информација није више субјекат, већ је објекат или како то ауторка каже „присилни конзумент” (15). Према томе, уколико читалац нема довољно знања о медијима, може постати подложен негативним утицајима пропаганде. Крајњи циљ пропаганде је обликовање свести, односно јавног мњења и то ауторка истиче: „Најснажнија полуга у стварању ‘јавног мњења’ заправо је штампа, а уз њу радио и телевизија-средства и облици јавног информисања.” (17). Изнете тврдње од великог значаја су и за просечног човека. Читање и размишљање о утицајима медија, води развијању критичке свести, а само читалац са развијеном критичком свешћу може се одупрети медијској пропаганди. Уз помињање медијских манипулација, описује се и јавно мњење у савременом свету. Унутар друштва постоји раслојеност и та раслојеност уочава се и у моћи деловања на медије. Док нижи друштвени слојеви не могу деловати на медије, виши слојеви то могу. То значи да одређени слојеви друштва управљају медијима обликујући садржаје сходно својим циљевима и интересима. Просечан човек бива само обичан прималац информација.

Друго потпоглавље уводног дела тиче се методолошког приступа и носи назив „Методолошки приступ: зашто медиологија”. Узимајући у обзир тврдње Режиша Дебреа да комуникологија чији су предмет проучавања друштвени односи у процесу споразумевања, није довољна „да објасни све појаве које се дешавају на том плану” (13), ауторка бира медиологију. Односно, ауторка бира приступ медиологије, јер је медиологија „проширено и продубљено истраживачко поље” (13). Лингвистичким методама додају се и „нова методолошка средства” (13).

Трећи одељак увода бави се облицима медијске комуникације („О облицима медијске комуникације”). Медије ауторка види као разуђену делатност „чија су методологија и начин деловања на људски ум још увек велика загонетка, и вероватно ће бити разрешена тек кад буде касно за превентивно или терапеутско деловање” (20). Медијски канали којима се преносе информације су бројни, те отуда и велики број новинских жанрова.

Разматрање облика медијске комуникације наставља се у четвртом одељку увода, само што је у том делу пажња посвећена жанровима у уметности и новинарству. Важан сегмент четвртог одељка увода јесте представљена подела жанрова преузета из литературе. Наиме, у њој су сви жанрови груписани у три велике групе: а) интерпретативно-ауторски; б) интерпретативно-дијалошки; в) интерпретативно-критички. У прву групу убрајају се: есеј, колумна, портрет, фелтон, репортажа, путопис и хумористичко-сатирични облици. Другу групу чине: интервју, анкета, изјава, округли сто, трибина, полемика и

памфлет. Напоследку, под интерпретативно-критичким жанровима подразумевају се: рецензија, приказ, критика, друштвена хроника, новинска критика и новинска критика уметничког дела. Представљену поделу жанрова ауторка одбацује и предлаже своју поделу.

Ауторкина подела, описана у „Уводу” је друкчија од познатих подела новинских текстова. Поређењем ње са претходном поделом, показује се да је предложена (ауторкина) подела прецизнија. Наиме, ауторка уместо три велике групе нуди седам врста новинских текстова. На тај начин обухватила је и жанрове којима у литератури није посвећено довољно пажње, па су се само убрајали у неку од поменутих трију група.

У праве новинарске текстове, ауторка убраја вест, извештај, коментар, чланак, белешку и репортажу. Посебним новинарским облицима сматрају се интервју, изјава, конференција за новинаре, округли сто и анкета. Трећу групу новинарских текстова чине прелазне новинарско-књижевне врсте, односно, текстови који поред публицистичких обележја имају и књижевне елементе. У ту скупину убрајају се кратка прича, фичер, портрет, роман у листу, фељтон, козерија, сатира, штампа за децу, новинска књижевна критика и карикатура. Четврту групу текстова ауторка назива мешовитим новинарским врстама и у њу убраја дописе читалаца и некрологе. Подела обухвата и текстове написане у сврхе оглашавања и рекламирања, па пето поглавље носи назив „Маркетиншко новинарство”. Последње две групе текстова су периферне новинарске врсте и текстови електронских медија.

Друго поглавље књиге „Новинарске форме у теорији и наставној пракси”, подељено је на три потпоглавља („Претходна разматрања о методолошко-теоријским аспектима проучавања новинских форми”, „О новинарским формама и жанровима у наставној пракси”, „Закључна разматрања”). У њему, централно место заузима однос медија и ученика. Имајући у виду да ученик може постати послушни реципијент у том односу, ауторка саветује веће ангажовање наставника на позицији између медија и ученика. Зато је кључно питање другог поглавља „шта може учинити наставник или професор да би новинску поруку учинио пријемчивијом?” (45). Одговор на постављено питање изложен је у наставку текста и у њему се истичу одређена упутства. Најпре, наставник има задатак да за обраду новинских текстова изабере прикладан и занимљив садржај. У разматрање садржаја новинских текстова морају се укључити ученици, они не смеју остати пасивни, што је са методичке стране врло значајно. У разматрању се полази од класификације и то не од оне предложене у књизи, већ од упрошћене (поделити новинске текстове на новинске у ужем смислу и специјализоване новинске текстове). Даље, ауторка саветује да ученици основних школа треба да обрађују писмене форме новинских текстова, а ученицима средњих школа треба додати и усмене форме. Циљ учења

о новинским формама текста јесте развијање способности тумачења, критиковања и одолевања медијским манипулацијама. Пре анализе текста, треба предузети четири корака. Први, поставити питање „шта је све то?“. Други корак, поставити питање „шта је, пак, новинарски садржај“. Потом, дефинисати новински текст и напослетку, сумирати градиво. Тек се након ова четири корака, може анализирати неки од новинских текстова. Два су главна циља наставе о новинским врстама текстова. Први је развијање критичке свести ученика, да би могли одолети медијским манипулацијама. Други је побољшавање њихове функционалне писмености. Ученици ће током наставе упознати функционалне стилове, те се на тај начин развија функционална писменост ученика. Сваки од ученика успеће да напише новински текст уколико је претходно прошао предложене фазе. Поступност је главна особина предложеног начина учења, па је и сам процес наставе одлично осмишљен. Ученик ће од првог сусрета са новинским формама текстова, постепено проширивати знања. Други квалитет ауторкиних предлога је прилагођеност узрасту. То се најбоље препознаје у препоруци новинских врста за основну и средњу школу.

Централно поглавље књиге („Преглед новинарских врста“) у којем је описано спроведено истраживање, подељено је на потпоглавља која носе следеће називе: „Прави новински текстови“ (61–134), „Посебни новинарски облици“ (134–173), „Прелазне новинарско-књижевне врсте“ (173–267), „Мешовите новинарске врсте“ (267–285), „Маркетиншко новинарство-огласи и рекламе“ (285–325), „Периферне новинарске форме“ (325–359) и „Новинарство на интернету“ (359–374).

Прави новински текстови пишу се у сврху информисања, те отуда њихов језик има следеће одлике: јасност, концизност, тачност, живост и складност (уп. 73). Најчешће се пишу поводом неког догађаја, односно, извештавају широке народне масе о дешавањима у разним друштвеним областима. Приликом састављања ове врсте новинских текстова, аутори теже да пренос информација буде објективнији.

Посебни новинарски облици подразумевају или интеракцију више лица (интервју или округли сто) или особен вид обраћања јавности (изјава, конференција). Циљ реализације интервјуа јесте да се „осветли неко питање“ (135). Конференција подразумева могућност постављања питања од стране публике, те и она почива на конверзацији. Округли сто подразумева разговор стручњака о једној теми, па је циљ да гледаоцима и читаоцима пружи широку „лепезу аргумената и мишљења“ (135). Друкчије речено, учесници треба да супротставе своја мишљења и изнесу своје аргументе. Њихов разговор мора бити у домену теме округлог стола. Поред поменутих жанрова, у посебне облике убраја се анкета, чију основну структуру чине питања. Организује се о одређеном питању и на одређени начин. У зависности од

питања, она може бити стручна, научна, административна и сл. (уп. 169).

Прелазне новинарско-књижевне врсте одликује мешовитост књижевних и публицистичких обележја. Новинска прича, као један од жанрова ове групе, одликује се краткоћом и једноставношћу. Често је њена тема повезана са искуствима савременог човека. Осим новинске приче, цртица такође има нека од књижевних обележја. Она најчешће представља „обичан догађај, посматран из посебног угла и написан посебним стилем” (197). Описани догађај је стваран, а интерпретација је уметничка. За разлику од цртице која описује догађај, портрет представља одређену личност из јавног живота (уп. 199). Да границе међу жанровима нису чврсте, ауторка показује издвајањем посебне врсте портрета. То је тзв. портрет-интервју који садржи комбинацију елемената двају жанрова. На основу изложених анализа, ауторка уочава да су главне карактеристике ове групе новинских текстова краткоћа, јасност и актуелност. Осим тога, често имају хумористичне и сатиричне елементе.

Мешовите новинарске врсте, ауторка дефинише овако: „Нама се чини да се мешовитим могу назвати најпре жанрови који формом подсећају час на једну час на другу врсту, дакле на вест и на неку од коментаторских или пропагандних врста текста” (267). Као први пример ове врсте, издвајају се дописи читалаца. Њима се придружују некролог и сталешке вести. Неке од особина некролога су: навођење академских титула (уколико их има), навођење података о каријери, издвајање особина преминулог и сл. Под сталешким вестима ауторка подразумева текстове „на основу чије се стилогености и тема може утврдити друштвена атмосфера у различитим периодима наше новинске историје” (277). Ту спадају јавни позиви, опомене, обавештења, честитке и сл.

У потпоглављу насловљеном „Маркетиншко новинарство”, анализирају се огласи и рекламе. Најзначајнија запажања тичу се структурних одлика двају жанрова. Наиме, на структурном плану реклама је „по природи ствари праћена сликовним подацима, док је оглас чисто вербална структура без ликовне пратње и сл.” (289). Заједничка особина им је повезаност са тржиштем, те се отуда њихови садржаји тичу „понуде и потражње”.

Периферне новинске форме одликују сликовитост, занимљивост, загонетност, језгровитост и сл. Најчешће откривају „сазнање, поруку или поуку” (341). У ову групу убрајају се ребуси, укрштенице, енигматика, стрипови и сл.

У одељку „Интернет новинарство”, разматрају се електронски облици дневне штампе. Дигитализацијом су старији бројеви новинских листова постали доступни савременом читаоцу. Електронска издања су прилагођена потребама и очекивањима модерног човека.

Читалац тако има могућност да изабере садржај који га интересује. Језичке одлике оваквих текстова јесу јасноћа, сажетост, информативност и прегледност. Анализом се долази до закључка да електронски медији имају своје погодности. Током анализирања електронских медијских текстова, указује се на њихов начин писања, те се тако доприноси свеопштој функционалној писмености.

Код сваке врсте анализирају се композиција, језичко-стилске одлике и особености. Најпре се наводе дефиниције, те се тако издвајају различита виђења вести што заправо значи да је у основи посматрања вишеаспектност. Поступак ауторкине анализе жанра може се илустровати примером анализе вести. Наиме, ауторка разматра вест као жанр, па на самом почетку даје дефиниције „вест је основни облик новинарског рада”, затим следи друга дефиниција: „Вест је такав облик новинарског изражавања преко којег се јавност у најкраћим цртама, упознаје са неком чињеницом из живота”. Потом следи осврт на различите приступе дефинисању вести које су успоставили Љ. Рајван и М. Бјелица. Овакав приступ омогућава читаоцу упознавање са различитим виђењима вести, а такође, показује ауторкино познавање литературе. Након дефинисања вести, ауторка прелази на идентификацију особина вести. Особине се таксативно издвајају (актуелност, истинитост, значај, занимљивост). Након пописа особина, пажња се усмерава на структуру новинских форми. Узимајући у обзир структуру, ауторка даје преглед најразличитијих врста вести. Пратећи елемент казивања је навођење примера из дневне штампе. Овакав поступак доприноси информативности истраживања.

Дакле, у основи разматрања новинских врста у трећем поглављу књиге налази се описани поступак и он доприноси прегледности и информативности ове књиге. Разлике у казивању уочавају се на микроплану, односно последице су разлика међу врстама. Приликом разматрања појединих новинских врста (нпр. некролог, читуља и сл.), ауторка даје осврт на њихове првобитне облике, што је показатељ дијахронијског приступа новинском тексту. Навођење некадашњих облика има за циљ да прикаже еволуцију врсте. Односно, показују се промене које су задесиле одређену новинску врсту од првог појављивања у штампи до данас. Укључивање ова два приступа доприноси стварању потпуније слике о новинском жанру. Даље, у књизи наводи и подврсте издвојених врста, што показује исцрпност извршеног истраживања. Тако је вест једна врста правих новинских вести, а има своје подврсте: флеш, бараж, ситне вести, протоколарна вест, визуелне вести, фото-вести, филмоване вести и сл. Значај књиге Иване Јовановић, огледа се и у проучавању до сада непроучаваних форми новинског текста. Две издвојене скупине новинских текстова у анализи „Маркетиншко новинарство” и „Интернет новинарство”, од великог су значаја за новинарску стилистику, а и за стилистику уопште. Док се у претходним

поглављима књиге разматрају већ познате форме новинског текста, у ова два поглавља разматрају се форме о којима није много писано и које поред текста као главног конституента, садрже и звук, слику, видео и сл. (огласи, рекламе, електронска издања новинских текстова). Поље новинарства захваљујући технологији обogaћено је новим елементима, а онда и жанровима. Док су некадашњи новински текстови садржали само текст или само слику и текст, новије форме у свој састав укључују и мултимедијалне елементе. Посебно су интересантни издвојени примери реклама. Како ауторка запажа: „Све чешће налазимо на рекламе услуга, а не самих производа. Тако је једна фирма која се бави чувањем паса свој оглас ставила баш на пса.” (322).

Савремени човек окружен је огласима којима се промовишу различите услуге и производи друштва које је конзументски усмерено. Анализа огласа који се у садашњем времену обрађају потенцијалном конзументу посебно доприноси актуелности предузетог истраживања. Уз откривање језичко-стилских карактеристика реклама и огласа, значајно је указивање на њихов ефекат и на њихову функцију.

У овој књизи посматра се међуоднос новинарства и других области људског деловања. Могу се издвојити пет области са којима новинарство долази у контакт. То су: психологија, политика, информатика, економија и уметност. Најпре, веза новинарства и психологије препознаје се у односу пошиљалац–реципијент, односно медиј–човек. Циљ тог деловања је психолошке природе, тј. медиј тежи да делује на човекову свест. Друга област са којом је новинарство повезано је политика, те постоји веза између новинарства, психологије и политике. Политичка елита у намери да очува и ојача своју моћ над масом, злоупотребљава новинарство у пропагандне циљеве. Односно, тежи да обликује свест масе путем медија онако како то политичком врху одговара. Преко медија се друштво информише, али не само то, уносе се и судови оних који пишу. Трећа важна област људског деловања, а у данашње време нераздвојна од новинарства, јесте информатика. Развој информатике допринео је развоју и других делатности. Тако је новинарство поред штампане форме, добило и електронску форму, а уз то и могућности комбиновања текста, звука, слике, предмета и сл. Четврта област са којом је новинарство у блиској вези је економија.

У одељку књиге под насловом „Маркетиншко новинарство”, истакнута је повезаност реклама и огласа са привредом. Примери су узети из периода у којем преовладава капиталистички начин производње. Рекламни материјал треба да представи производе на најбољи могући начин и да тако изазове интересовање потенцијалних купаца.

Последња област са којом је новинарство повезано јесте уметност. Унутар самих жанрова долази до модификација комбиновањем елемената. Често ти елементи потичу из поља уметности. Дакле, допринос књиге није само допринос наукама (журналистици, линг-

вистици, методици и сл.), већ и допринос општем људском сазнању и развоју свести.

У закључку књиге прегледно се синтетишу резултати спроведене анализе. Полази се од дефинисања позиције новинара. На пољу простора јавне комуникације новинар је *делатник* „са својим чудним умећем да сакупи податке значајне са гледишта јавне комуникације, да их уобличи у вест и да их на одређени начин и у одређеној публици пласира” (377). Новинар јесте делатник, међутим новинарско умеће „није ни уметност, а додајемо да није ни наука нити било који други облик вербалног и сликовног саобраћања међу људима” (377). Издвајају се две функције новинарства од којих је једна информативна, а друга интерпретација у којој „често прекорачују истину у корист убедљивости пропагандне речи” (377). После дефинисања функција, следи сегмент закључка о жанровима. Даје се подела из литературе, а онда представља ауторкина (нова) подела. Критеријум за поделу је, истиче ауторка, „разлика између правих и осталих новинских текстова” (378). У наставку закључка истиче се да је у основи обављеног истраживања медиолошки приступ. Наводећи предности медиологије над комуникологијом, ауторка истиче: „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” (379). Након дефинисања приступа, следи подела новинских текстова на: 1) праве; 2) посебне; 3) прелазне; 4) мешовите; 5) периферне. Уз то, истакнуте су њихове главне карактеристике до којих се дошло истраживањем описаним у овој књизи.

Методичност, вишеаспектност у приступу, детаљност, поступност и прецизност у описивању, прегледност у структури и оригиналност поделе и анализе новинских форми само су неки од квалитета ове књиге. Главни недостатак књиге препознаје се у делу текста о електронским медијима. Наиме, у разматрање су укључени текстови електронских издања *Вечерње новости*, *Блиц* и *Полиџика*, међутим изостаје анализа текстова са медија који су искључиво електронски. Сматрамо да би анализа текстова који се објављују искључиво на интернету значајно допринела репрезентативности корпуса, а и актуелност истраживања била би унапређена.

Да закључимо. Монографија *Линјевистика и стилска медиолошких родова и врста* представља дело од великог значаја за стилистику. Најзначајнији сегменти текста јесу они који се тичу дефинисања жанра и поделе новинских текстова. На основу саме структуре као главног критеријума, новински текстови подељени су на неколико група, са тим да прву групу чине штампани текстови, а последњу текстови из поља интернет новинарства. На тај начин, преко поделе је приказана и еволуција новинских врста. За сваку врсту урађена је де-

таљна стилистичка анализа која обухвата еволуцију, композицију, карактеристике, ефекте и језичко-стилске одлике. Уз стилистичке анализе дају се упутства о успешном писању анализираних новинских форми, те је то допринос функционалној стилистици. Друга одлика ове књиге огледа се у приступу теми. Новински текстови не посматрају се одвојено од осталих области људског деловања. Тиме се новинарство посматра са више аспеката, те се откривају и везе новинарства и економије, права, психологије, уметности и информатике. Друго поглавље књиге бави се новинарским формама у наставној пракси. Будући да је у њему описан поступак обраде ове наставне јединице уз све друге препоруке наставнику, књига представља допринос и методици наставе.

*Примљен: 12. априла 2021.
Прихваћен за штампу маја 2021.*