

Izvorni znanstveni rad
Primljeno: 27. siječnja 2016.

Iza vijesti: o jednom konceptualno-narativnom okviru u pozadini novinskih tekstova

IVO ŽANIĆ

Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu

NIKOLINA BORČIĆ

Veleučilište VERN'

Sažetak

Tema je rada analiza konceptualnih narativnih okvira u pozadini novinskog teksta. Teorijski su temelji postavke tekstne i kognitivne lingvistike u odnosu na realizaciju informativne komunikacijske funkcije koja bi trebala biti dominantna u medijskim porukama. Ipak, novinari kroz tekstove ne prenose samo informacije i stavove u okviru racionalnih, analitičkih diskursa, nego i posreduju narative konceptualizirane kroz pojedine okvire. Istraživanje, koje se provodi kvalitativnom analizom sadržaja na slučajnom uzorku, obuhvaća realizaciju konceptualno-narativnog okvira Bonnie i Clyde u hrvatskim i njemačkim novinama kad se izvještava o kriminalnim radnjama što ih zajedno vrše muškarac i žena. Rezultati pokazuju kako je u svim tekstovima s narativom Bonnie i Clyde razvidan samo jedan isti koncept, a to je zajedničko sudjelovanje muškarca i žene u nekoj aktivnosti, neovisno o tome radi li se pritom o tekstu koji sadrži elemente povijesne faktografije tog narativa ili je mitska naracija u tekstu dekonstruirana.

Ključne riječi: medijska poruka, konceptualni okvir, narativ, koncept, Bonnie i Clyde

Uvodna riječ

Novinari nisu samo oni koji nam u sadašnjosti i iz sadašnjosti posreduju informacije ili vlastite, racionalnim analitičkim diskursom oblikovane stavove, nego su, sociopsihološki i kulturnopovijesno gledano, i dio stoljetne pripovjedačke tradicije u kojoj sudjeluju na način u bitnom jednak srednjovjekovnim trubadurima i putujućim propovjednicima, naime tako da – čuvajući dubinske, postojeane i univerzalne struk-

ture, te tipske nositelje bitnih uloga – prikaz konkretnih zbivanja uvijek iznova prilagođuju primateljskoj sredini i izvedbenom kontekstu. U današnjem informacijskom društvu mediji sukreiraju uvjerenja i stavove pojedinaca u nekom društvu te implicite i/ili eksplicite utječu na društvo i njegov sustav (samo)percepcija. Kao takvi, oni nam posreduju i razne konceptualne okvire (*frame*) unutar kojih su konceptualizirani određeni narativi. Konceptualni okviri katkad privuku recipijente, katkad ih odbiju, katkad su plod spontana i jednokratna nadahnuća, katkad pak svjesne narativne kalkulacije (ili, konvencionalnije kazano, uredničke politike) na dužu stazu u svrhu izgradnje određenoga tipa atraktivnosti ili prepoznatljivosti na tržištu.

U središtu je ovog rada analiza jednog takvog konceptualno-narativnog okvira poimanja svijeta koji se nalazi u pozadini novinskih tekstova kad se izvještava o bilo kakvom nezakonitom djelovanju u kojem sudjeluju muškarac i žena, dakle okvira *Bonnie i Clyde*, i to u hrvatskim i njemačkim novinskim člancima iako će neki dodatni primjeri pokazati da je posrijedi široka, ustaljena metaforizacijska praksa u nizu zemalja, jer je taj narativ posredstvom filma i popularne glazbe postao dijelom globalne popularne kulture. Drugim riječima, istražuje se kako je i kroz koje koncepte narativ o međuratnom američkom gangsterskom paru transponiran na priču u novinskom tekstu.

Uvodno se prikazuju teorijska polazišta vezana uz kognitivni i komunikacijski aspekt jezika te koncepti i konceptualni okviri što ih mediji, s većim ili manjim stupnjem autorske osviještenosti ili programske formaliziranosti, rabe prilikom prezentacije činjenica stvarnosti. U empirijskom dijelu analitički su i poredbeno prikazani primjeri izdvojeni u istraživanju tiskanih medija, te donesen zaključak.

Kognitivni i komunikacijski aspekti teksta

Jezična aktivnost i potreba za komunikacijom u nedjeljivoj su sprezi s ljudskim kognitivnim i komunikacijskim sposobnostima. Jezik je dakle dan kao sredstvo izričaja i komunikacije, prenošenja misli i govora drugim članovima uže i šire zajednice (usp. Borčić, 2012). Langacker (1987: 12-13) ističe kako je jezik integralan dio čovjekova kognitivnoga sustava.¹ Kognitivna jezična funkcija podrazumijeva oblikovanje mentalnog sadržaja, a komunikacijska prenošenje obavijesti o mentalnom sadržaju određenim jezičnim konstrukcijama (Raffaelli, 2009: 61-62). Tudman Vuković (2010: 12) ističe kako kognitivni lingvisti poput Langackera (1987: 12) i Lakoffa (1987: 266) smatraju da je konceptualizacija ljudskog iskustva temeljni motivator u načinu oblikovanja mentalnog sadržaja, odnosno proizvodnji znače-

¹ Kognitivna znanost je interdisciplinarna znanost koja iz perspektive psihologije, psihijatrije, neuroznanosti, lingvistike, antropologije, računarstva i biologije proučava ljudski um i inteligenciju. Termin je u sedamdesetima osmislio istraživač umjetne inteligencije Christopher Longuet-Higgins.

nja koje je potom iskazano kroz tekst. Tako uporaba narativa *Bonnie i Clyde* zrcali transponiranje sinergije znanja o navedenom paru i znanja o aktivnostima što ih je par provodio odnosno koje se – u percepcijski različitim omjerima – za nj vezuju (pljačka, upotreba vatrenog oružja, strastvena ljubavna veza, jurnjava automobilom u funkciji bijega ili iz užitka itd).

Govori se dakle o uporabi određenih koncepata kao dijela narativa u medijskom diskursu. Pojam diskursa odnosi se na pisani ili govoreni tekst u određenom komunikacijskom kontekstu (usp. Foucault, 1981), pri čemu je naglasak na analizi realizacije intencije teksta, odnosno tekstne funkcije (usp. Borčić, 2009). Klaus Brinker (2005: 88) tekstnom funkcijom smatra intencijski smisao teksta, te je prema njemu ta funkcija jednaka svrhovitosti teksta u komunikacijskoj situaciji. Glovacki-Bernardi (2004) prihvaća njegovo poimanje realizacije funkcije teksta te objašnjava da se ta funkcija realizira:

- uporabom jezičnih oblika i struktura, odnosno eksplicitnom uputom na komunikacijsku intenciju – funkcija je dakle izravno signalizirana;
- uporabom jezičnih oblika i struktura putem kojih se eksplicite ili implicite izražava odnos prema sadržaju i temi, dakle funkcija je neizravno signalizirana;
- kontekstnim signalima kao što je institucionalni okvir teksta.

Tekstna se funkcija, odnosno komunikacijska namjera u tekstu izražava dakle posredstvom određene konceptualne strukture i konvencionalno važećih jezičnih sredstava. Pritom bi temeljna funkcija novinskog teksta trebala biti informativna funkcija, ali uključenje koncepata iz narativa *Bonnie i Clyde* čini da se realiziraju i dodatne komunikacijske intencije.

O ustroju znanja u konceptualnim okvirima

Konceptualizirajući određeni narativ, novinari kao emitenti/pošiljatelji kodiraju poruku recipijentima/primateljima, a oni je trebaju dekodirati. Recepcija i razvoj tih konceptualnih modela kao shemā poimanja svijeta, također razvoj opće figuralnosti i sugestivnosti medijskoga diskursa, u načelu su nepredvidivi i autonomni, te se s vremenom mogu potpuno odvojiti od svojeg predloška i izvornih novinarovih – i/ili urednikovih – zamisli. Urednikovih zato što se, kako će se pokazati, arhetipski narativ evocira u oblikovanju najave, naslova i drugih dijelova opreme teksta, dočim ga u osnovnom tekstu nema, pa se može zaključiti da je posrijedi urednička metaforizacijsko-percepcijska nadgradnja naracije kakvu sam autor vijesti, novinar, nije držao relevantnom ili primjerenom ili je uopće nije imao na umu. Neovisno o tome, ostaje razvidno da određeni narativi, posebice transkulturni, ostaju na dugi rok usidreni u svijesti primatelja (recipijentata) medijskih poruka, pa su takvi idealna podloga interpretativnim okvirima aktualnih događaja (Lakoff, 2008, 2009; Charteris-Black,

2004, 2005; Borčić, 2012). Kako svaki narativ čine određeni koncepti koji se iskazuju određenim jezičnim registrom, najprije valja objasniti pojmove domene, konceptualnog okvira i koncepta koji stoje u pozadini produkcije jezika.

Ti se termini ovdje koriste kad je riječ o ustroju znanja, kako znanja o jeziku, tako i znanja o svijetu. S pozivom na Langackerovu studiju o temeljima kognitivne gramatike iz 1987. godine, Stanojević (2013: 73) ističe koncept kao temeljnu jedinicu mentalnog prikaza nekog entiteta, odnosno profiliran dio neke domene, tj. scene. Domenom se pak označava bilo koja struktura u našem umu koja služi za razumijevanje neke druge strukture (usp. Fillmore, 1985: 223; Lakoff, 1987: 74; Langacker, 1987: 147 i dr.). Uz pojam domene, u sličnom se kontekstu koriste i pojmovi baza, okvir, kulturni model, idealizirani kognitivni okvir te konceptualni okvir. Langackerova baza označava znanje koje je u pozadini, ali nije profilirano, Fillmore se koristi terminom okvir koji ističe cjelovitost znanja koje potom strukturira druga znanja, a Holland i Quinn te Kövecses rabe kulturni model kojim ističu uronjenost znanja u kulturu (v. Stanojević, 2013: 73-74). Lakoff (1987: 68-77) organizaciju jezičnog značenja opisuje kao kulturološki uvjetovanu strukturu konceptualnog iskustva govornika i koristi termin idealizirani kognitivni model, ali kasnije (usp. i Lakoff, 2002, 2004, 2008) dograđuje poimanje te kategorije i stvara termin *konceptualni okvir* koji se odnosi na ustroj znanja o svijetu u govornika određenog jezika.

Zaključno se može reći da se kod svih navedenih termina u konačnici radi o imenovanju *znanja o svijetu* koje se nalazi “iza” *znanja o jeziku*. Za potrebe se ovog rada preuzimaju Lakoffovi termini *konceptualni okvir* i *koncepti* posredstvom kojih se objašnjava realizacija navedenog narativa. Tako analizirani narativ *Bonnie i Clyde* čine razni koncepti, primjerice nerazdvojnost zaljubljenog para, činjenje kriminalnih djela, spretno izmicanje potjerama, drskost, hrabrost itd; sukladno konceptima koji dominiraju u nekom okviru, recipijent se određenom percepcijom uvodi u priču, odnosno vijest, odnosno sugerira mu se odgovarajući tip razumijevanja te vrijednosne i sociokulturne kontekstualizacije medijski posredovana segmenta stvarnosti.

Kulturno uvjetovan ustroj znanja

Konceptualni je okvir vidljiv u leksemima ili konceptima koji se koriste u iskazu. Okviri strukturiraju znanje govornika i informacijama daju širi smisao (v. Lakoff, 2008, 2009). Iako uglavnom koristi samo termin (konceptualni) okvir (*frame*), Lakoff razlikuje dvije njegove vrste: površinski okvir (*surface frame*), koji se odnosi na značenje pojedinačnih riječi i rečenica, te dubinski usidren okvir (*deep seated frame*), koji strukturira opće znanje o svijetu, poimanja o svijetu na temelju, primjerice, moralnih i političkih principa koji su istiniti za pripadnike određene zajednice, takozvani zdrav razum, *common sense*, nekog društva.

Na tom se tragu drži da sintagma *Bonnie i Clyde* kod publike evocira ili aktivira slabije ili bolje poznat kulturni i medijski narativ za kriminal koji provodi muško-ženski par. Preciznije, drži se da se taj narativ – višestruko posredovan filmom, popularnom glazbom i kriminalističkom publicistikom, te popratnim narativima uz povremene obnove modnih trendova koji se oslanjaju na dvadesete godine – kao konceptualni okvir poimanja jednog tipa kriminalnih aktivnosti usidrio u znanje o svijetu recipijenata diljem svijeta, pa je zato izuzetno učinkovit za medijsko prikazivanje pojedinih aktualnih događaja. Kad god dakle neki par napravi nešto protuzakonito, u rasponu od oružane pljačke do relativno benignijih prekršaja, mediji mogu posegnuti za tim konceptualnim modelom kao uvodom u priču i načinom njene kontekstualizacije u konkretan popularnokulturni proizvod, koji time stječe novu relevantnost, ali i načinom uklapanja u univerzalne pripovjedačke obrasce koji nadilaze filmsku priču o američkom dvojcu, odnosno iz kojih je obrazaca uvelike proizišla i medijska dramaturgija same dotične priče.

Naime, ako se govori iz rakursa koji moderne medijske naracije vidi kao funkcionalni i sociopsihološki nastavak drevnih pripovjedačkih tehnika i način recikliranja relativno malena broja univerzalnih sižejnih struktura, ako su dakle one samo drugačija vrsta folklora, onda i za njih vrijedi da nastaju u trajnoj interakciji primarne i sekundarne usmenosti, između visoke i niske kulture, elitnih i masovnih žanrova, između novoga i već viđenoga. Folkloristi i antropolozi dobro znaju da priče mogu mijenjati značenja kroz povijest i kulture, da se značenja razlikuju ovisno o žanru, kao i to da sami pripovjedači – koje danas nazivamo (i) novinarima – mogu istoj priči pridodati različite smislove. Budući da postoje različiti značenjski i interpretacijski modeli, uvijek treba pitati “za koga folklorni tekst nešto znači” – za pripovjedača, slušatelja, čitatelja, za neku kulturu ili epohu, za odrasle ili djecu... (Bošković-Stulli, 1997: 18).

Ako se pak govori iz rakursa sociokulturne teorije medija, razumije se da svaki medijski diskurs sadrži vrednote i narativne konstrukcije određene kulture, društva, nacije... Mentalitet nekoga društva čine njegovi mentefakti (*mentifacts*), odnosno kognitivni i afektivni elementi, tj. njegove ideje, vrijednosti i konvencije koje određuju uporabu i izražavanja (Holzmüller, 1999: 30). Na ovaj ili onaj način kulturne su vrednote redovno uključene u tekst koji nam je medijski posredovan i stoga je taj tekst, među ostalim, i kulturna konstrukcija na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj ili nadnacionalnoj, globalnoj razini (ili u nekoj od njihovih kombinacija odnosno interakcija). Kulturnoantropološki pristup, koji narativne značajke vijesti stavlja u središte pažnje, ne niječe da vijesti posreduju i konvencionalnu, *hladnu* informaciju niti drži da se informacija i priča/pripovijest uzajamno isključuju. Naprotiv, on čvrsto drži da se dvije razine trajno prepleću i pretapaju.

I novinar izmišlja aspekte događaja, pri čemu uopće ne mora imati namjeru da zavara publiku, nego naprosto poseže za kulturno određenim definicijama, za

pripovjednim strukturama uskladištenima u memoriji društva odnosno društvenih grupa, jer je i sam dionik neke *kulturne gramatike* koja određuje pravila narativnih konstrukcija, jednostavnije kazano – pripovijedanja. Drukčije nije ni na primateljskoj strani: čitatelj često ignorira neke dijelove novina zato što ga tema ne zanima, ali jednako se može ponašati i kada mu ne odgovara ili mu je aktivno odbojna narativna forma u koju je neka tema strukturirana (Bird – Dardenne, 1988: 76). Utoliko velik dio onoga što konzument nalazi u medijskim izvješćima

može imati veoma tanku vezu s “činjenicama”, “imenima” i “podacima” što ih novinar nastoji precizno predočiti. (...) Činjenice, imena i konkretne pojedinosti mijenjaju se iz dana u dan, dočim je okvir u koji se uklapaju – određeni simbolični sustav – bitno postojaniji. Čak se može ustvrditi da ukupnost vijesti kao postojana simboličnog sustava “poučava” publiku više negoli ikoji njen sastavni dio, bez obzira na to je li svrha tih dijelova obavijestiti, potaknuti ili zabaviti (Bird – Dardenne, 1988: 69).

Budući da, htio to ili ne, novinar nove teme uvijek iznova smješta u neki stabilan kulturni obrazac i interpretativni model koji taj obrazac posreduje, on zaista postaje veoma blizak pučkom pripovjedaču, jer obojica provode “rutinizaciju neočekivanoga”. Drugačijim riječima, prilikom oblikovanja vijesti, novinari ne samo što rabe kulturno proizvedene definicije, dakle neke osobe definiraju kao *Bonnie i Clyde*, nego ujedno “nove situacije moraju uskladiti sa zatečenim definicijama”, oni imaju moć smjestiti ljude i događaje u zatečene kategorije i “tako priče o njima prožeti autoritetom mitske istine” (Bird – Dardenne, 1988: 75, 80).

Uvod u istraživanje

Konceptualni okvir Bonnie i Clyde: povijest, legenda i popularna kultura

Clyde Barrow, rođen 1909, već je kao mladić došao u sukob sa zakonom i bio zatvaran, a s vremenom je organizirao vlastitu kriminalnu bandu. U početku tridesetih godina 20. stoljeća, u godinama Velike depresije, u jednom se baru u Texasu upoznao s konobaricom Bonnie Parker. Bila je to, kažu, ljubav na prvi pogled i par otad zajedno kreće u niz pljački u središnjim dijelovima SAD: vješto koristeći razlike u zakonodavstvima saveznih država i ograničenost ovlasti njihovih policijskih sustava, odnosno nepostojanje savezne policije, kasnijeg FBI-ja, Bonnie i Clyde su kružili automobilom i pljačkali banke, prodavaonice i benzinske crpke. Pripisuje im se i 14 ubojstava iako sama Bonnie nije nikad viđena s oružjem. Nakon dvije godine ubijeni su u policijskoj zasjedi, no već su u tom trenutku bili uobličeni svi elementi koji će par učiniti dijelom pučke kulture, folkloru, ubrzo i moderne popularne kulture. Ne treba pritom smetnuti s uma ni činjenicu da je posrijedi i vrijeme kad se konačno izgrađuje kult automobila, njegova uloga ne samo prijevoznog sredstva nego i statusnog simbola.

Prije svega, u predodžbi običnih ljudi prisutnost žene romantizirala je bandu, na neki način sugerirala da posrijedi nisu (samo) puki grabež i hladna računica, nego i nešto više, povezano s osjećajima, iskrenošću i uzajamnom odanošću. Ta je činjenica par i njihove suradnike bitno izdvajala iz mnoštva tadašnjih motoriziranih razbojnika, činila ih drugačijima, herojskima, k tome u društvenom, ekonomskom i političkom kontekstu koji je izuzetno pogodovao nastanku ili obnovi legendi o tzv. plemenitim razbojnicima (Seal, 1996).

S burzovnim slomom Wall Streeta 1929. srušio se, naime, i *američki san*, pa su mnogi osiromašeni, koji su dotad kapitalizam držali sistemom slobode koji svakome daje jednaku priliku, svoj gnjev okrenuli spram krupnoga kapitala i državnih službenika držeći da su oni bezobzirno zloupotrijebili sistem za vlastite probitke. Bilo je to idealno psihološko tlo za revitalizaciju mita o Robinu Hoodu, s tim što je u konkretnom slučaju prisutnost djevojke u bandi omogućila da se drevna legenda o odmetniku koji kažnjava tirane, uzima bogatima i daje siromašnima stopi s još jednom univerzalnom pričom, onom o Romeu i Juliji čija čista ljubav nadjačava sve zapreke i koji su spremni zajedno poći i u smrt. Bonnie i Clyde postali su neustrašivi pučki junaci koji vraćaju udarac bešćutnom i korumpiranom sustavu, u osnovi dobri ljudi koje je nepravda natjerala na put bez povratka. Posebno su Južnjaci u njima vidjeli "suvremenog Robina Hooda i Lady Marian, strah i trepet bankara i poslovnih ljudi, tih narodnih krvopija" (Milner, 2003: 4).

Novine su rado pisale o njima, pa pretiskavale i pjesmu koju je napisala i poslala im sama Bonnie, očito osoba sa smislom za medijsku promociju. U njoj sebe i Clydea izravno stavlja u tradiciju Jesseja Jamesa i drugih američkih *plemenitih odmetnika*, te opisuje kao zaljubljenike koji su svjesni da krše zakon, da se zločin ne isplati i da ih kad-tad čeka smrt, ali žele život proživjeti zajedno, brzo i slobodno. U pjesmi je i strofa koja izravno podilazi pučkoj predodžbi o pokajanim grešnicima koji žele zasnovati normalan život, ali ih sistem protiv kojeg su se bili pobunili više ne prima natrag: unajmili su, kažu stihovi, krasan stančić i pokušali biti obični građani, ali već su treće noći morali bježati pred policijskim mecima.

Hollywood je u više navrata posezao za tom temom, a najveći uspjeh postigao je film *Bonnie and Clyde* (1967) Arthura Penna s tadašnjim velikim zvijezdama Faye Dunaway i Warrenom Beattyjem, koji su oboje dobili i *Oscara* i *Zlatni globus*; potonju nagradu dobili su i redatelj i film. Bila je to romantična ljubavna pripovijest bez mnogo veze s činjenicama, no baš tako postavljen narativ postao je dio društvene svijesti i kulturnog znanja novih naraštaja u SAD i zapadnim zemljama općenito. U trend se uključila modna, kao i industrija popularne glazbe. Francuske zvijezde Serge Gainsbourg i Brigitte Bardot snimile su pjesmu *Bonnie and Clyde* s porukom iz autobiografskih stihova same Bonnie da su htjeli časnno živjeti, ali ih je pokvareno i gramzivo društvo iznevjerilo, što je, među ostalim, bilo lako uklopivo i u (pseudo)ljevičarski ugođaj studentskih pokreta s kraja šezdesetih.

Najveći je uspjeh postigao Britanac Georgie Fame skladbom na međuratne plesne motive, na stihove Petera Callandera, također na tragu medijske legende i Pennova filma. U Jugoslaviji su ubrzo objavljeni srpski prepjev Radoslava Graića u izvedbi Dragana Stojnića (PGP RTB, 1968) i hrvatski Ivice Krajača u izvedbi Stjepana Jimmyja Stanića (Jugoton, 1968). Ukratko, dvoje zaljubljenih

*bili su glavna senzacija novina svaki dan,
zbog njih je mnogim bankarima nemiran bio san (...)
U sebi ipak su znali
da život kao njihov ne može trajati dugo
i da će završiti zlo (...)
Bonnie i Clyde proživjeli su skupa,
na kraju su i skupa našli smrt.*

Kako se vidi, u obnovljenoj legendi kakvu je Pennov film ponudio globalnom tržištu motiv Robina Hooda, tako drag pauperiziranim Americancima u tridesetima, pao je uvelike u drugi plan, a u prvi su snažno istaknuti moderni Romeo i Julija u najnovijem modelu automobila, zaljubljenici čiju sreću ne priječe zadrte i zavađene obitelji, nego bešćutne društvene i financijske institucije.

Metoda i korpus istraživanja

U ovom su radu dakle istraživačka pitanja sljedeća: *Koji se elementi konceptualnog okvira Bonnie i Clyde mogu identificirati u korpusu naslova hrvatskih novinskih članaka?* (I1) te *Koji se elementi konceptualnog okvira Bonnie i Clyde mogu identificirati u korpusu naslova njemačkih novinskih članaka?* (I2). U skladu s tim provedeno je primarno i sekundarno istraživanje, tj. prikupljanje članaka u kojima se u naslovu i/ili tekstu pojavljuje pojam ili metafora *Bonnie i Clyde*. Članci su numerirani te je pomoću algoritma slučajnih brojeva iz prikupljene građe izdvojeno po deset članaka za njemački i hrvatski korpus. Primarno se istraživanje odnosi na kvalitativnu analizu sadržaja toga korpusa.

Rezultati i rasprava

Hrvatske tiskovine

U hrvatskim su novinama evokacije slučaja *Bonnie i Clyde* relativno česte kad god u nekom kriminalnom djelu ili prijestupu sudjeluju muškarac i žena. Upravo je na primjeru tako konstruiranih vijesti razvidna razlika između vijesti kao informacije i vijesti kao kulturno definirane pripovijesti, u smislu da je *vijest* koja se najavljuje i/ili objavljuje kroz jasan konceptualni okvir ponajprije *pripovijest* stilizirana u nekom određivom sociokulturnom i povijesnom procesu te na duži rok na razne načine posredovana širokoj publici, a tek potom "samo" informacija, u smislu skupa vrijednosno neutralnih, dramaturški neobrađenih podataka.

Dva su dnevnika na informacijskoj razini uglavnom istovjetno, ali na kulturološkoj posve različito posredovala događaje iz zapadnoga dijela Zagreba potkraj ljeta 2002. Tada je dvoje stranaca u automobilu slovačke registracije i govoreći loš talijanski izvelo dvije pljačke na jednak način: pozvonili bi starcima samcima na kućna vrata i nekako im objasnili da su ostali bez novca za benzin, a kada bi ih oni uveli u kuću, napali bi ih, opljačkali i pobjegli bijelim VW-Passatom. Naslovi i prva rečenica dvaju izvještaja ovako su glasili:

(1) PAR PROFESIONALNIH VARALICA PLJAČKA UMIROVLJENIKE

ZAGREB – Na nevjerojatno drzak način dvoje je umirovljenika prijevarom opljačkano jučer ujutro u Meksičkoj ulici i Ulici Trdice na području Črnomerca, piše u izvješću PU zagrebačke. (*Jutarnji list*, objavljeno 01. 09. 2002, str. 30)

(2) BONNIE I CLYDE HARAČILI METROPOLOM

ZAGREB – Pravi krimić u maniri Bonnie i Clydea zbivao se jučer u Zagrebu. Naime, dvoje razbojnika, muškarac i žena, najvjerojatnije slovačkog državljanstva, gradom je pljačkalo ljude, uglavnom starije životne dobi. (*Novi list*, objavljeno 01. 09. 2002, str. 18)

Međutim, varijacija u prezentaciji može se ostvariti i unutar istih novina, kada se tema obrađuje na dva mjesta s različitim interpretacijskim polazištima. Kad je u Šestinama u rujnu 1999. opljačkan poštanski ured, događaj je u dva najnakladnija nacionalna dnevnika predstavljen na tri načina, uokviren u tri potencijalne naracije. Jedan dnevnik prenosi službeni policijski opis nepoznatih pljačkaša, “oboje u dobi oko 25 godina”, s tim da je “muškarac bio mršav”, a žena “punija, jakih bokova i velikih grudi”, na osnovi čega je oblikovan naslov:

(3) MRŠAVKO I BUCKA OPLJAČKALI POŠTU U ŠESTINAMA

(*Večernji list*, objavljeno 11. 09. 1999, str. 55)

Drugi dnevnik ne donosi fizički opis osim navoda da su bili “mlađe dobi”, ali ima varijaciju u prezentaciji teksta: u najavi na naslovnici stoji izravna evokacija američkoga para, dodatno vizualno pojačana upotrebom grafema & umjesto sastavnog veznika:

(4) BONNIE & CLYDE OPLJAČKALI POŠTU I POBJEGLI

(*Jutarnji list*, objavljeno 11. 09. 1999, str. 1)

dok je sam izvještaj, objavljen u Crnoj kronici, naslovljen neutralno i faktografski:

(5) MLADIĆ I DJEVOJKA PIŠTOLJEM OPLJAČKALI POŠTU I POBJEGLI

(*Jutarnji list*, objavljeno 11. 09. 1999, str. 57)

U primjerima (3), (4) i (5) tri su uvoda u percepciju, tri okvira u koja se vijest situira: 1. neutralni (*mladić i djevojka*), prigodno oblikovani ležerni, pa i ironijski (*mršavko i bucka*), te ciljano evokativni koji čitatelja uvodi u svijet popularne masovne kulture i, implicira se, široko poznatu narativnu strukturu ili naratem (*Bonnie & Clyde*). Vijest u *Jutarnjem* sadrži i dodatno zanimljiv element, tj. novinar upozorava kako, s obzirom na još neke pljačke pošta oko Zagreba koje su počinili neki mladić i djevojka, “postoji sumnja” da su posrijedi isti kriminalci “koji su široj javnosti otprije poznati kao Bonnie i Clyde”. Autor vijesti dakle ne predstavlja sebe kao autora usporedbe aktualnih kriminalaca s američkim parom, nego se poziva na “širu javnost” i njen autoritet, na *vox populi* koji je već kulturološki definirao protagoniste, što on onda samo slijedi kao relevantan konceptualni okvir.

Isti dnevnik objavit će i priču o starijem bračnom paru koji kod kuće uzgaja marihuanu (i krade struju za zagrijavanje), sa sljedećim nadnaslovom i naslovom:

(6) BAKA BONNIE I DEDA CLYDE IZ ZAPREŠIĆA

Krali struju za plantažu marihuane u vlastitoj kući

(www.jutarnji.hr, objavljeno 29. 01. 2015.)

Bonnie i Clyde evociraju u čitateljevoj svijesti, u njegovu kulturnom znanju, prije svega koncept oružane pljačke i uzbudljiva bijega automobilom, kako je to u bitnim crtama potvrđeno u prethodno navedenim primjerima, ali u posljednjem posve izostaje. Sačuvan je samo najopćenitiji, bazični kostur o tome da muškarac i žena kao par čine nešto protuzakonito. Posrijedi je ujedno pokazatelj da će se ukupna medijska upotreba konceptualnog okvira cijelo vrijeme kretati između dviju narativnih definicija. Na jednoj strani bit će relativno vjerna podudarnost s izvornim događajima, tj. radnjom Pennova filma kao očito najčešćim izvorom znanja, a na drugoj će koncept zahvaćati bilo kakav par u bilo kakvu sukobu sa zakonom, u maksimalnom rasponu od *bake i dede* do 11-godišnjega dječaka i 8-godišnje djevojčice koji su nekoliko dana krali igračke u robnoj kući u Trstu, tih, kažu novine, “najmlađih Bonnie i Clydea u povijesti” (*Slobodna Dalmacija*, 09. 10. 2002, str. 36-37). Potonji pripovjedački oblici mogu se doživjeti i kao znaci raspadanja, deromantizacije izvorne dramaturgije.

Pišući o slučaju supružnika Vinke i Mirka Cetinskog, osumnjičenih i pritvorenih zbog navodne manipulacije nekretninama, utaje, krivotvorenja i poticanja na zloupotrebu položaja, novinar – ili urednik – *Jutarnjeg lista* za naslov uzima imena američkog para, ali ne kao vlastitu konceptualizaciju, nego s pozivom na izjavu same Vinke Cetinski, na njenu samokonceptualizaciju.

(7) CETINSKI: Zar smo mi Bonnie i Clyde?

RIJEKA – (...) U isto vrijeme Vinka Cetinski se oglasila priopćenjem za medije. Govori o strašnom pritisku na njenu obitelj i kaže da se o njima piše kao da su u najmanju ruku Bonnie i Clyde. (www.novilist.hr, objavljeno 18. 08. 2014.)

Na isti motiv iz njena obraćanja javnosti, tj. priopćenja koje je očito odaslala velikom broju medija, naslanja se i *Večernji list*. Utoliko se može reći da je osumnjičenica odabrala dobar i medijski atraktivan motiv da predstavi položaj sebe i svojega supruga, jer su mediji redovito iz njena pisma preuzimali upravo tu usporedbu:

(8) NEVJEROJATNA POMPA

Vinka Cetinski: Mirko i ja smo kao Bonnie & Clyde
(www.vecernji.hr, objavljeno 18. 08. 2014.)

Ovakav naslov može, međutim, zbuniti publiku koja poznaje konceptualni okvir i zapravo je neusklađen s njegovom temeljnom idejom: tko se sam poistovjećuje ili uspoređuje s Bonnie i Clydeom zapravo priznaje da je prekršio zakon, neovisno o tome što priča sadrži ljubavnu vezu. No, u daljoj se eksplikaciji doznaje iz koje je interpretativne vizure osumnjičenica posegnula za takvom uvodnom narecijom:

(9) Vinka Cetinski, uz supruga Mirka, osumnjičena za krivotvorenje isprava i poticanje dvoje riječkih poreznika na zlouporabu položaja i ovlasti, ponovo se javnosti obratila priopćenjem (...) V. Cetinski navodi kako se razina publiciteta koja se pridaje “slučaju Cetinski” približava onom koji su nekoć imali Bonnie & Clyde koji su harali središnjim dijelom SAD-a tijekom razdoblja Velike depresije.

– Prema broju medijskih naslova, breaking newsa i nevjerojatnoj pompi svakako je publicitet nalik na onaj koji je imao gangsterski par, a s druge strane, tu je i naša gospodarsko-socijalna situacija pa se ne treba stidjeti usporedbe s krizom toga vremena (...) – navela je Cetinski. (www.vecernji.hr, objavljeno 18. 08. 2014.)

Od faktografskih elemenata konceptualnog okvira Bonnie i Clyde, u tekstu je moguće pronaći samo sljedeći bazični element: bračni par koji je na udaru države, dakako, po njihovu uvjerenju, neosnovano i nepravedno, ali je tome pridodano posve novo paralelno polazište – prevelika i također nepravedno postavljena medijska pažnja, pompa, kako sama kaže, te još jedna, koliko se dalo ustanoviti, posve unikatna paralela: američka Velika depresija i hrvatska ekonomska kriza kao konteksti koji pogoduju medijskom senzacionalizmu i gubitku etičkih kriterija u izvještavanju. Tekst (10) sadrži pak klasične faktografske elemente konceptualnog okvira. Pljačku je vršio par, pljačkali su banke, no ne doznajemo eksplicite jesu li u pohodi-ma koristili automobil (iako se to u moderno vrijeme može podrazumijevati).

(10) SUVREMENI BONNIE I CLYDE UHAPŠENI NAKON ŠTO SU
OPLJAČKALI ČAK 15 BANAKA

Koristili su perike s afrofrizurama
(www.jutarnji.hr, objavljeno 11. 11. 2013.)

U najavi teksta iz *Jutarnjeg lista* pod naslovom (11a) razvidna je izravna evokacija američkoga para, opet grafički pojačana grafemom & umjesto sastavnog veznika, a primjer (11b) srodan je slučaj. U primjeru (11b) naveden je sastavni veznik, ali na engleskom jeziku, što ukazuje na svojevrsnu simboličku potvrdu intertekstualnosti.

(11a) Bonnie&Clyde iz Bibinja osuđeni na temelju podmetnutog dokaza
(www.jutarnji.hr, objavljeno 01. 03. 2010.)

(11b) Nakon 13 godina novo suđenje za pljačku Dalmatinske banke
Bonnie and Clyde, kako su svojevremeno bili nazvani kada su gotovo svakodnevno punili novinske stupce crne kronike, postigli su cilj (...)
(www.zadarskilist.hr, objavljeno 09. 11. 2013.)

(11c) EUROPSKI SUD

Bonnie i Clyde – bibinjski bračni par osuđen na osnovu nezakonitog dokaza
– Kad odluka Europskog suda za ljudska prava postane konačna, zatražit ću obnovu postupka – kazao nam je u nedjelju (...) branitelj bračnog para koji je u medijima bio prozvan bibinjskim Bonnie i Clydeom. (www.slobodnadalmacija.hr, objavljeno 28. 02. 2010.)

U sve tri vijesti, u tri dnevnika na tri razine – lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj, radi se o paru koji je bio osuđen zato što je u svibnju 2000. opljačkao dostavno vozilo Dalmatinske banke u Zadru, u prepadu koji je uvelike nalikovao stvarnim akcijama američkog para, ali je Europski sud za ljudska prava u Strasbourgu poništio presudu zbog grešaka u istrazi. Iz tekstova je razvidno da autor usporedbe nije novinar koji je pisao tekst: u oba slučaja on se postavlja u poziciju onoga koji samo prenosi što je već komunikacijski ovjereno, a što su učinili neimenovani protagonisti, implicira se, *vox populi*, narod, javnost, mediji, svejedno (11b), odnosno upravo mediji (11c), i što stoga u oba slučaja nadilazi eventualni hir ili nepouzdanu asocijaciju pojedinca.

Ovakvi slučajevi otvaraju, dakako, i pitanje međusobnog utjecaja medija, no jasno je da smjerove oponašanja i učenja nije moguće, a ni potrebno pouzdano ustanoviti. Bitno je uočiti da je određeni narativno-predodžbeni koncept, bez obzira na brojne varijacije u broju ili hijerarhiji sastavnica, stabilan u svojem bazičnom značenju. Kao drugo, tri gore navedena dnevnika rabe i tri varijante pisanja sintagme: sa znakom &, te s engleskim (*and*) i hrvatskim (*i*) sastavnim veznikom (zgodno je napomenuti da su S. Gainsbourg i B. Bardot na omotnici svoje ploče kao pjevači povezani francuskim veznikom *et*, a protagonisti u naslovu njihove pjesme engleskim *and*; tako od samog početka širenja narativa u neanglofone zemlje možemo pratiti tu znakovitu dvojnost).

Tekst (12) naslovom izravno evocira izvorni američki par, a varijacija – i inovacija – u tome je što se naglasak stavlja na automobil, odnosno bijeg automobilom.

(12) POTJERA U PRAGU

Češki Bonnie i Clyde pobjegli u Škodi Fabiji

Policija je traženu Škodu Fabiju primijetila u srijedu kod sela u južnoj Češkoj. Zaustavili su ih i primijetili da imaju oružje. Kad su ih htjeli privesti, Bonnie i Clyde su pružili otpor. Policija je uzvratila. Pavela su upucali u glavu i odmah je izdahnuo. Prema nekim informacijama Pavel je počinio samoubojstvo prije nego što je policija uopće uspjela intervenirati. Njegova draga je pogođena u prsa i u kritičnom je stanju prebačena u plzensku bolnicu. (www.jutarnji.hr, objavljeno 12. 11. 2009.)

Kako se vidi, par se naizmjence imenuje vlastitim osobnim imenima, kao Dagmar i Pavel, i kao Bonnie i Clyde, iz čega je razvidna potpuna transponiranost koncepta *Bonnie i Clyde* na dvoje čeških kriminalaca. U tekstu nije navedeno što je par učinio, zapravo što je učinio muškarac, jer on je bio u zatvoru, pa ga je žena oslobodila oružanim prepadom na policiju koja ga je vodila na liječnički pregled. Utoliko možemo reći da prava priča o Bonnie i Clydeu počinje u tom trenutku, kad automobilom kreću u bijeg, i da je to bitna odrednica naracije. U tekstu pak pod naslovom (13) evocira se samo dio američkog kriminalnog para, Bonnie, no sam tekst navodi podatke koji upotpunjuju koncept poznatog okvira.

(13) Splitska “Bonnie” se rasplakala u sudnici

(www.jutarnji.hr, objavljeno 20. 10. 2006.)

Banku su opljačkali Toni Kutlešić i Carolina Štih, a naslovom se stavlja naglasak na emocije žene, što je unekoliko protuslovno podacima iz teksta. Ondje, naime, stoji da on jest opljačkao banku, ali “na nagovor svoje djevojke koja mu je dala pištolj i deset metaka”, pa se očito ne može govoriti ni o kakvoj njenoj nedužnosti ili naivnosti. Može se uočiti kako dvojac nije prezentiran kroz koncept para: nemamo, naime, Clydea, nego samo Bonnie, k tome krhku, bitno drugačiju od izvorne, jer “se rasplakala kad joj je sudac (...) izrekao kaznu zatvora”.

Njemačke tiskovine

Iako se i u hrvatskom korpusu nalaze potvrde da se koncept *Bonnie i Clyde* u naslovima navodi s navodnicima, dakle kao svojevrsni kulturni citat, ili da se u tisku ostvaruje svojevrsno pravopisno očudenje, tj. upotreba znaka &, što je također i kulturni ili žanrovski citat, u njemačkom su korpusu, čini se, takvi postupci znatno učestaliji. Tako u internetskom izdanju *Frankfurter Allgemeine Zeitung*a potkraj 2007. stoji donji naslov:

(14) Bonnie & Clyde reloaded

Jung, schön, skrupellos

Bonnie & Clyde s ponovno napunjenim pištoljima

Mladi, lijepi, beskrupulozni (www.faz.net, objavljeno 01. 12. 2015.)

Nadnaslov *Bonnie & Clyde s ponovno napunjenim pištoljima* i naslov *Mladi, lijepi i beskrupulozni* sugeriraju donekle ironijsku priču, posebice ako se uzme u obzir da je u tekstu riječ o mladim ljudima kojima je motivacija za kriminal luksuzan život (kupnja luksuznih stvari tuđim kreditnim karticama). Ali, i takva je priča društveno relevantna: ironizacija kao pripovjedački postupak nije manje vrijedna ni manje komunikacijski funkcionalna ni od romantizacije, koju izgrađuje sintagma *Bonnie i Clyde*, ni od eksplicitne deromantizacije, koja se postiže neutralnom sintagmom “par profesionalnih kriminalaca”. Autor teksta pritom u uvodnom dijelu aktualni par s američkim uspoređuje tako što eksplicite navodi film kao izvor konceptualnog okvira, ali ne samo vlastitoga, nego i pretpostavljene samokonceptualizacije samih okrivljenika:

(15) Vielleicht haben Jocelyn und Edward zu häufig “Bonnie & Clyde” geschaut.

Jocelyn i Edward su vjerojatno prečesto gledali “Bonnie & Clydea”

(www.faz.net, objavljeno 01. 12. 2015.)

Koncept *Bonnie i Clyde* napisan je u navodnicima i s grafičkim znakom &, koji, kako smo kazali, nerijetko rabe i hrvatske novine da jače sugeriraju pripadnost likova globalnoj, izvorno angloameričkoj popularnoj kulturi i njenu sustavu zvijezda. Na taj je način s jedne strane grafički koncept istaknut, a s druge je jasno napravljena granica između fikcije i realnosti. U nastavku stoji:

(16) Jedenfalls sind sie genau so wild und dreist wie die beiden.

U svakom slučaju oni su jednako divlji i drski kao ovih dvoje.

(www.faz.net, objavljeno 01. 12. 2015.)

Djelovanje njemačkoga para zapravo, izuzevši činjenicu da su zajedno, nema drugih bitnih dimenzija koje čine konceptualni okvir i među kojima se najčešće evocira barem još jedna, od pucnjave do jurnjave. Ovdje je zanimljivo da je naglasak stavljen na koncepte *drskosti*, što se može prirodno asociirati uz ono što su činili, naime potkradali i varali susjede, dočim nije baš jasno u čemu su bili *divlji*; kao da je posrijedi automatizam u preuzimanju koncepta. Drugi tekst, objavljen u istom frankfurtskom dnevniku iste godine, nosi naslov:

(17) “Bonnie and Clyde” zu mehrjährigen Haftstrafen verurteilt

“Bonnie and Clyde” osuđeni na višegodišnju zatvorsku kaznu

(www.faz.net, objavljeno 03. 04. 2015.)

Navedenom naslovu slijedi relativno opširan podnaslov:

(18) Mehrere brutale Verbrechen gingen auf das Konto des Paares. Die Medien nannten die beiden "Bonnie und Clyde".

Više brutalnih zločina stavljani su na račun para. Mediji su ih nazvali "Bonnie i Clyde".

(www.faz.net, objavljeno 03. 04. 2015.)

Poveznica je s američkim parom u tome što su i aktualni optuženici počinili "brutalne zločine", dakle uvodi se neosporno primjeren koncept *brutalnosti*, ali uz distanciranje od usporedbe, jer se navodi da su ih američkim imenima nazvali mediji. To je opet zgodan primjer međumedijskog kruženja koncepta u kojemu sudionici neprestano i simultano jedni druge legitimiraju iako se naizgled jedni od drugih ograđuju: *FAZ* navodi da su za konceptom *Bonnie i Clyde* posegnuli mediji, dakle netko izvan njega, no i on je sam medij koji rabi isti koncept, te iz rakursa nekog trećeg medija koji upotrijebi istu formulu i *FAZ* postaje dio tih medija. Ukratko, kao i u Hrvatskoj, svaki medij se poziva na "medije", implicirajući da su to "neki drugi", iako je i sam sudionik igre. I tekst *Frankfurter Rundschau* nosi zanimljiv naslov:

(19) Ein ganz besonderes Paar

Jedan posve drugačiji par

(www.fr-online.de, objavljeno 26. 08. 2014.)

Riječ je o paru morskih pasa koji se stalno pojavljuju zajedno, mediji su ih nazvali Bonnie i Clyde, a dodatna poveznica s gangsterskim parom jest koncept *opasnosti*, to što su izuzetno opasni, kako se dalje u tekstu tumači:

(20) Sie sind Könige der Meere, zumindest, was ihre Gefährlichkeit betrifft (...) so ist die Nähe zwischen Bonnie und Clyde doch etwas Außergewöhnliches.

Oni su kraljevi mora, barem što se tiče njihove opasnosti (...) tako je blizina između Bonnie i Clyde nešto neobično.

(www.fr-online.de, objavljeno 26. 08. 2014.)

U internetskom izdanju dnevnika *Bild*, koji se drži tipičnim primjerom senzacionalističkog novinstva, objavljen je 9. ožujka 2012. članak naslovljen:

(21) Kriminell wie Bonnie und Clyde. Gauner-Pärchen gibt sich zärtlich vor Gericht
Skloni kriminalu poput Bonnie i Clyde. Parić lopova iskazuje nježnosti jedan prema drugom pred sudom

(www.bild.de, objavljeno 09. 03. 2012.)

Naslov sadrži izravnu evokaciju američkoga para, a na jezičnoj se razini u naslovu koristi rječnik koji sugerira distancu prema izvorniku, čime se teži pojačati

začudnost ili reakciju kod čitatelja. Lopovi, naime, nisu par, nego *parić*, deminutivno, a izvedeno iz činjenice da u sudnici u kojoj su zbog ozbiljna kriminala ne prestaju pokazivati nježnost jedno prema drugome. Pretpostavka jest da je jezik kojim se služi određena tiskovina recipročan željenoj percepciji u javnosti, a *Bild* se u njemačkom medijskom diskursu ne percipira kao objektivan, činjenicama posvećen medij. Stoga dopuna ili proširenje temeljnog konceptualnog okvira deminutivom kao jezičnim sredstvom kojim se oblikuje semantika ranjivosti, malenosti, krhkosti, što u drugim primjerima nije nađeno, može biti način ironizacije kriminalaca, ali i pobuđivanja simpatije prema njima, izgradnje emocionalna, solidarna odnosa. *Hamburger Abendblatt* donosi u početku 2001. ovako naslovljen članak:

(22) Raubüberfall auf Supermarkt: “Bonnie und Clyde” waren die Vorbilder
Pljačkaški napad na supermarket: uzor su bili “Bonnie i Clyde”
(www.abendblatt.de/hamburg, objavljeno 14. 02. 2001.)

Naslov jasno sugerira implicitnu poveznicu s američkim parom, cilj su napada velike robne kuće, odnosno supermarketi, jednako kao u naslovu teksta na portalu www.welt.de: “Wie Bonnie und Clyde”, “Kao Bonnie i Clyde”, dakle s njemačkim sastavnim veznikom *und*, što se ponavlja i u tekstu, ali ispod fotografije osumnjičenika stoji: “In den Niederlanden nannte man sie ‘Bonnie and Clyde’”, “U Nizozemskoj ih zovu ‘Bonnie and Clyde’”. Dakle, u ovom su primjeru imena arhetipskih ljubavnika – kao u njemačkom primjeru (17), ali i u hrvatskom (11b), te u naslovu pjesme koju su na francuskom 1968. snimili Gainsbourg i Bardot – preuzeta s izvornim, engleskim veznikom (www.welt.de, 26. 02. 2014.). Zanimljiva je to varijacija u istoj medijskoj prezentaciji, te nudi zaključak kako su u oba medijska prostora oba veznika, domaći i engleski, funkcionalno izjednačena, kako se podrazumijeva da veznik čini cjelinu s imenima, pa nastaje cjelovit tročlani amblem koji ni u jednom segmentu ne podliježe prevođenju. Internetsko izdanje *Frankfurter Rundschau* objavilo je potkraj 2010. naslov:

(23) Falsche Postler spielen Bonnie und Clyde
Lažni poštari glume Bonnie i Clyde
(www.fr-online.de, objavljeno 30. 11. 2010.)

Iz naslova (23) razvidno je kako se događaj i konceptualni okvir povezuju konceptom *glume*, *glumljenja*, koji kazuje da su pljačkaši u aktualnom događaju na određen način samo kopija, loši oponašatelji slavnog para, što nije daleko od ideje u primjeru (15), kad se sugerira da su kriminalci gledali Pennov film i odveć se uživjeli u priču. Tekst navodi da i aktualni kriminalci posjeduju pištolj, da su opljačkali trezor u pošti i pobjegli bijelim automobilom, da su dobro organizirani, povezani i bezočni. U *Hamburger Abendblattu* naslov (24) s jedne strane izravno evocira ame-

rički par, ali se – kao i u primjeru *Bilda* – uporabom umanjenice *Pärchen*, *mali par*, *parić*, umjesto neutralnog *Paar* sugerira relativna nevažnost, neozbiljnost para (a valja reći da je to jedini slučaj u kojem je ime ženske polovice napisano pogrešno).

(24) Bonny und Clyde: Diebespärchen in Hamburg festgesetzt

Bonny i Clyde: lopovski parić uhićen u Hamburgu

(www.abendblatt.de/hamburg, objavljeno 10. 04. 2014.)

Na istom je internetskom portalu objavljen i tekst pod naslovom (25) u kojem je koncept *Bonnie i Clyde* navodnicima izdvojen, kao što je slučaj i u tekstu iz *Bilda* pod naslovom (21):

(25) Lange Haft für “Bonnie & Clyde” vom Niederrhein

Dug zatvor za “Bonnie & Clyde” iz Donje Rajne

(www.bild.de, objavljeno 11. 12. 2015)

Takvim postupkom novinar ili urednik vizualno, pravopisno naznačuju da je posrijedi figura, citat iz druge značenjske sfere ili žanra, iz drugog stvarnosnog reda, dakle da se citira naslov filma, ali i povijesne činjenice o paru, što se vidi iz (26) i (27):

(26) Ein neuer Fall von “Bonnie und Clyde” hält US-Polizisten in Atem

Novi slučaj “Bonnie i Clyde” ne daje predaha američkim policajcima

(www.abendblatt.de/hamburg, objavljeno 12. 08. 2010.)

(27) Washington. Morde, Banküberfälle, wilde Schießereien: Das berühmte Gangsterpärchen “Bonnie und Clyde” stand für Schrecken und Gewalt. 1934. starben die Beiden, von Kugeln durchsiebt.

Washington. Ubojstva, pljačke banaka, divljačko pucanje: poznati gangsterski parić “Bonnie i Clyde” bili su istoznačnica za užas i nasilje. Izrešetani su nasmrtno 1934.

(www.bild.de, objavljeno 11. 12. 2015.)

Zaključak

Svaka poruka stječe smisao unutar određenoga društvenoga konteksta i svaki naslov uvodi u drugačiju, jedinstvenu priču. Među pričama ponuđenima u kulturnom pamćenju ne postoji unaprijed zadana, objektivno ustanovljiva hijerarhija, nego nju svaki put iznova ustanovljuju i novinar i publika. Stoga, načelno gledano, nijedan naslov i općenito nijedna sastavnica prezentacije teksta nema apriornu prednost pred ostalima i ni za jednu se ne može kazati da sama po sebi ima ovakav ili onakav utjecaj na apstraktnoga *prosječnog čitatelja/konzumenta*, ali se mogu pretpostaviti društvene grupe koje će preferirati ovaj ili onaj oblikovni odnosno konotacijski tip

(model), jer imaju ovakvo ili onakvo društveno znanje ovisno o dobi, obrazovanju, zanimanju itd.

Znanje o takvim grupama ili segmentima društva, a u svrhu određivanja ciljne publike ili primjerene uređivačko-prezentacijske politike, može se steći na dva temeljna načina. Jedan je da se podaci o preferencijama dobiju znanstvenom metodologijom, tj. sociološkim istraživanjem na reprezentativnom uzorku, a drugi je *ad hoc* procjena samih medijskih djelatnika, novinara i urednika, o tome kakva i koliko proširena znanja postoje u društvu kojega su i oni sami dionici. Dakako, pripadnici različitih društvenih grupa reagirat će u skladu s različitim kriterijima, ne nužno uvijek jednako i u skladu s uredničko-novinarskom prosudbom: neki uopće neće znati tko su bili Bonnie i Clyde i naslov će ih zbuniti, možda i odvratiti od čitanja, a drugi će znati i baš zato će čitati s povećanim interesom, konotacijski slojevitije i značenjski bogatije.

Na temelju građe iz hrvatskih i njemačkih tiskanih medija mogu se naznačiti dvije skupine koje ujedno naznačuju dva smjera razvoja motiva, s time da im je zajednički zapravo samo jedan, bazični element: zajedništvo muškarca i žene u nečem što nije (baš) zakonito.

U prvoy su skupini tekstovi koji u bitnim elementima slijede povijesnu faktografiju, tj. imaju iste sastavnice iako ne nužno sve i u istom intenzitetu. Apsolutno neizostavan, bazičan element netom je spomenut, a važnošću sljedeća sastavnica ili dramaturška jedinica bila bi pljačka, u načelu s vatrenim oružjem, pokazanim, katkad i upotrijebljenim, na štetu ustanova za čuvanje novca ili promet njime (banke, pošte, prodavaonice), što odgovara izvornim događajima, ali i na štetu pojedinaca, kao u Zagrebu. Treća je sastavnica upotreba automobila za dolazak na mjesto djela i bijeg s njega. Drugu skupinu tekstova čine oni u kojima je mitska naracija potpuno dekonstruirana: tada čak ne mora postojati bilo kakav oblik nasilja, emocionalna se veza muškarca i žene ironizira ili postavlja u kakve druge humorne žanrove, kao u primjerima *bake i dede* ili djece koja su krala igračke.

Evokacije koncepta mogu imati razne protagoniste. U pravilu su to medijski djelatnici, katkad sami autori vijesti ili reporteri, katkad urednici i drugi koji vijest pripremaju za objavu, pa joj dopunjuju ili proširuju asocijativno-konceptualni okvir. Kad je koncept evociran u samom članku, razabiru se dva postupka: jednom je to naprosto dio novinarskog opisa i asocijacija na motive popularne kulture te je plasiran neutralno, a drugi put novinar kao tvorce usporedbe imenuje javnost, građane, mjesto u kojem se nedjelo dogodilo ili (druge) medije, čime sebe predstavlja kao onoga koji informira (i) o toj sastavnici događaja. Situacija je tada istovjetna onoj pučkog pripovjedača – ni on nikad ne iznosi osobna znanja i spoznaje, nego priču prezentira kao iskaz kolektivne mudrosti i iskustva, kao nešto oblikovano u procesu kolektivne stilizacije, dok je on samo neka vrsta tehničkog posrednika.

Primjer V. Cetinski pokazuje da i sami osumnjičenici, kad mogu javno komunicirati, znaju posegnuti za takvom konceptualizacijom. Prirodno, oni se tada ne mogu referirati, ni u najbazičnijem smislu, na djela što ih je počinio američki par, jer bi to značilo priznanje da su i sami kriminalci, ali mogu, kako je osjetila V. Cetinski, očito poznavateljica Pennova filma i izvornoga društvenog konteksta, na publicitet koji je taj par imao, odnosno na opću ulogu medija koji radi privlačenja publike nerijetko ističu javnosti atraktivne iako ne nužno najvažnije elemente nekih zbivanja.

Iako su u središtu ovog istraživanja hrvatski i njemački mediji, nije naodmet kratko, kao ilustraciju i potvrdu proširenosti motiva, navesti primjere iz još dvije europske zemlje. U Kölnu je 2011. otkriven i osuđen bračni par koji je slikao i prodavao lažna djela poznatih slikara. Kako im se kazna približila isteku, o njima su ponovo počele pisati i francuske novine, jer su djelovali i u toj zemlji. Opširan članak o njima ilustriran je lažnim slikama, ateljeom te fotografijom na kojoj su zaobljenici zagrljeni i nasmiješeni, sve pod naslovom:

(28) Les Bonnie & Clyde du pinceau: la plus incroyable arnaque du monde de l'art
Bonnie & Clyde slikarskoga kista: najnevjerojatnija prevara u svijetu umjetnosti
(<http://tempsreel.nouvelobs.com>, objavljeno 11. 10. 2015.)

Stjecajem okolnosti, baš dan ranije talijanska je policija u Mantovi nakon duge potrage otkrila gdje se skrivala i odakle se distribuirala pokradena antikna zlatnina. Bilo je to u stanu jednoga bračnoga para, točnije:

(29) La polizia scopre Bonnie e Clyde della ricettazione
Policija otkrila Bonnie i Clydea, skrivače ukradenoga blaga
(<http://gazzettadimantova.it>, objavljeno 10. 10. 2015.)

Naposljetku, jedna potvrda da popularna kultura i referentnost njenih narativnih proizvoda nemaju granica. Kada je uhvaćen par koji je u 2010. godini izvršio niz oružanih pljački banaka u Rimu, obavijest je postavljena na službene stranice Državne policije pod naslovom:

(30) Roma. Bonnie e Clyde della capitale arrestati dalla Polizia
Rim. Policija uhitila Bonnie i Clydea glavnoga grada
(<http://questure.poliziadistato.it>, objavljeno 10. 01. 2011.)

Posebna je tema, naravno, način na koji publika doživljava upotrebu ovakvih konceptualnih okvira i nema sumnje da bi istraživanje u tom smjeru donijelo važne spoznaje. Dotad, može se samo spekulirati o stvarnom učinku opisanih prezentacijskih postupaka, ali barem nešto o doživljaju publike može se danas doznati iz komentara uz internetska izdanja tiskanih medija. Primjerice, ispod teksta o priop-

čanju kojim V. Cetinski spominje odnos medija prema sebi i svom mužu upisano je šest komentara, od čega se pet referira na dotični konceptualni okvir: “još da završe kao bonnie i clyde” (*neurazumljiv*), “Bonny i Clyde (?), dakle osebujne osobe, ali ipak lopovi” (*zdepar*), “Znaju li oni da su Bonnie & Clyde pobili masu ljudi?” (*franioprvi*), “ko je bonnie a ko klyde? meni su precisi. prevod: jednaki.” (*istri*), te “Vinka, nemoj tako. Bonnie & Clyde na kraju pogibaju.” (*portugisac*), sve postavljeno isti dan, 18. kolovoza 2014, na www.vecernji.hr/forum. Komentar s potpisom *istri* nije baš jasan, no ostalih četvero autora očito vrlo dobro poznaje izvornu naraciju, sposobni su je usporediti s aktualnom i na toj podlozi oblikovati osobni stav, poruku, šalu, savjet...

Neki mit ili priča malokad se, ako ikad, naprosto ponavljaju “iako se, da bi sačuvali svoju moć, moraju stalno iznova prepričavati”. Prikladnije je kazati da se u tijeku vremena teme

iznova artikuliraju i interpretiraju, izvode iz kulture i ponovo u nju vraćaju i uklapaju. Priče se ne izmišljaju svaki put kad se pojavi potreba. Umjesto toga trajno se poseže za pripovjednim inventarom koji je s vremenom uspostavljen (Bird – Dardenne, 1988: 72).

Naposljetku, posezanje za metaforom *Bonnie i Clyde* može se zacijelo na jednoj razini interpretirati i kao način odmaka od stereotipiziranih izraza pravno-polijskoga diskursa, što vrijedi i za policiju: i sam protagonist nekoga diskursa može, naime, osjetiti zasićenje njime. Kad su imena poznata, metafora je ukras i značenjska dopuna, ali postoje i slučajevi kad se zna samo osnovni podatak, da su posrijedi muškarac i žena, i ništa više. Budući da publika uvijek traži konkretna imena i lica na koja može usredotočiti pažnju, te što konkretnije i iscrpnije životopise koje može dalje interpretirati i analizirati, protagonisti aktualnih slučajeva mogu u medijima dobiti zamjenska imena iz kulturno ovjerenih i društveno poznatih priča, od Robina Hooda do Bonnie i Clydea. Oni se na taj način figurativno personaliziraju, daje im se – u nedostatku realnoga – simbolični ili figurativni identitet koji ih od nepoznatih učas pretvara u poznate, konkretne osobe. Drugim riječima, kad počinitelji nekog djela i nisu poznati na faktografskoj razini, jesu to na razini općepoznatih motiva popularne kulture. Ona je u medijskom proizvodu koliko dopuna stvarnom identitetu kad je poznat, toliko i zamjena za nj dok ne postane poznat.

LITERATURA

- Bird, S. Elisabeth – Dardenne, Robert W. 1988. "Myth, Chronicle and Story". U: James W. Carey (ur): *Media, Myths, and Narratives. Television and the Press*. Sage Publications, Newbury Park – London – New Delhi: 67-86.
- Borčić, Nikolina. 2009. *Kontrastivna analiza tekstne vrste politički intervju s obzirom na rodne osobitosti*. Neobjavljeni znanstveni magistarski rad. Sveučilište u Zadru, Zadar.
- Borčić, Nikolina. 2012. *Konceptualna metafora i semantička polja u tekstnoj vrsti politički intervju u odnosu na rodne osobitosti*. Neobjavljeni doktorski rad. Sveučilište u Zadru, Zadar.
- Bošković-Stulli, Maja. 1997. *Priče i pričanje*. Matica hrvatska, Zagreb.
- Brinker, Klaus. 2005. *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in die Grundlagentheorie und Methoden*. Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Charteris-Black, Jonathan. 2004. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Charteris-Black, Jonathan. 2005. *Politicians and Rhetoric*. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Fillmore, Charles J. 1985. Frames and the semantics of understanding. *Quaderni di Semantica* 6 (2): 222-253.
- Foucault, Michael. 1981. The order of discourse. U: R. Young (ur): *Untying the text: a post-structural anthology*. Routledge & Kegan Paul, Boston: 48-79.
- Glovacki-Bernardi, Zrinjka. 2004. *O tekstu*. Školska knjiga, Zagreb.
- Holzmüller, Hartmut H. 1999. *Konzeptionelle und methodische Probleme in der interkulturellen Management- und Marketingforschung*. Schäfer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Lakoff, George. 1987. *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago University Press, Chicago.
- Lakoff, George. 2002. *Moral Politics. How Liberals and Conservatives Think*. University of Chicago Press, Chicago – London.
- Lakoff, George. 2004. *Don't think of an elephant: know your values and frame the debate: the essential guide for progressives*. Chelsea Green Publishing Company, White River Junction.
- Lakoff, George. 2008. *The Political Mind. A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics*. Penguin Books, New York.
- Lakoff, George. 2009. *The Political Mind: Why You Can't Understand 21st Century American Politics with an 18th Century Brain*. Penguin Group, New York.
- Lakoff, George & Johnson, Mark. 1999. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. Basic Books, New York.

- Langacker, Ronald W. 1987. *Foundations of Cognitive Grammar*. Stanford University Press, Stanford.
- Milner, E. R. 2003. *The Lives and Times of Bonnie & Clyde*. Southern Illinois University Press, Carbondale – Edwardsville.
- Raffaelli, Ida. 2009. *Značenje kroz vrijeme. Poglavlja iz dijakronijske semantike*. Disput, Zagreb.
- Seal, Graham. 1996. *The Outlaw Legend: A Cultural Tradition in Britain, America and Australia*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Stanojević, Mateusz-Milan. 2013. *Konceptualna metafora: temeljni pojmovi, teorijski pristupi i metode*. Srednja Europa, Zagreb.
- Tuđman Vuković, Nina. 2010. *Glagoli govorenja: kognitivni modeli i jezična uporaba. Sintaktičko-semantička studija*. Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb.

Ivo Žanić, Nikolina Borčić

BEHIND THE NEWS: A CONCEPTUAL-NARRATIVE FRAME
IN THE BACKGROUND OF NEWSPAPERS' TEXTS

Summary

The topic of this paper is the analysis of conceptual narrative frames behind the news. The paper is theoretically based on the assumptions of text linguistics and cognitive linguistics with the reference to the achievement of the informative language function that should be predominant in media messages. Yet, journalists do not only mediate information or their own attitudes shaped by rational and analytical discourse, but mediate conceptual narrative frames as well. The paper presents the analysis of the usage of conceptual narrative frame of Bonnie and Clyde in Croatian and German newspapers when crimes with man and woman involved are reported. The given narrative's conceptual frame is analysed by using the qualitative content analysis of the randomly chosen newspaper article. The results indicate that all the texts which use the narrative of Bonnie and Clyde share only one common concept, and that is the participation of a man and a woman in a certain activity, independent of whether it is the text which contains the elements of historical facts of this narrative or the respective mythical narrative is deconstructed in the text.

Keywords: Media Messages, Conceptual Frames, Narrative, Concept, Bonnie and Clyde

Kontakt: **Ivo Žanić**, Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6, 10 000 Zagreb.

E-mail: ivo.zanic@zg.htnet.hr

Nikolina Borčić, Veleučilište VERN', Trg bana J. Jelačića 3, 10 000 Zagreb.

E-mail: nikolina.borcic@vern.hr