
UDK: 070(497.5)

070(497.6)

Prethodno priopćenje

Primljen 28. VI. 2017.

MIROSLAV VASILJ – MIRELA MABIĆ – MARIJA BEGIĆ

Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru – Ekonomski fakultet

Sveučilišta u Mostaru – Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru

miroslav.vasilj@sve-mo.ba – mirela.mabic@sve-mo.ba – marija.begic@sve-mo.ba

FREKVENTNOST IZNOŠENJA KOMENTARA U INFORMATIVNIM ŽANROVIMA – BOSANSKOHERCEGOVAČKE I HRVATSKE DNEVNE NOVINE

Sažetak

Odvajanje činjenica od stavova u informativnim je žanrovima jedna od temeljnih pretpostavki novinarske objektivnosti i poštenja. Koliko se to konsenzusno prihvaćeno pravilo krši u bosanskohercegovačkim i hrvatskim dnevnim novinama tema je kojom se rad bavi. U prvome se dijelu izlaže teorijski okvir zbog čega je važno provoditi ovo pravilo, zbog čega dolazi do njegova kršenja, što su mogući koraci u prevenciji te o strategijama za opstanak dnevnih novina. Drugi se dio rada odnosi na rezultate istraživanja i raspravu o učestalosti kršenja pravila u informativnim žanrovima: vijest, izvješće i prikaz. Uzorak su dnevne novine: *Večernji list BiH*, *Dnevni avaz*, *Jutarnji list* i *24 sata*. U vremenima alternativnih činjenica jasno razlučivanje činjenica od stavova u informativnim žanrovima može doprinijeti opstanku i boljem pozicioniranju novina u

odnosu na ostale medije s obzirom na to da to pravilo u znatnoj mjeri doprinosi vjerodostojnosti.

Ključne riječi: dnevne novine; informativni žanrovi; činjenica; komentar; alternativne činjenice

Uvod

Pojam objektivnosti ili poštenja u novinarstvu zasniva se između ostaloga na pretpostavci da se publici jasno razluči informacija i činjenica od komentara i stava. Klasifikacija novinarskih žanrova ponudila je odgovor u vidu informativne i komentatorsko-analitičke žanrovske skupine. Teoretičari i praktičari postigli su konsenzusan stav da se kod informativnih žanrova ne bi trebali iznositi stavovi nego isključivo činjenice. No koliko se takvi zahtjevi i preporuke provode u svakodnevnoj praksi? Kriza naklada i manji interes oglašivača s kojima se suočava tisak kao tradicionalni medij zahvatila je novine u globalnim razmjerima, ali i u navedenim dvjema državama. Teoretičari su razvili brojne analogne i digitalne strategije kako novine mogu opstati i bolje se pozicionirati na tržištu. No u sveopćoj se borbi za opstanak često krše temelji novinarstva, a jedan od njih je nemiješanje činjenica i stavova u informativnim žanrovima. Gdje su bosanskohercegovačke i hrvatske novine po tom pitanju?

1. Strategije za opstanak i pozicioniranje dnevnih novina na tržištu

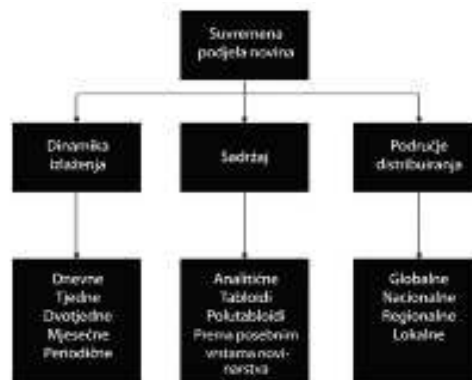
Dnevne se novine kao tradicionalni medij nalaze na prekretnici – kako i u kojem obliku opstati i bolje se pozicionirati na tržištu? Iako nam povijest pokazuje da teško dolazi do gašenja medija¹, novine se danas na

¹ Roger Fidler je razvio teoriju o šest temeljnih načela medijamorfoze. 1. *Koevolucija i koegzistencija* – svi oblici komunikacijskih medija koegzistiraju i koevoluiraju unutar složenoga adaptivnog sustava koji se stalno širi. Svaki novi oblik koji se pojavi i razvija utječe, tijekom vremena i u različitoj mjeri, na razvoj svakoga drugog postojećeg oblika; 2. *Metamorfoza* – novi mediji ne nastaju spontano i nezavisno – oni nastaju postupno kroz metamorfozu starijih medija. Kada se pojave novi oblici, stariji oblici obično ne zamiru, već se prilagođavaju i nastavljaju se razvijati; 3. *Širenje* – nastajući oblici medija preuzimaju dominantne osobine od ranijih oblika; 4. *Opstanak* – svi oblici medija, kao i medijske djelatnosti, moraju se prilagođavati i razvijati da bi opstali u sredini koja se stalno mijenja. Njihova jedina druga

prezasićenom medijskom tržištu bore kako zadržati čitateljstvo te kako doći do oglašivača. Brojne su strategije kako do toga doći, no svi se slažu u jednom – u eri alternativnih činjenica² i *fake newsa*³ objektivnost, vjerodostojnost i analitičnost polazišne su točke za opstanak dnevnih novina.

Novine u trenutačnim uvjetima možemo dijeliti prema:

- *Dinamici izlaženja*: učestalost izlaženja može biti dnevna, tjedna, dvotjedna, mjesečna, periodična. To su ujedno i najveće moguće razlike među novinama.
- *Sadržaju*: novine mogu biti specijalizirane za posebne vrste novinarstva (sport, gospodarstvo, turizam...) ili se u smislu sadržaja mogu dijeliti na analitičke novine i tabloide.
- *Području distribuiranja*: novine mogu biti globalnoga, nacionalnoga, regionalnoga ili lokalnoga karaktera.



Slika 1. Suvremena podjela novina

Brojni su mislioci pisali te i dalje pišu o moći i utjecaju dnevnih novina, ali i o odnosu čitatelja prema tome mediju. Teoretičari navode kako

opcija je da umru; 5. *Prilika i potreba* – novi mediji ne bivaju općeprihvaćeni samo zaslugom neke tehnologije. Uvijek mora postojati neka prilika kao i motivirajući društveni, politički i /ili ekonomski razlog da bi se razvila neka nova medijska tehnologija; 6. *Zakašnjelo usvajanje* – novim medijskim tehnologijama uvijek je potrebno više vremena od očekivanoga da bi postigle komercijalni uspjeh. Obično im je potrebna barem jedna ljudska generacija (20 – 30 godina) da naprave pomak od patentirane ideje do općeprihvaćenosti.

- 2 Alternativna činjenica – pokušaj oblikovanja javnoga mnijenja u kojem se umjesto objektivnih činjenica javnosti plasiraju osjećaji i osobna uvjerenja. Slično je izrazu *post-truth* koji je *Oxfordski rječnik* proglasio riječju godine za 2016.
- 3 *Fake news* – lažne vijesti čija je namjera dezinformacija ili prijevara širenjem lažnih vijesti preko tradicionalnih i novih medija.

je čitanje individualna aktivnost, odnos između vlastitoga *ja* i jedne stranice.⁴ Tocqueville je 1835. godine pisao kako su samo jedne novine kadre u istome trenutku smjestiti istu misao u tisuću glava.⁵ Fred Inglis navodi kako su novine „izmijenile temelje ljudskog samorazumijevanja, podarile silnu snagu kapitalizmu, utvrdile i ozakonile jezične zajednice, koje su se, potom prometnule u države-nacije...“ No novine su već pojavom radija, a kasnije i televizije te novih medija izgubile monopolistički položaj.

Zbog sve većega pada naklade dnevnih novina diljem Europe javljaju se nove ideje kako spasiti dnevne novine otisnute na papiru. Joseph Turow piše o analognim i digitalnim strategijama. Analogne se odnose na papirnato izdanje: sadržaj, grafički izgled, rubrike..., dok digitalne strategije podrazumijevaju nove medije i brojne mogućnosti koje one nude u što uspješnijoj komunikaciji s publikom.⁶

I Thomas Schmidt predlaže da tiskani mediji trebaju iskoristiti nove medije tako što će dobiti jasnu povratnu informaciju od čitatelja. Schmidt predlaže i veća ulaganja u sadržaj. „Novine malo troše na sadržaj, a sadržaj je ključ za zadovoljstvo čitatelja.“⁷

Kada je riječ o društvenoj ulozi, od novina se očekuje da „objektivno i nepristrano izvještavaju, istražuju, analiziraju, objašnjavaju, filtriraju, provjeravaju, organiziraju, smještaju u kontekst, usklađuju i nalaze smisao u često oprečnim informacijama, sakupljenim iz raznih izvora“⁸. Od tiskanih se medija traži da se mijenjaju od informativnoga novinarstva u novinarstvo sa značenjem, što označava i novu eru njegova profiliranja i odgovornosti prema čitateljstvu i tržištu.⁹ I upravo tu nastaju problemi jer su legitimni zahtjevi za pozicioniranjem novina shvaćeni kao poziv i na rušenje osnovnih načela objektivnoga i poštenoga novinarstva – jasne razdjelnice između informacije i mišljenja u informativnim žanrovima.

4 Usp. GIOVANNI GOZZINI, *Istorija novinarstva*, Clio, Beograd, 2001., str. 31.

5 Usp. FRANCIS BALLE, *Moć medija: Mandarin i trgovac*, Clio, Beograd, 1997., str. 22.

6 Usp. Joseph TUROW, *Mediji danas: Uvod u masovne komunikacije I*, Clio, Beograd, 2012., str. 461.

7 THOMAS SCHMIDT, „How Newspapers Can Stop Losing Readers And Money“, (16. IV. 2015.), <<http://en.ejo.ch/media-economics/business-models/ken-doctor-how-newspapers-can-stop-losing-readers-and-money>> (25. VI. 2017.).

8 ROGER FIDLER, *Mediamorphosis: Razumevanje novih medija*, Clio, Beograd, 2004., str. 333.

9 Usp. ANTE GAVRANOVIĆ, *Poslovno novinarstvo između etike i zarade*, Dnevnik, Zagreb, 2011., str. 71.

2. Miješanje činjenica i stavova u informativnim žanrovima

Pojam objektivnosti ili poštenja u novinarstvu zasniva se između ostalog i na činjeničnome izvješćivanju – informaciji odvojenoj od stajališta i mišljenja. To je načelo postalo standard procjene kvalitete novina, ali i poštivanja novinarske etike. No kako do njega doći? Pitanje je to koje je starije i od samoga novinarstva. Još se Tukidid u petome stoljeću prije Krista suočio s problemom činjeničnoga izvješćivanja u Peloponeskome ratu.

Što se tiče mog činjeničnog izvještavanja o događajima... usvojio sam načelo da ne napišem prvu priču na koju nađem, pa čak i da ne dopustim da me vode moji vlastiti opći dojmovi; ili sam osobno nazočio događajima koje sam opisao ili na neki drugi način čuo za njih od svjedoka čija sam izvješća provjerio sveobuhvatno onoliko koliko je god to bilo moguće. Pa čak ni tako istinu nije bilo lako otkriti: različiti svjedoci su davali različite prikaze istih događaja, govoreći u korist jedne ili druge strane uslijed pristranosti, ili uslijed nesavršenog pamćenja.¹⁰

Za ovo je istraživanje posebno važan dio u kojem Tukidid spominje izraz činjenično izvještavanje. Ističe i druge pojmove ključne za novinarsku današnjicu i budućnost: pravilo druge strane, vođenje vlastitim dojmovima, razgovori s izvorima, provjeravanje njihovih iskaza, sveobuhvatnost, pristranost... Svi su ovi pojmovi posebice aktualni kada je riječ o informativnim žanrovima.

Najveći stupanj manipulacije i prezentiranja mišljenja redakcije ili novinara kao činjenice moguć je u dijelu teksta koji se odnosi na pozadinu i kontekst gdje se odgovara na pitanja *kako* i *zašto*. Riječ je o odjeljku koji treba objasniti širi kontekst nekoga događaja, njegovu povijest, uzroke, moguće posljedice.

Glede brzine, novine se ne mogu natjecati s elektroničkim ili novim medijima pa zbog toga posežu za analitičnošću i ekskluzivnim informacijama. „Javlja se nova paradigma tiskanih medija, u kojoj vijest treba

¹⁰ THUCYDIDES, *History of the Peloponnesian War*, knjige 1 i 2, C. F. SMITH (prev.) Harvard University Press, Cambridge, 1991., str. 35. – 39.; citirano prema: BILL KOVACH – TOM ROSENSTIEL, *Elementi novinarstva: Šta bi ljudi koji se bave novinarstvom trebalo da znaju i šta bi javnost trebalo da očekuje*, Cid – Institut za medije Crne Gore, Podgorica, 2006., str. 87.

pretvoriti u temu.“¹¹ Upravo tu nastaje zloraba pa se informacija miješa s mišljenjem ili pretpostavkom autora, dovodeći čitatelje u zabludu što je informacija, a što komentar. Zbog toga su autori *Kodeksa za tisak Vijeća za tisak BiH*¹² u članku 6. naveli: „Tisak i periodična izdanja, iako slobodni izraziti svoja gledišta, moraju napraviti jasnu razliku između komentara, pretpostavke i činjenice“¹³. Isto to traži i znatno stariji kodeks ponašanja novinara u Velikoj Britaniji. Riječ je o prvome britanskom kodeksu koji je izrađen 1936. „Njegovi ciljevi su bili razgraničavanje činjenica od mišljenja i zaštita novinara od poslodavaca.“¹⁴

I u vizualnome je smislu potrebno jasno razlučiti činjenicu od komentara. To se čini raznim grafičkim rješenjima, a često se osim potpisa u komentatorsko-analitičkim žanrovima stavlja i fotografija autora teksta. Time se želi postići još veća naglašenost da je riječ o stavu redakcije ili pak kolumnista, komentatora ili analitičara. Cilj je toga da se recipijenta ne dovede u situaciju da čitajući nečije mišljenje povjeruje kako je riječ o nepobitnoj činjenici. Dalee Jacqueline navodi kako je prvi princip uredničke odgovornosti da komentar bude odvojen od činjenica. Autor donosi konkretan primjer što se dogodi kada se ne poštuje razlika između činjenica i mišljenja.

U najočiglednije posljedice propusta da se ta razlika dovoljno označi čitateljima ili gledateljima spada to što čitajući novine ili gledajući televiziju mogu steći pogrešan dojam da je činjenica, na primjer, da neka strana vlada postupa ispravno ili pogrešno, da je pobačaj moralno dopustiv ili nedopustiv, da izvjestan zakon o kojem se trenutačno raspravlja u zakonodavnom tijelu treba ili ne treba donijeti – kada su svi ovi vrijednosni sudovi samo uredničko mišljenje pisca uvodnika ili medijskih magnata. Postoje činjenice, s jedne strane, koje novinari istražuju i o njima izvještavaju, a postoje mišljenja, interpretacije i analize smisla i vrijednosti

¹¹ A. GAVRANOVIĆ, *n. dj.*, str. 70.

¹² Vijeće za tisak BiH – samoregulacijsko nevladino tijelo za tiskovine i *online* medije koje djeluje na području Bosne i Hercegovine. Njegova misija je štititi građane od neprofesionalnoga pisanja tiska, štititi slobodu medija i novinare od pritisaka.

¹³ „Komentar, pretpostavka i činjenica“, *Kodeks za tisak Bosne i Hercegovine*, 2006., čl. 6.

¹⁴ ROWLAND LORIMER, *Masovne komunikacije: Komparativni uvod*, Clio, Beograd, 1998., str. 170.

činjenica, s druge. U interesu maksimalno relevantnog govorenja istine njih ne treba pomiješati.¹⁵

Primjena pravila odvajanja komentara od činjenica razlikuje se od zemlje do zemlje. I tu tradicija ima utjecaj. Studija Andre Teodore Catarig pokazuje razliku u tome u francuskim i talijanskim novinama. Analiza je tekstova rađena u dnevnim novinama *Le Monde*, *Le Figaro*, *La Repubblica* i *Il Corriere della Sera*. Istraživanje je pokazalo da talijanski novinari imaju puno veću sklonost izražavanju mišljenja u informativnim žanrovima nego francuski novinari.¹⁶

Stjepan Malović navodi kako je uopće u tiskanim medijima, zbog naslijeđenih osobina prema kojima se vijest teško razlikuje od komentara, uvjeravanje čitatelja dosta izraženo.

Tako E. Luchsinger iz *Neue Zürcher Zeitung* kaže da novinarstvo: „Treba stvarnost gledati što je moguće više oštro i trezveno, ali to ne znači onemogućiti novinara na vlastito mišljenje i stav.“ On smatra da novinar može objektivno i korektno analizirati i komentirati svjetska zbivanja, a da pritom ne gubi svoju vlastitu perspektivu. Negdašnji direktor *Le Monde* Fauver kaže da oni „stvaraju sudove, vrlo često, kadšto vrlo kategorično, ali da istodobno daju čitatelju sve elemente informacije tako da oni, čitatelji, mogu također stvoriti svoj vlastiti sud.“¹⁷

Pravilo odvajanja činjenica od komentara u vijestima posebno je izraženo u novinskim agencijama. „Zauzimanje samo za jednu stranu ili angažirano gledište isključeni su iz agencijskih vijesti.“¹⁸

Evo što su najčešći razlozi zbog čega u novinama dolazi do kršenja pravila nemiješanja činjenica i stavova u informativnim žanrovima:

¹⁵ DALE JACQUETTE, *Novinarska etika: Moralna odgovornost u medijima*, Službeni glasnik, Beograd, 2007., str. 342.

¹⁶ Usp. ANDRA TEODORA CATARIG, „Le rapport-commentaire, un genre journalistique? Regard sur la presse française et italienne“, *Le français parle dans les médias: les médias et le politique*, Lausanne, 2009., <http://www.unil.ch/clsl/files/live/sites/clsl/files/shared/Actes_FPM_2009/CatarigFPM20091.pdf>, (27. VI. 2017.).

¹⁷ STJEPAN MALOVIĆ, *Novine*, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2003., str. 18.

¹⁸ FJODOR POLOJAC, *Novinske agencije i agencijsko novinarstvo*, Plejada, Zagreb, 2010., str. 140.

- *Tekstovi koji trebaju dokazati unaprijed postavljenu tezu* – novinari su često pod pritiskom da pišu tekstove koji trebaju biti sinkronizirani s uređivačkom politikom novina pa onda pribjegavaju i iznošenju suda u vijestima ili izvješćima.
- *Nemogućnost dolaska do relevantnih sugovornika* – borba s rokovima novinare često zna nagnati da se posluže metodama koje krše etičke kodekse. Nemogućnost da uzmu izjave od relevantnih sugovornika novinare zna natjerati da iznesu stav u informativnim žanrovima.
- *Nepoznavanje profesionalnih standarda* – nikada na prostorima Bosne i Hercegovine i Hrvatske nije bilo toliko medija kao danas. Veliki broj medija zahtijeva i veliki broj novinara. Mnogi među njima nemaju kompetencije, znanja i vještine za novinarstvo, pa pogreške čine zbog nepoznavanja profesionalnih standarda.
- *Pritisci urednika, vlasnika ili oglašivača* – novinari su diljem svijeta svakodnevno izloženi pritiscima urednika, vlasnika i oglašivača koji žele vidjeti sadržaje u novinama koji njima odgovaraju.
- *Dokazivanje kako je autor dobar poznavatelj teme* – samodokazivanje zna također biti razlog za isticanje stava autora teksta u informativnim žanrovima. Neki se novinari jednostavno žele prikazati kao poznavatelji teme.
- *Konkurencija između medija ili novinara* – čest je motiv kršenja profesionalnih standarda međusobno natjecanje medija i novinara između sebe. Pierre Bourdieu piše o prisili konkurencije. „Svijet novinara jest podijeljen svijet u kojem dolazi do sukoba, konkurencije, mržnje, neprijateljstva“¹⁹. Bourdieu iznosi i primjer: „Ako *Libération* objavi kao prvu i najznačajniju vijest informaciju o nekom određenom događaju, *Le Monde* na to ne može ostati ravnodušan i nezainteresiran, on je slobodan da tu vijest malo prekroji (što posebno čini televizijska postaja TF1) kako bi uspostavio distancu i ostao na visini svoje reputacije i ozbiljnosti“²⁰.

¹⁹ PIERRE BOURDIEU, *Narcisovo ogledalo: Rasprava o televizijskom novinarstvu*, Clio, Beograd, 2000., str. 38.

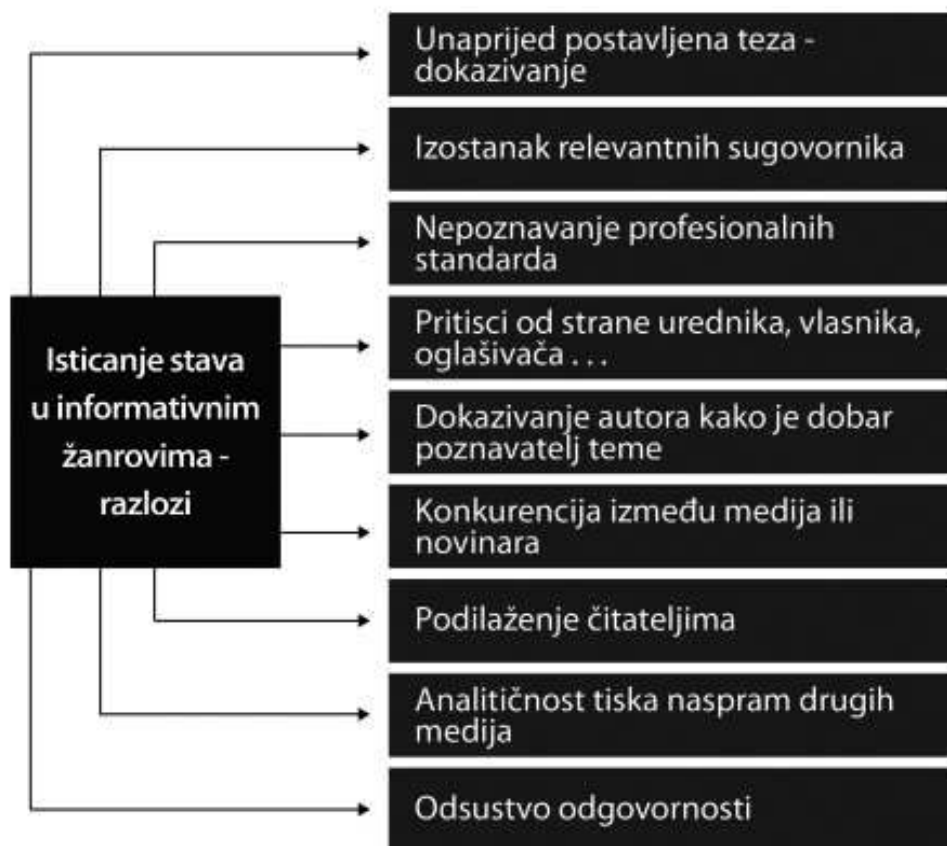
²⁰ *Isto*, str. 40.

- *Podilaženje čitateljima* – novinari i urednici znaju tko je njihova čitateljska publika. Kod dnevnih novina i u zemljama s dugom tradicijom točno se zna koje su tiskovine bliže desnoj ili lijevoj opciji. Zbog toga smatraju da kršenje novinarskih pravila ne će biti upadljivo ako u informativnim žanrovima autor teksta iznosi komentar. Dugogodišnji novinar Dagobert Lindlau taj je koncept nazvao „patologijom novinarstva“, to jest trendom koji ljude treba učiniti sretnima, umjesto da ih informira. Tvrdi da se objavljuje ono što ljudi žele čitati, a ne ono što svjedoči o pravome stanju stvari.²¹
- *Karakteristike tiska kao medija* – za razliku od radija, televizije i novih medija novine zahtijevaju i analitičnost uz informacije. Upravo je to prednost novina u odnosu na ostale medije. Međutim, novinari trebaju biti oprezni i znati da za iznošenje stava postoje komentatorsko-analitički žanrovi.
- *Odsutnost odgovornosti* – Međunarodna je federacija novinara u etičkome kodeksu, koji služi svim nacionalnim novinarskim udru-gama, odgovornost stavila na prvo mjesto. „Pod odgovornošću se podrazumijeva da novinari za svoje napise i govore u medijima odgovaraju javnosti i ne smiju zlorabiti dano im povjerenje.“²² Bosna i Hercegovina ima jedan od najliberalnijih zakona o slobodi medija. Čini se da velike slobode za sobom ostavljaju i manju odgovornost.²³

²¹ Usp. STEPHAN RUSS-MOHL, *Novinarstvo*, Clio, Beograd, 2005., str. 228.

²² ZORAN TOMIĆ i dr., *Javno komuniciranje: Pravo i etika*, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007., str. 135.

²³ Usp. MARKO SAPUNAR – MIROSLAV VASILJ – SINIŠA KOVAČIĆ, „Isticanje komentara u informativnim žanrovima“, *Kultura komuniciranja*, Mostar, god. II. (2013.), br. 2., str. 496. – 498.



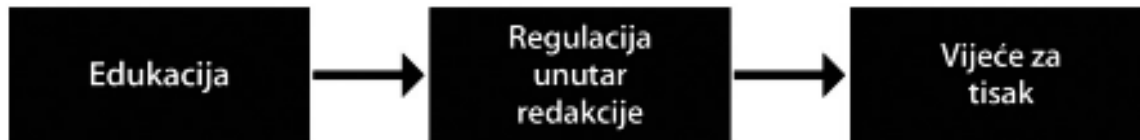
Slika 2. Razlozi isticanja stava u informativnim žanrovima

Posljedice koje navedena vrsta hibridizacija ostavlja za sobom mogu biti različite od *fake newsa*, alternativnih činjenica, pristranosti, netočnosti, što izravno utječe na nepovjerenje recipijenta prema listu koji čita, ali i na ugled samoga autora teksta, a onda u konačnici i prema samoj profesiji.

Ipak, postoje mogućnosti kako izbjeći namjerno ili nenamjerno kršenje pravila nemiješanja činjenica i stavova u informativnim žanrovima:

- *Edukacija* – daljnjim obrazovanjem novinari mogu ispraviti takve pogreške ako nisu počinjene namjerno.
- *Regulacija unutar redakcije* – urednici bi i redaktori trebali više pozornosti posvetiti provedbi profesionalnih standarda.

- *Vijeće za tisak* – Vijeće za tisak trebalo bi djelovati sukladno svojim ovlastima u opisanim slučajevima kršenja članka 6. Kodeksa Vijeća za tisak Bosne i Hercegovine.²⁴



Slika 3. Tri mogućnosti izbjegavanja iznošenja stava u informativnim žanrovima

Prednost bi trebale imati preventivne mjere edukacije ili pak regulacije unutar redakcije, dok bi Vijeće za tisak kao neka vrsta represivne instancije trebalo uslijediti nakon prve dvije mjere.

3. Dominirajući postupci informativnih žanrova

Informativni su žanrovi jedna od četiri skupine žanrova u klasifikaciji novinarskih žanrova. Tu su još komentatorsko-analitički, narativni i dijaloški žanrovi.²⁵ Svaka od navedenih žanrovskih skupina sadrži dominirajuće postupke²⁶ pomoću kojih se žanrovi grupiraju u zasebne skupine. Dominirajući je postupak kod informativnih žanrova informacija, kod komentatorsko-analitičkih komentar, stav, analiza, mišljenje i ideja, kod narativnih korištenje književnih elemenata osim fikcije u obradi tema, a kod dijaloških dijalog kao dominirajući postupak. Informativni žanrovi koji su predmet istraživanja jesu: vijest, izvješće i prikaz.

Vijest – riječ je o elementarnome novinarskom žanru koji je determiniran formulom pet W²⁷. Najčešće se piše pravilom obrnute piramide²⁸.

²⁴ Usp. *isto*, str. 499.

²⁵ Klasifikacija je žanrova predložena u doktorskoj disertaciji Miroslava Vasilja *Struktura i primjena novinarskih žanrova u tisku* koja je obranjena 28. listopada 2016. godine na Filozofskome fakultetu Sveučilišta u Mostaru.

²⁶ Dominirajući postupak – postupak koji u tekstu dominira u odnosu na ostale i koji ih sebi podređuje. Nijedan se žanr ne javlja u čistome obliku. Novinarski su žanrovi fluidni i najčešće se javljaju u hibridnome obliku, a pripadnost određenom žanru određuje se pomoću dominirajućega postupka.

²⁷ Pet W – *tko, što, gdje, kada, zašto* i dodatno *kako* te *izvor* informacije.

²⁸ Obrnuta piramida – takvo strukturiranje teksta da se najvažniji elementi stavljaju u prvi odjeljak, a zatim se pišu ostali elementi po svojoj važnosti. Čitatelj može prekinuti čitanje

Marko Sapunar ističe kako je vijest nastala kao sinteza jezikoslovlja, logike i retorike. Prema autoru, vijest „izražava osnovne zakonitosti kako djeluje ljudska pamet pri kodiranju, posredovanju i razumijevanju informacije“²⁹. Vijest je i danas najučestaliji novinarski žanr u svim medijima.

Izvešće – za razliku od vijesti koja je statički strukturirana, izvješće detaljnije opisuje događaj. Izvješće donosi svojevrsni tijek – kronologiju događaja iako i ono započinje pravilom rezimirajućega lida³⁰. Izvješće je samim time sadržajnije forma. „Izvješće je autentično svjedočanstvo o događaju, a to znači da izvještajna poruka mora biti vjerna slika (opis) događaja. Drugim riječima, izvješće mora primatelju poruke (čitatelju) dati takve podatke o sadržaju događaja kao da je on sam nazočio događaju.“³¹

Prikaz – je deskripcija nekoga djela, predmeta ili pojave. Ni u prikazu kao informativnome žanru autor ne bi trebao iznositi mišljenje. U formi se prikaza najčešće opisuju knjige, filmovi, ali u posljednje vrijeme sve češće nova tehnološka dostignuća – pametni telefoni, automobili...

4. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno metodom analize sadržaja, a u analizi rezultata primijenjena je statistička metoda analize podataka.

Utemeljeno je na uzorku od četiriju dnevnih novina iz Bosne i Hercegovine i Republike Hrvatske: *Večernji list BiH* – Mostar, *Dnevni avaz* – Sarajevo, *Jutarnji list* – Zagreb i *24sata* – Zagreb. Analizirano je po sedam brojeva svakih od navedenih dnevnih novina u razdoblju od mjesec dana, od 20. srpnja do 16. kolovoza 2015., i to *Večernji list BiH* od 20. srpnja do 26. srpnja; *Dnevni avaz* od 27. srpnja do 2. kolovoza; *Jutarnji list*³² od 3. kolovoza do 9. kolovoza; i *24sata*³³ od 10. kolovoza do 16. kolovoza.

čim zadovolji znatiželju, znajući da mu ništa bitno nije izmaknulo.

²⁹ MARKO SAPUNAR, *Osnove znanosti o novinarstvu*, vlastita naklada, Zagreb, 2004., str. 87.

³⁰ Rezimirajući lid – način pisanja u kojem se u prve dvije rečenice teksta iznose najvažnije informacije. Prvi odjeljak u pisanju teksta strukturom obrnute piramide.

³¹ DRAGO BOBIĆ, *Što s događajem: O umijeću novinarskog izvještavanja*, Informator, Zagreb, 1987, str. 38.

³² Zbog državnoga praznika Dana pobjede i domovinske zahvalnosti u Republici Hrvatskoj *Jutarnji list* 4. kolovoza izišao kao dvobroj za 4. i 5. kolovoza.

³³ Zbog blagdana Velike Gospe *24sata* je 14. kolovoza izišao kao dvobroj za 14. i 15. kolovoza.

Zbog relevantnosti uzorka važno je bilo obuhvatiti sve dane u tjednu s obzirom na to da u odnosu na radne dane dnevne novine vikendom imaju karakteristike tjednika pa samim time i drukčiji žanrovski pristup obradi tema. Analizirane su sve stranice osim onih na kojima se nalaze oglasi i nenovinarski žanrovi – križaljka, horoskop, pregled televizijskoga programa...

Standardizirano je da jedan tekst kao osnovna jedinica analize može pripadati samo jednom žanru bez obzira na to što jedan tekst sadrži elemente nekoliko žanrova. Klasificiranje je rađeno prema tome koji postupak u tekstu dominira. Zajednički uzorak utemeljen je na 2.669 tekstova od čega informativnoj skupini žanrova koja je predmet istraživanja pripada 1.811 tekstova. Od toga u *Večernjem listu* 535, u *Dnevnom avazu* 782, u *Jutarnjem listu* 261, a u *24sata* 233 teksta koji pripadaju informativnoj žanrovskoj skupini.

Cilj je istražiti, spoznati, provjeriti:

- apsolutnu i relativnu zastupljenost informativnih žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora u odnosu na ukupan broj informativnih žanrova;
- međusobnu zastupljenost informativnih žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora;
- zastupljenost žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora u odnosu na ukupan broj informativnih žanrova po analiziranim novinama;
- zastupljenost informativnih žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora po rubrikama.

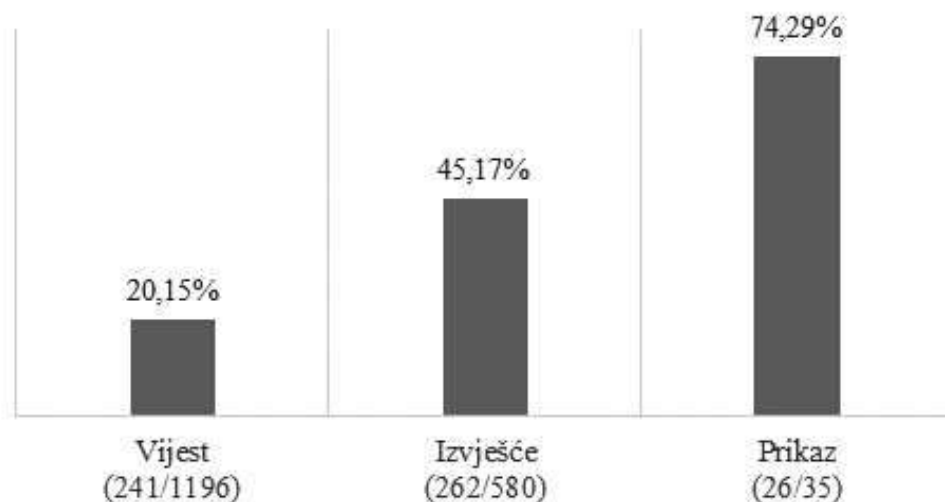
Zastupljenost je žanrovskih skupina i žanrova iskazana apsolutnim (f) i relativnim frekvencijama (%). Značajnost razlika u zastupljenosti testirana je testom hi-kvadrat (χ^2). Granica je statističke značajnosti postavljena na 0,05 (ako se p nije mogla iskazati do tri decimalna mjesta iskazana je kao $p < 0,001$).

5. Rezultati i rasprava

Od ukupno analiziranih 1.196 vijesti zabilježen je 241 takav hibrid. Od ukupno 580 izvješća kod njih 262 zabilježena je nedopuštena hibridizacija, što je iznimno visok broj. Od 35 zabilježenih prikaza u cijelome istraživanju kod 26 tekstova toga žanra autori su iznosili stav. To pokazuje da novinari praktičari doživljavaju prikaz više kao komentatorsko-analitički žanr, a manje kao informativni.

Tablica 1.: Zastupljenost žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora u odnosu na ukupan broj informativnih žanrova

Žanr	Broj tekstova	%
vijest	241/1196	20,15
izvješće	262/580	45,17
prikaz	26/35	74,29



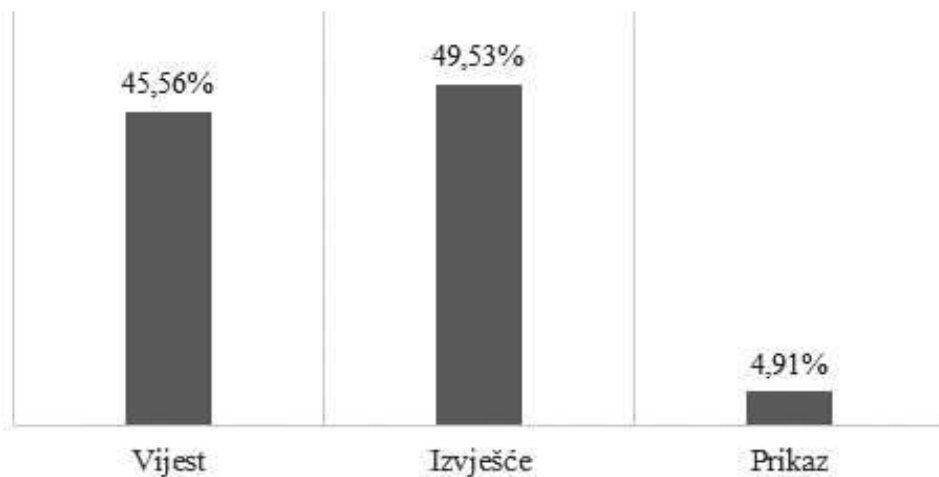
Grafikon 1.: Zastupljenost žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora u odnosu na ukupan broj informativnih žanrova

Izraženo u postocima od ukupnoga broja prikaza, kod njih 74,29 % zabilježeno je iznošenje stava autora. Kod izvješća pojavnost takvih hibrida iznosi 45,17 %, što je iznimno visoko, ali se može objasniti time da u novinama novinari praktičari u tome žanru ne smatraju iznošenje stava kršenjem etičkih i profesionalnih standarda kao u vijesti. Kod vijesti

postotak je miješanja činjenica i mišljenja autora 20,15 %, što se s obzirom na sažetost vijesti ne može smatrati niskim postotkom.

Tablica 2.: Međusobna zastupljenost informativnih žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora

Žanr	Broj tekstova	%
Vijest	241	45,56
Izvješće	262	49,53
Prikaz	26	4,91
Ukupno	529	100

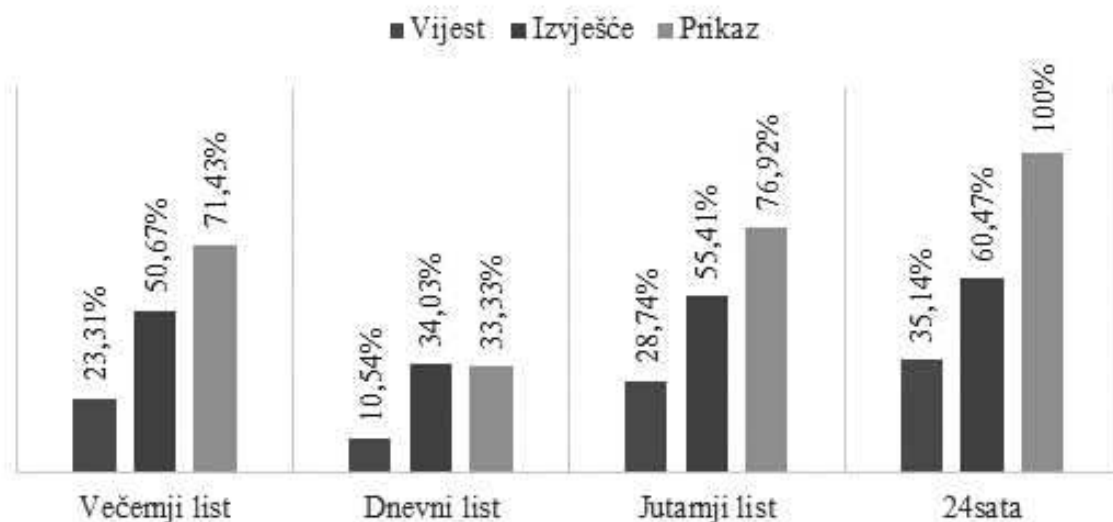


Grafikon 2.: Međusobna zastupljenost informativnih žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora

Najveći broj iznošenja stava autora u informativnim žanrovima uočen je kod izvješća – 49,53 %. Slijedi vijest s 45,56 % od ukupnoga broja uočenih hibrida, dok je prikaza 4,91 % od ukupnoga broja hibrida. Razlika u zastupljenosti informativnih žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora statistički je važna ($\chi^2=193,501$; $df=2$; $p<0,001$). Manja zastupljenost hibridnih prikaza može se objasniti manjom frekventnosti toga žanra u odnosu na vijest i izvješće.

Tablica 3. Zastupljenost žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora u odnosu na ukupan broj informativnih žanrova po analiziranim novinama

Žanr	Novine							
	Večernji list		Dnevni avaz		Jutarnji list		24sata	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Vijest	69/296	23,31	57/541	10,54	50/174	28,74	65/185	35,14
Izvješće	114/225	50,67	81/238	34,03	41/74	55,41	26/43	60,47
Prikaz	10/14	71,43	1/3	33,33	10/13	76,92	5/5	100,00



Grafikon 3.: Zastupljenost žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora u odnosu na ukupan broj informativnih žanrova po analiziranim novinama

Gledajući relativnu zastupljenost opisanih hibrida po žanrovima u odnosu na ukupan broj informativnih žanrova u *Večernjem listu*, *Jutarnjem listu* i *24sata*, uočavamo da je najveća frekvencija iznošenja stava autora kod prikaza, zatim izvješća te vijesti. U *Dnevnome avazu* to slučaj kod izvješća, prikaza pa vijesti, s tim da je broj hibrida u *Dnevnome avazu* najmanje zastupljen u odnosu na ostale analizirane novine. To pokazuje da se uredništvo i novinari tih dnevnih novina ponajviše pokušavaju pridržavati pravila nemiješanja činjenica sa stavovima u informativnim žanrovima. Istodobno manji broj hibrida takve vrste doprinosi vjerodostojnosti medija.

Tablica 4. Zastupljenost informativnih žanrova kod kojih je uočeno iznošenje stava autora po rubrikama

Rubrika	Večernji list			Dnevni avaz			Jutarnji list		
	vi-jest	izv-ješće	pri-kaz	vi-jest	izv-ješće	pri-kaz	vi-jest	izv-ješće	pri-kaz
Unutarnja politika	5	25	/	8	21	/	5	9	/
Vanjska politika	1	3	/	1	4	/	7	3	/
Gradska ili regionalna kronika	14	15	/	4	3	1	6	1	/
Život – panorama	3	6	2	3	4	/	/	/	/
Crna kronika	9	16	/	2	4	/	/	/	/
Gospodarstvo	/	/	/	/	1	/	3	3	/
Sport	20	41	/	33	32	/	9	18	/
Kultura	8	6	/	/	/	/	2	/	5
Scena	/	2	/	4	6	/	9	/	/
Komentari i mišljenja	1	/	/	/	/	/	/	/	/
Zadnja stranica	5	/	/	1	/	/	1	/	/
Neodređeno	3	/	8	1	6	/	2	2	5
ukupno	69	114	10	57	81	1	44	36	10
	193			139			90		

Najveći je broj hibrida zabilježen u rubrici *Sport*. To je očekivan rezultat s obzirom na tendenciju da sportski novinari često iznose svoje stavove i u informativnim žanrovima te da teoretičari ne gledaju toliko kritički prema toj vrsti hibridizacije u sportskim temama u odnosu na teme iz politike. U sportskome je novinarstvu s obzirom na njegove specifičnosti tanka crta između informativnih i komentatorsko-analitičkih

žanrova.³⁴ Rubrika *Unutarnja politika* druga je po broju nedopuštenih hibrida, a to je posebno izraženo kod izvješća u svim trima analiziranim novinama. Riječ je o rubrici gdje bi na poseban način trebalo izbjeći takvu praksu i gdje miješanje činjenica i mišljenja u informativnim žanrovima s pravom izaziva negodovanje kako teoretičara tako i novinara praktičara. Zbog takva pristupa čitatelje se često može dovesti u nedoumicu jer čitajući vijest pretpostavljaju da je riječ o informaciji, no umjesto toga kako pokazuje istraživanje često se može pročitati i stav novinara ili redakcije koji nije jasno naznačen. Tako se kod čitatelja može proizvesti pogriješan dojam da je činjenica da je ispravno biti za ili protiv hrvatske federalne jedinice u BiH, ili da je činjenica kako je dobro ili loše što se preglasavaju hrvatski predstavnici u tijelima vlasti BiH, ili kako je činjenica da je moralno ili nemoralno biti simpatizer određene stranke. U *Večernjem* je listu zabilježena i veća zastupljenost miješanja stavova s činjenicama u rubrikama *Gradska kronika* i *Crna kronika*. S obzirom na to da *24sata* kao tabloid nema rubrike u ovome dijelu istraživanja, te su novine izostavljene.

Zaključak

Griješe li novinari manje ako u novinama kao analitičkome mediju u vijestima ili izvješćima kao informativnim žanrovima iznose vlastita mišljenja? Teško bi se takva praksa mogla prihvatiti. Naime, novinarska objektivnost/poštenje osim jasnoga razdvajanja činjenica od stavova u informativnim žanrovima sadrži i druga pitanja i dvojbe poput nepotpunosti, jednostranosti, prešućivanja događaja, odgađanja objavljivanja vijesti, netočnosti, anonimnosti vijesti bez izvora... Nepoštvanje svega navedenoga, uz temu našega istraživanja, dovodi do poplave lažnih vijesti, polovičnih vijesti, vijesti koje nisu zasnovane na činjenicama nego fikciji ili tzv. alternativnim činjenicama.

Rezultati istraživanja pokazuju da i novine u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj kao medij čija bi prednost osim analitičnosti trebala biti i vjerodostojnost posebice u odnosu na nove medije, pokazuju tendencije miješanja činjenica i stavova i to u žanrovima u kojima takvoj praksi ne

³⁴ Usp. Miroslav VASILJ, *Sportsko novinarstvo*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo – Mostar, 2014., str. 58.

bi smjelo biti mjesta. Time svoje čitatelje dovode u nedoumicu – što je činjenica, a što mišljenje? Čime kod čitatelja mogu proizvesti dojam kako je činjenica da je određena politička odluka ispravna ili ne, iako je zapravo riječ o stavu redakcije ili autora vijesti ili izvješća.

Istraživanje je pokazalo da je frekventnost takvih nedopuštenih hibrida iznimno visoka ako se zna da za iznošenje stava postoji cijela skupina komentatorsko-analitičkih žanrova. Od analiziranih novina *Dnevni avaz* imao najmanju frekventnost nedopuštenih hibrida u odnosu na ukupan broj zabilježenih informativnih žanrova što pokazuje uređivačku tendenciju tih novina da razluči stav od informacije. Od ukupnoga broja nedopuštenih hibrida najviše je izvješća što se može objasniti novinarskim pristupom da je u izvješću manja pogriješka iznijeti mišljenje u odnosu na vijest koja je znatno kraća. Potpuno je očekivano da je, gledano po rubrikama, najveći broj nedopuštenih hibrida zabilježen u sportskoj rubrici s obzirom na to da sportski novinari imaju specifičan stil pisanja u odnosu na novinare u ostalim rubrikama.

Ipak, postoje načini kako izbjeći namjerno ili nenamjerno miješanje činjenica i stavova u informativnim žanrovima. Prije svega educiranjem novinara, potom reguliranjem unutar redakcije te žalbom Vijeću za tisak i *online* medije. Prednost bi trebala imati prva dva preventivna instrumenta, dok bi žalbu kao represivni instrument trebalo ostaviti kao krajnju mogućnost.

Dvojba kako činjenično izvještavati, s kojom se susreo Tukudid pet stoljeća prije Krista u Peloponeskome ratu, jednaka je problemima s kojim se susreću novinari današnjice. I dok novi mediji sebi mogu dopustiti alternativne činjenice, novine bi kao tradicionalni medij trebale biti oaza vjerodostojnosti, objektivnosti i točnosti. Uostalom i ne preostaje im ništa drugo ako žele opstati na tržištu i bolje se pozicionirati te postati istinskim rasadištem stavova, gledišta, ideja i informacija zasnovanih na činjenicama.

Literatura

- BALLE, FRANCIS, *Moć medija: Mandarin i trgovac*, Clio, Beograd, 1997.

- BOBIĆ, DRAGO, *Što s događajem: O umijeću novinarskog izvještavanja*, Informator, Zagreb, 1987.
- BOURDIEU, PIERRE, *Narcisovo ogledalo: Rasprava o televizijskom novinarstvu*, Clio, Beograd, 2000.
- CATARIG, ANDRA TEODORA, „Le rapport-commentaire, un genre journalistique? Regard sur la presse française et italienne“, u: *Le français parle dans les medias: les medias et le politique*, Lausanne, 2009., <http://www.unil.ch/clsl/files/live/sites/clsl/files/shared/Actes_FPM_2009/CatarigFPM20091.pdf>(27. VI. 2017.).
- FIDLER, ROGER, *Mediamorphosis: Razumevanje novih medija*, Clio, Beograd, 2004.
- GAVRANOVIĆ, ANTE, *Poslovno novinarstvo između etike i zarade*, Dnevnik, Zagreb, 2011.
- GOZZINI, GIOVANNI, *Istorija novinarstva*, Clio, Beograd, 2001.
- JACQUETTE, DALE, *Novinarska etika: Moralna odgovornost u medijima*, Službeni glasnik, Beograd, 2007.
- „Komentar, pretpostavka i činjenica“, *Kodeks za tisak Bosne i Hercegovine*, 2006.
- KOVACH, BILL – ROSENSTIEL, TOM, *Elementi novinarstva: Šta bi ljudi koji se bave novinarstvom trebalo da znaju i šta bi javnost trebalo da očekuje*, Cid – Institut za medije Crne Gore, Podgorica, 2006.
- KUNCZIK, MICHAEL – ZIPFEL, ASTRID, *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Friedrich Ebert Stiftung, Zagreb, 2006.
- LORIMER, ROWLAND, *Masovne komunikacije: Komparativni uvod*, Clio, Beograd, 1998.
- MALOVIĆ, STJEPAN, *Novine*, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2003.
- POLOJAC, FJODOR, *Novinske agencije i agencijsko novinarstvo*, Plejada, Zagreb, 2010.
- RUSS-MOHL, STEPHAN, *Novinarstvo*, Clio, Beograd, 2005.

- SAPUNAR, MARKO, *Osnove znanosti o novinarstvu*, vlastita naklada, Zagreb, 2004.
- SAPUNAR, MARKO – VASILJ, MIROSLAV – KOVAČIĆ, SINIŠA, „Isticanje komentara u informativnim žanrovima“, u: *Kultura komuniciranja*, Mostar, god. II. (2013.), br. 2., str. 486 – 502.
- SCHMIDT, THOMAS, „How Newspapers Can Stop Losing Readers And Money“, (16. 4. 2015.), <<http://en.ejo.ch/media-economics/business-models/ken-doctor-how-newspapers-can-stop-losing-readers-and-money>>, (25. VI. 2017.).
- THUCYDIDES, *History of the Peloponnesion War*, knjige 1 i 2, C. F. SMITH (prev.) Harvard University Press, Cambridge, 1991.
- TOMIĆ, ZORAN i dr., *Javno komuniciranje: Pravo i etika*, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007.
- TUROW, JOSEPH, *Mediji danas: Uvod u masovne komunikacije I*, Clio, Beograd, 2012.
- VASILJ, MIROSLAV, *Sportsko novinarstvo*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo – Mostar, 2014.