

NOVINARSKA BIBLIOTEKA

Dinko Gruhonjić

**DISKURS AGENCIJSKOG NOVINARSTVA**

**Novi Sad, 2011.**

Filozofski fakultet  
Odsek za medijske studije

Za izdavača  
prof. dr Ljiljana Subotić, dekanica

Redakcija  
dr Dubravka Valić Nedeljković, vanr. prof, urednica  
Dimitrije Boarov  
doc. dr Dejan Pralica

Lektura i korektura  
Dragana Prodanović

Recenzenti  
prof. dr Vera Vasić  
dr Svenka Savić, prof. emerita  
Jan Briza

Štampa  
”West” štamparija, Sr. Kamenica

Tiraž  
300

ISBN 978-86-6065-074-2

# **1. ISTORIJSKI PREGLED NASTANKA NOVINSKIH**

## **AGENCIJA**

### **1.1. DRUŠTVENI PREDUSLOVI ZA NASTANAK NOVINSKIH AGENCIJA**

#### **1.2. VEST KAO ROBA – PRVE NOVINSKE AGENCIJE**

1.2.1. Avas-AFP

1.2.2. Volf i Rojters

1.2.3. AP

1.2.4. UPI, Tass, Sinhua

1.2.5. Domaće novinske agencije

1.2.5.1. *Avala*

1.2.5.2. *Tanjug*

1.2.5.3. *Beta i Fonet*

#### **1.3. ORGANIZACIJA RADA U NOVINSKOJ AGENCIJI**

#### **1.4. AGENCIJSKI NOVINAR**

## **2. KOMUNIKACIJSKA SHEMA U NOVINSKIM AGENCIJAMA**

### **2.1. AGENCIJSKI STIL**

### **2.2. JAKOBSONOV MODEL KOMUNIKACIJE**

### **2.3. VAN DIJKOVA SUPERSTRUKTURA DISKURSA VESTI**

### **2.4. AGENCIJA KAO POŠILJALAC VESTI**

2.4.1. Izvor agencijske vesti

2.4.2. Agencije i medijske kuće i redakcije kao prvi primaoci vesti

### **2.5. AGENCIJSKA VEST KAO PORUKA**

## **3. AGENCIJSKI ŽANROVI**

### **3.1. TIPOLOŠKE KARAKTERISTIKE AGENCIJSKE VESTI**

3.1.1. Univerzalnost agencijske vesti

3.1.2. Specifična obeležja agencijske vesti

3.1.3. Ostali žanrovi u agencijskom novinarstvu

3.1.3.1. *Agencijski intervju*

3.1.3.2. *Izjava*

3.1.3.3. *Agencijski članak i reportaža*

3.1.4. Specifični agencijski proizvodi

3.1.4.1. *Najava događaja*

3.1.4.2. *Najavna vest*

3.1.4.3. *Dokumentacija*

3.1.4.4. *Poruka korisnicima*

3.1.4.5. *Vest pod embargom*

3.1.4.6. *Fleš vest*

3.1.4.7. *Vesti u nizu i pregled dešavanja*

3.1.4.8. *Ispravka vesti*

3.1.4.9. *Pregled vesti*

## **4. VEST**

### **4.1. STRUKTURA I ORGANIZACIJA VESTI**

4.1.1. Slag i naslov vesti

4.1.2. Lid

4.1.3. Telo vesti

### **4.2. ORGANIZACIJA VESTI**

4.2.1. Pravilo 5W+H

4.2.2. Pravilo 'obrnute piramide'

4.2.3. 'Pravilo fioka'

4.2.4. Pravilo dužine vesti

### **4.3. GRAMATIČKO-LEKSIČKA OBELEŽJA AGENCIJSKE VESTI**

4.3.1. Identifikacija aktera

4.3.1.1. *Anonimni izvori*

4.3.1.2. *Pisanje titula i statusnih specifikatora*

4.3.2. Lociranje vesti

4.3.3. Pravilo upotrebe skraćenica

4.3.4. Pravilo pisanja stranih imena

4.3.5. Pravilo pisanja brojeva

4.3.6. Ovremenjavanje radnje

4.3.7. Direktan i indirektan govor

4.3.8. Upotreba leksema iz standardnojezičkog fonda u osnovnom i u ekspresivnom značenju

4.3.9. Pravilo ograničavanja upotrebe frazeologizama

4.3.10. Birokratski stil izražavanja

## **5. PRILAGOĐAVANJE AGENCIJSKIH VESTI**

### **5.1. AGENCIJSKA VEST I VRSTA MEDIJA**

5.1.1. Agencijska vest i štampani mediji

5.1.1.1. *Agencijska vest i Blic*

5.1.2. Agencijska vest i radio

5.1.2.1. *Agencijska vest i Radio 021*

5.1.3. Agencijska vest i televizija

5.1.3.1. *Agencijska vest i Radio-televizija Vojvodine*

5.1.4. Agencijska vest i internetski portal

5.1.4.1. *Agencijska vest i Internetski portal B92*

## **6. POŠTOVANJE PRAVILA MEDIJSKE ETIKE**

## **7. REZIME**

## **8. PRILOZI**

**8.1. GRAFIČKI IZGLED SERVISA VESTI NOVINSKE  
AGENCIJE *BETA***

**8.2. KODEKS NOVINARA SRBIJE**

**8.3. ROJTERSOVE PREPORUKE ZA PISANJE LIDA**

**8.4. PRIMER NAJAVE HRVATSKE AGENCIJE *HINA***

**8.5. PREGLED VESTI AGENCIJE *HINA***

## **9. LITERATURA**

## UVOD

U našoj stručnoj medijskoj literaturi malo je, nažalost, pažnje posvećeno agencijskom novinarstvu u odnosu na ostale vrste novinarstva. Samim tim, malo je i stručne literature na srpskom jeziku iz koje bi, na konzistentan način, studenti novinarstva u Srbiji i Vojvodini, kao i istraživači, naučni radnici ali i urednici i novinari<sup>1</sup>, mogli da se stručno usavršavaju u oblasti agencijskog novinarstva.

Monografija koja je pred vama nastala je u okviru predavanja i vežbi na obaveznom predmetu Agencijsko novinarstvo, na trećoj godini dodiplomskih studija Odseka za medijske studije Filozofskog fakulteta u Novom Sadu. Ona je, takođe, i proizvod mog ličnog iskustva, jer se agencijskim novinarstvom, na dnevnoj osnovi, neposredno bavim 14 godina.

Od monografije čitaoci mogu da očekuju sadržaje poput istorijata nastanka novinskih agencija, komunikacijske sheme u agencijskim vestima, agencijskih žanrova... Naravno, najviše pažnje je posvećeno vesti, koja je osnovni agencijski žanr. I, rekao bih, osnovni novinarski žanr, „majka novinarstva”, ako hoćete. Mnoga „velika” novinarska imena, budite uvereni, pala bi na ispitu kada bismo im zadali prost zadatak: da napišu vest. Taj mali, jednostavni novinarski žanr, čija komplikovanost upravo leži u njoj - jednostavnosti. Jer, najteže je sa malo reči reći suštinu. Odnosno, najteže je „pogoditi” pravi lid!

U monografiji sam se bavio i pitanjima poštovanja novinarskog kodeksa, koji je kod nas u sveopštoj poplavi senzacionalizma i šunda, nažalost, ostao potpuno u zapećku. Doduše, domaće novinske agencije još se i prilično drže poštovanja principa novinarskog kodeksa, u poređenju s nekim drugim vrstama medija.

Naročito sam se trudio da u radu navedem što je moguće više primera, u skladu sa principom da je za dobre agencijske novinare teorija nedovoljna bez dobre zanatske, praktične osnove.

---

<sup>1</sup> U knjizi ću dosledno koristiti plural “novinari”, koji se odnosi i na ženski i na muški rod, s ciljem doslednog poštovanja načela rodne ravnopravnosti. Od toga ću odstupati u slučajevima citata.

Pošto je monografija dobrim delom izrasla iz magistarskog rada *Diskurs agencijske vesti*<sup>2</sup>, samim tim su i primeri koji su dati u njoj primeri iz korpusa koji je korišten u svrhe pisanja magistarskog rada. Odlučio sam se za korpus vesti Novinske agencije Beta, ne želeći pritom da favorizujem bilo koju agenciju ni kod nas niti u svetu.

Kao što će čitalac imati prilike da se uveri, naveo sam i primere iz prakse vodeće trojke svetskih novinskih agencija (Rojters, AP i AFP) a pozabavio sam se i tematikom prilagođavanja agencijskih vesti u ostalim medijima (na primerima *Radiotelevizije Vojvodine*, novosadskog *Radija 021*, dnevnog lista *Blic* i internetskog portala *B92*).

Koristim se ovom prilikom da zahvalim na pomoći i strpljenju mentorki Veri Vasić, koja mi je ne samo neizmerno pomogla da napišem magistarski rad nego me je i stalno bodrila u nedoumicama koje sam imao u pogledu moje istraživačke akademske karijere. Da razbijem slične nedoumice i steknem samopouzdanje, veliku kolegijalnu i šefovsku pomoć pružila mi je i Dubravka Valić-Nedeljković, koja vodi Odsek za medijske studije. Posebnu zahvalnost dugujem i mom dragom kolegi,iskusnom novinaru sa agencijskom „žicom” Janu Brizi, čiji su mi materijali, koji su pripremani za predavanja koja on drži studentima na našem Odseku, u velikoj meri pomogli da uobličim monografiju. Na savetima i materijalima dugujem zahvalnost i kolegama iz *Novinske agencije Beta*, naročito direktorici Ljubici Marković, a ništa manje i Katarini Subašić, dopisnici *AFP*-a iz Beograda. Takođe i kolegama sa *Radija 021* i *Radio-televizije Vojvodine*, koji su mi nesebično pomogli u prikupljanju materijala koji sam koristio za analizu.

Naravno, ove monografije ne bi nikada bilo da Odsek za medijske studije nije doneo odluku da podrži njeno štampanje. Samim tim, hvala svim koleginicama i kolegama na podršci!

Najveću zahvalnost i ljubav dugujem mojoj porodici – supruzi Saški, kćerki Dunji i sinu Davidu – na strpljenju koje su imali za sve

---

<sup>2</sup> Magistarski rad *Diskurs agencijske vesti* odbranio sam 19. juna 2010. godine na Odseku za srpski jezik i lingvistiku Filozofskog fakulteta u Novom Sadu, pod mentorstvom prof. dr Vere Vasić. Pored mentorke, članovi Komisije bili su prof. dr Duška Klikovac, prof. dr Dubravka Valić-Nedeljković i prof. dr Rade Veljanovski. U literaturi o analizi diskursa na srpskom jeziku nije primećeno da se iko bavio analizom diskursa agencijske vesti. Takođe, nije primećeno ni da autori navode agenciju kao posebnu vrstu medija, iako je reč o mediju koji se razlikuje od novina, radija, televizije i internetskih medija, odnosno o mediju koji druge medije snabdeva informacijama, čime značajno utiče na diskurs medija a time posredno i na javni diskurs.

moje nervoze, nedostatak vremena i odsutnost iz porodičnog života dok sam pisao monografiju.

Dinko Gruhonjić

U Novom Sadu, juna 2011. godine



# 1. ISTORIJSKI PREGLED NASTANKA NOVINSKIH AGENCIJA

## 1.1. DRUŠTVENI PREDUSLOVI ZA NASTANAK NOVINSKIH AGENCIJA

Novinske agencije<sup>3</sup> nastaju u prvoj polovini 19. veka, u vreme kada industrijska revolucija uzima maha i kada i vest počinje da postaje roba kojom se može trgovati. Kako se navodi u stručnoj literaturi, jedan od najbitnijih preduslova za razvoj medija u 19. veku, pa tako i novinskih agencija, nesumnjivo je bilo masovno opismenjavanje širokih slojeva stanovništva i napredak obrazovnih sistema. To je omogućilo otvaranje velikog broja novina u zapadnoj Evropi i u Sjedinjenim Američkim Državama.

Pre toga, za slanje vesti bili su zaduženi glasnici ili poštanski službenici, koji su novosti prenosili na konjima ili kočijama. Koliko su to zaista bile novosti sa današnje tačke gledišta, najbolje svedoči primer da je glasnicima tada trebalo osam dana da prevale razdaljinu između Berlina i Kelna.

Kako se navodi u domaćim i svetskim enciklopedijama novinarstva, brži način za prenošenje vesti bili su golubovi pismonoše, od davnina pa sve do polovine 19. veka. Razvitak železnice i parobroda u istom stoleću olakšao je i ubrzao distribuciju novina na tržište. Međutim, i voz i brod bili su prespori za slanje vesti na velike daljine. Tako su brodovima vesti iz Evrope u SAD i obrnuto putovale duže od mesec dana.

Kada je Klod Šape u Francuskoj pronašao optički telegraf 1793. godine, pojavila se prva naznaka da će vesti moći da se šalju znatno brže. Međutim, bilo je još rano za nastanak prvih novinskih agencija, jer su Šapeov pronalazak ispočetka koristile isključivo državne institucije za slanje svojih dopisa. Optički telegraf, naime, imao je ograničen kapacitet, o čemu ilustrativno govori i primer da su za prenos jednog slova od Lila do Pariza trebale cele dve minute! (wikipedia, 22. februar 2010).

Pravu revoluciju u razvoju medija, međutim, doneće tek pronalazak i usavršavanje električnog telegrafa<sup>4</sup>, koji su u upotrebu uveli Gaus 1833. u Nemačkoj i Morze u SAD 1837. godine. Taj pronalazak konačno je omogućio slanje vesti između kontinenata. Telegrafске linije su se sredinom prethodnog stoleća gradile prilično munjevito. Tako je, kako navode enci-

---

<sup>3</sup> lat. agentia - poslovna nekog većeg preduzeća ili samostalni subjekt koji radi za drugoga.

<sup>4</sup> grč. tele - daleko, grapho - pišem: ustanova za hitno prenošenje pisma u daljinu, na poseban način (Klajić, 1958: str. 1262)

klopedije novinarstva, već 1850. godine proradila veza podmorskim kablom između Francuske i Velike Britanije, a 1866. između Evrope i SAD.

Bez telegrafa, svaka vest je bila osuđena na duga i neizvesna putovanja, bez garancije da će stići na željenu adresu. Na primer, vest o porazu Napoleona na Vaterlou, 1815. godine, stigla je u London posle četiri dana, a vest o Napoleonovoj smrti na ostrvu Sveta Jelena, 1821. godine, stigla je brodom do kontinenta tek posle dva meseca, (Briza, 2009).

Sledeći korak bio je pronalazak tehničkog rešenja koje će omogućiti da se skрати vreme između primanja vesti i prepisivanja na pisačkoj mašini. Ta dva uređaja su objedinjena i nastao je teleprinter, koji će se veoma dugo zadržati u upotrebi. Teleprintere su agencije koristile kao osnovno sredstvo za prenos vesti praktično sve do pred kraj 20. veka. Njih će delimično zameniti telefaks mašine, a zauvek tek elektronska pošta i internet.

## 1.2. VEST KAO ROBA – PRVE NOVINSKE AGENCIJE

U skladu sa razvojem kapitalizma i ideje tržišta, industrijska revolucija i tehnološki napredak u 19. veku stvorili su društvene uslove da sveže vesti postanu tražena roba. Samim tim, nastalo je i tržište vesti, kao osnovni preduslov za nastanak novinskih agencija. Nastala je i školovana i pismena publika, bez koje tržište novina ne bi ni bilo moguće.

### 1.2.1. Avas-AFP

Francuz Šarl Ogist Avas (Charles August Havas), vlasnik firme za prevod članaka iz stranih novina, 1835. godine svoje malo preduzeće pretvorio je u novinsku agenciju, pojačanu dopisničkom mrežom. Dopisnici su Avasu bili potrebni jer novine nisu sebi finansijski mogle da priušte razvoj široke dopisničke mreže. *Avasova* ideja bila je, naravno, da prodaje vesti na tržištu. I tako je nastala prva novinska agencija u svetu – *Agencija Avas* ([www.afp.com](http://www.afp.com), 28. januar 2011).

Glavna *Avasova* roba bile su vesti sa londonske berze, koje je agencija distribuisala uz pomoć jata posebno utreniranih golubova. Tim pticama profesionalcima uspevalo je čak da i po lošem vremenu prelete put između Londona i Pariza. *Avasovo* ime ta će agencija nositi sve do 1944. godine, kada je preimenovana u Agenciju Frans pres (*Agence France-Presse*, skraćeno *AFP*), sa većinskim državnim vlasništvom. Godine 1957. *AFP*

je dobio status javno-pravnog servisa, kako bi postao nezavisan i od države i od privatnih suvlasnika. Agencija se, međutim, i danas dobrim delom finansira iz pretplata državnih institucija na njen servis vesti.

### 1.2.2. Volf i Rojters

Iz agencije Avasa izrasle su praktično i sledeće dve novinske agencije. Naime, dopisnik Avasa iz Berlina Bernard Volf osnovao je 1849. godine prvu nemačku novinsku agenciju *Volf (Wolf)*, koju je, zbog njene važnosti, već 1865. godine podržavila pruska vlada.

Kako se navodi u novinarskim leksikonima i enciklopedijama, i drugi bivši uposlenik agencije Avasa, *Julius Rojter* (Reuter), koji je bio pokretač službe golubova pismonoša u francuskoj agenciji, odlučio je da se osamostali. On je prvo osnovao agenciju u Ahenu u tadašnjoj Pruskoj, odakle je slao finansijske vesti u Berlin, jer je postojala telegrafska veza na toj liniji. Rojter je slao i vesti iz Ahena za Brisel uz pomoć golubova pismonoša, ali se 1851. godine preselio u London, gde je osnovao agenciju *Rojters (Reuters Telegramm Company Ltd)*. I *Rojters* je ispočetka imao samo servis finansijskih vesti, ali je širio krug saradnika i broj agencijskih servisa, pa se, kao i *AFP*, do danas zadržao među tri najveće svetske novinske agencije. Da bi obezbedio finansijsku nezavisnost, *Rojters* nijednom od vlasnika ne dopušta da poseduje više od 15 odsto akcija kompanije. (www.reuters.com, 15. februar 2011)

### 1.2.3. AP

Na drugom kontinentu, u SAD, pet dnevnih listova iz Njujorka 1848. godine osnivaju *General News Association of the City of New York*<sup>5</sup>. Zamisao izdavača novina bila je da podele izveštaje iz tada aktuelnog meksičko-američkog rata. Godine 1851. godine ukupno sedam njujorških novina<sup>6</sup> odlučilo je da formalizuje saradnju i da osnuje agenciju *Asošiejted pres (New York Associated Press – AP)*. Prve ozbiljnije ispite ova agencija imala je tokom izveštavanja iz Američkog građanskog rata (1861–1865, www.ap.org, 28. januar 2011). *AP* se i danas, zajedno sa *Rojtersom* i *AFP-om*, ubraja među tri najveće svetske agencije.

<sup>5</sup> Osnivači su bili: *The New York Sun, The Journal of Commerce, The New York Herald, The Courier and Enquirer, The New York Evening Express.*

<sup>6</sup> *The Sun, The Journal of Commerce, The Courier and Enquirer, The Express, The Tribune, The Times, The Herald.*

#### 1.2.4. UPI, Tass, Sinhua

U nameri da se razbije monopol *AP-a*, u Njujorku je 1883. godine osnovana i agencija *Junajted pres (United Press)*, koja nije uspjela da se potvrdi na tržištu pa je propala. Isto ime iskorišteno je 1907. godine, za osnivanje novog *Junajted presa*, koji je imao više uspeha na tržištu od svog prethodnika. Uticaj *Junajted presa* rastao je pa se 1958. godine udružio s manjom agencijom *Internešnel njuz servis (International News Service)* i tako je nastao *Junajted pres internešnel (United Press International – UPI)*, koji je zajedno sa *AP-om*, *Rojtersom* i *AFP-om* činio “veliku četvorku”, svetskih novinskih agencija. UPI je, međutim, propao i zvanično se ugasio godine 1999, kada su njegovi preostali ugovori prodati nekadašnjem najvećem rivalu, *AP-u*, (Briza, 2009).

Novinska agencija Rusije *Itar-Tas* ubraja se među pet najvećih svetskih novinskih agencija, a nastala je u januaru 1992. godine, posle raspada Sovjetskog Saveza. Agencija je u drugom delu naziva zadržala ime telegrafске agencije Sovjetskog Saveza (*Tass*), kao prepoznatljivu “marku” u informativnom svetu, a ispred dodala *Itar (Informativna telegrafска agencija Rusije)*. *Itar-Tas*, za razliku od svoga komunističkog prethodnika<sup>7</sup>, više nije uskokcentralizovana državna agencija, već su njegove informacije dostupne svim zainteresovanim korisnicima, (Jovanović, Lazarević 2005: 19-20).

Kineska državna novinska agencija *Sinhua (Nova Kina)* takođe se ubraja među pet vodećih svetskih agencija. Prethodnik joj je agencija *Crvena Kina*, koja je bila osnovana 1931. Pod sadašnjim imenom, *Sinhua* deluje od 1937. godine, (Jovanović, Lazarević, 2005: 20).

#### 1.2.5. Domaće novinske agencije

##### 1.2.5.1. *Avala*

Prva nacionalna novinska agencija u Kraljevini Srba, Hrvata i Slovenaca bila je agencija *Avala*, koju je septembra 1919. godine osnovao francuski novinar Alber Mise (Albert Muse) u Beogradu, uz odobrenje Vlade Kraljevine SHS (Leksikon novinarstva, 1979).

U početku, *Avala* je izdavala manji bilten na francuskom jeziku s pregledom pisanja nekoliko jugoslovenskih dnevnih listova o političkim

---

<sup>7</sup> *Tass* je pod tim imenom osnovao Prezidijum Centralnog komiteta SSSR-a, 1925. godine.

dogadajima u svetu i o političkim i privrednim zbivanjima u Kraljevini. Bilten je bio namenjen diplomatskom koru i državnim organima. Sredinom januara 1920. godine *Avala* je počela telegramske da prima vesti novinskih agencija iz Pariza, Berna, Atine i Madrida, a ubrzo i iz drugih evropskih prestonica.

Godine 1924. *Avala* osniva sopstvenu redakciju, a iste godine organizuje i privrednu službu za bežični prijem i slanje finansijskih, berzanskih i trgovačkih informacija domaćim korisnicima. *Avali* je tako omogućeno da servise nekoliko stranih agencija dostavlja domaćim pretplatnicima na srpskom i slovenačkom jeziku, čime je ukinuta monopolska kontrola nemačke agencije Volf nad *Avalom*. *Avala* je nabavila manju radio-stanicu kojom je praktično sebi pripojila i male privatne agencije *Jugoradio* i *Oko* u Beogradu, kao i *Vojvodinu* u Novom Sadu.

Početakom 1927. godine *Avala* prelazi u nadležnost Odseka za štampu Ministarstva inostranih poslova, a time i delom na državni budžet. Mise je morao da napusti Beograd, pošto je otkriveno da je bio agent francuske vojne obaveštajne službe, a na njegovo mesto je za vršioca dužnosti direktora postavljen novinar *Avale* Đorđe Perić. Godine 1929. *Avala* je pretvorena u akcionarsko društvo: država je posedovala 90 odsto, a jugoslovenski listovi deset odsto akcija. Agencija je, pored rukovodstva, imala i 120 nameštenika, od čega su više od polovine bili novinari, koji su bili raspoređeni u beogradskoj centrali i u pet biroa u vodećim provincijskim centrima Kraljevine, sa dopisnicima iz Pariza, Berlina, Londona, Beča, Varšave i Rima. Od 1929. godine ukinuta su dopisništva u Berlinu, Beču, Varšavi i Rimu, a otvorena su u Sofiji, Atini, Ankari, Bukureštu i Tirani.

U januaru 1935. godine obavljene su organizacione promene kojima su formirani spoljni, unutrašnji i berzanski odsek i oglasno odeljenje. Godine 1936. nabavljena je radio-telegrafska prijemna stanica sa, u to vreme, najsavremenijim aparatima, a 1938. godine je i centralni Pres biro preko *Avale* davao izveštaje svojih dopisnika iz inostranstva. Od 1940. *Avala* je počela da prima i servis sovjetskog *Tassa*.

*Avala* je imala više od 500 pretplatnika u zemlji, a klijenti su bili 23 dnevna lista, radio stanice, poslovne firme, banke i razne ustanove. Inostrani servis preveden je na sedam jezika: francuski, nemački, engleski, italijanski, španski, ruski i bugarski. Najznačajniji bilten bio je onaj na francuskom jeziku za strane diplomate, a posebno za trgovinske predstavnike, (wikipedia, 24. februar 2010).

Nemački okupator likvidirao je *Avalu* 6. juna 1941. godine, a njene prostorije, tehniku i deo personala pripojio je svojoj agenciji *Deutsches*

*Nachrichtenbüro – Nemački servis (biro) vesti (DNB)*. Poslednji glavni urednik i direktor *Avale* bili su Petar Bešević i Gavra Velikić.

#### 1.2.5.2. *Tanjug*

Tokom Drugog svetskog rata nastaje nova jugoslovenska novinska agencija – *Tanjug*. *Tanjug* je bio prva novinska agencija na slobodnoj teritoriji jedne zemlje, osnovana u okupiranoj Evropi u Drugom svetskom ratu, po čemu je bila jedinstvena u svetu. Naime, nju nije osnovala država, nisu je organizovali akcionari, niti su je formirali izdavači novina. Njena prva redakcija radila je uglavnom u šumi.

*Tanjug* je osnovan u novembru 1943. godine u Jajcu (Bosna i Hercegovina) s ciljem da verno prezentuje svetu šta se kod nas zbiva i da upozna čitaoce šta se zbiva u svetu. Osnivač *Tanjuga* bio je Moša Pijade, koji mu je dao i ime, a prvi direktor bio je Vladislav Ribnikar. *Tanjug* je počeo rad pomoću malog trofejnog predajnika, geštetnera (mašinom za umnožavanje) u lošem stanju i raštimovane pisaće mašine. “Ovde *Telegrafska agencija nove Jugoslavije... Tanjug* javlja, *Tanjug* javlja...”, bile su reči kojima se, po prvi put 5. novembra 1943. godine, oglasila novonastala agencija.

Od osnivanja ova agencija je bila pod snažnim uticajem sovjetske novinske agencije *Tass*. Rodoljub Čolaković bio je oficir za vezu *Tanjuga* u Moskvi sa centralom u *Tassu*. *Tanjug* je preko Moskve emitovao u svet šta se dešava u Jugoslaviji.

Nova agencija izdavala je bilten. Prvi broj nosio je datum 10. novembar 1943. godine, a prva informacija glasila je: “Pre izvesnog vremena došao je u Jugoslaviju britanski brigadni general Meklejn, kao izaslanik komandanta savezničkih oružanih snaga na Srednjem istoku E. M. Vilson pri vrhovnom štabu NOV i POJ. Prilikom svoje posete, general Meklejn predao je vrhovnom komandantu NOV i POJ, drugu Titu, pismo komandanta Vilsona...”

Prvu informaciju o formiranju *Tanjuga* objavila je radio-stanica *Slobodna Jugoslavija* sredinom novembra 1943. godine, čije je sedište bilo u Moskvi. Prislušna služba BBC-ja, koja je pratila emisije *Slobodne Jugoslavije*, bila je prva strana radio-stanica koja je objavila informaciju o osnivanju *Tanjuga*.

U prvim godinama rad je organizovan po uzoru na sovjetski *Tass*, da bi vremenom uz širenje dopisničke mreže u svetu i kontakte i saradnju s najpoznatijim agencijama, *Tanjug* prerastao u agenciju koja će težiti da

ispunjava osnovne profesionalne standarde: brzinu, tačnost, preciznost, zanimljivost, analitičnost.

Dopisnici *Tanjuga* najčešće su koristili tehničke usluge dopisništava *Rojtersa* širom sveta, pa je druženje s novinarima najuglednije svetske agencije nesumnjivo doprinelo dobrom stručnom usavršavanju. Zahvaljujući dopisnicima i vestima drugih agencija, *Tanjug* je javljao gotovo sve što bi moglo da zadovolji i najzahtevnije: od izveštaja o prirodnim katastrofama i državnim udarima, političkim skupovima i svetskim sportskim šampionatima, intimama krunisanih glava do neobičnosti koje se ponekad događaju običnim ljudima.

Prvi zadatak *Tanjuga* bio je, kao što je to u novembru 1943. godine objasnio Moša Pijade, da radio-telegrafskim emisijama obaveštava svet o zbivanjima na jugoslovenskom frontu u borbi protiv nacističke Nemačke, ali i o revolucionarnim društvenim, političkim i ekonomskim socijalističkim reformama, koje je za posleratni period pripremao nosilac antifašističke borbe, Komunistička partija Jugoslavije. Taj zadatak uspešno je ispunjen zahvaljujući i pomoći savezničkih medija, poput *BBC-ja*. U posleratnom periodu *Tanjug* je brzo razvio svoju mrežu dopisništva u zemlji, ali i u svetu. Agencija je zato postala važan izvor informacija za sve jugoslovenske medije.

Ova agencija je na samom početku bila čisto budžetska ustanova. Od 1952. godine uvela je pretplatu na svoje servise, pa je tako počelo delimično samofinansiranje *Tanjuga*. Država je, međutim, i dalje brinula o funkcionisanju "Emisije za inostranstvo", redakcije koja je, u stvari, bila *Tanjug* za svet, nudeći stranom tržištu obilje informacija na engleskom, francuskom, španskom i nemačkom jeziku. Agencija se i tehnički brzo razvijala, pa su prvi teleprinteri uvedeni već 1947, a prvi radio-printerski kanali 10 godina kasnije. Kompjuterska era *Tanjuga* započela je 1985. godine.

U sukobu Tita sa Staljinom 1948. godine, *Tanjug* je odigrao veoma značajnu ulogu, u atmosferi u kojoj je SSSR sa svojim saveznicima iz Istočnog bloka pokušavao da izoluje Jugoslaviju.

Tokom perioda hladnog rata i blokofske podele sveta, *Tanjug* se sve bolje pozicionirao u svetu. Tome je doprinela pre svega uloga SFRJ u Pokretu nesvrstanih, gde se ona pojavljivala kao jedan od lidera. Takva njena uloga političke neutralnosti u podeljenom svetu doprinela je i porastu poverenja u *Tanjug*. Informacije jugoslovenske novinske agencije koristili su mediji i sa Zapada i sa Istoka. S druge strane, država je ozbiljno vodila računa o razvoju *Tanjuga*, ulagala je u razvoj dopisničke

mreže i u modernizaciju opreme. Na vrhuncu svoga razvoja, u periodu od šezdesetih do osamdesetih godina prošlog veka, *Tanjug* je izrastao u agenciju koja je 1968. godine po snazi bila rangirana kao osma novinska agencija u svetu. Sredinom sedamdesetih, *Tanjug* je bio jedna od najpouzdanijih novinskih agencija u svetu. Tada nije bila retkost da pretekne Rojters, *AFP* i *AP* ekskluzivnim informacijama. Tako je, na primer, dopisnik *Tanjuga* iz Vijetnama Mihailo Šaranović 1975. godine prvi javio o padu Sajgona. Tu vest prenele su sve svetske agencije, navodeći *Tanjug* kao izvor, (Briza, 2009).

Krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina 20. veka, međutim, *Tanjug* doživljava dramatičan pad u svakom smislu. Padom Berlinskog zida krajem 1989. godine zvanično nestaje blokovske podele sveta, čime Pokret nesvrstanih, čiji je jedan od lidera bila SFRJ, drastično gubi na značaju. Samim tim, i značaj agencije poput *Tanjuga* u svetskim okvirima postaje daleko manji<sup>8</sup>. I dok se u Evropi slavi pad Berlinskog zida, na prostoru bivše Jugoslavije u isto vreme pripremaju se krvavi ratovi, koji će značajno unazaditi medije u ovom regionu, a među njima i *Tanjug*.

Od nekada ugledne svetske agencije, *Tanjug* se tokom devedesetih godina, pod režimom Slobodana Miloševića, pretvorio u propagandnu mašinu za pripremu rata. Sličnu sudbinu doživeli su svi državni mediji u Srbiji. Tokom ratova na prostoru SFRJ *Tanjug* je prekršio osnovna pravila agencijskog izveštavanja, jer je iz njegovih vesti i izveštaja iščezla najvažnija karakteristika – objektivnost. Uz to, infrastruktura, koja je decenijama bila građena, lošim poslovanjem raznih rukovodstava agencije, gotovo da je bila potpuno uništena. Uništen je i najveći deo dopisničke mreže. Ipak, najveća cena koju je *Tanjug* platio bilo je gubljenje poverenja klijenata u istinitost informacija. Nekada ugledna agencija razbijena je u paramparčad, a posledice takvog poslovanja u dobroj meri oseće se i danas, (Briza, 2009).

Zajedno sa raspadom SFRJ na sastavne delove raspadao se i *Tanjug*, tako da su novinske agencije u novonastalim državama zapravo u najvećoj meri nastale iz *Tanjuga*. U Hrvatskoj *Hina* (*Hrvatska izveštajna novinska agencija*), u Bosni i Hercegovini *Srna* (*Srpska novinska agencija*) i *Fena* (*Federalna novinska agencija*), u Crnoj Gori *Mina*, u Sloveniji

---

<sup>8</sup> *Tanjug* nikad nije bio politički neutralan. Njegova prednost u to vreme je bila što je bio na čelu Pula novinskih agencija nesvrstanih zemalja, tako da je imao izvore u nacionalnim agencijama mnogobrojnih nesvrstanih zemalja, koji su često bili zatvoreni za velike agencije, a i zato što je, zahvaljujući nesvrstanoj poziciji Jugoslavije, imao lakši pristup i Vašingtonu i Moskvi nego što je, na primer, *AP* imao Moskvi, a *TASS* Vašingtonu (Briza, 2009).



*Sta (Slovenska tiskovna agencija)*, u Makedoniji *Mia (Makedonska informativna agencija)*, na Kosovu – *Kosova press*.

### 1.2.5.3. *Beta i Fonet*

I u Srbiji je nastalo nekoliko novinskih agencija iz *Tanjuga*, a do danas su se održale dve privatne agencije sa sedištem u Beogradu: *Beta i Fonet*, koje su takođe osnovali bivši novinari *Tanjuga*, nezadovoljni cenzurom koja je vladala u državnoj novinskoj agenciji tokom devedesetih godina 20. veka.

Novinska agencija *Beta* osnovana je 1992. godine i danas obuhvata *Novinsku agenciju Beta*, *Radio Beta-RFI* u Beogradu, *Radio Sto plus* u Novom Pazaru i *Medijski Centar Beta* ([www.beta.co.rs](http://www.beta.co.rs)). Prvu vest *Beta* je emitovala 1994. godine. Uz novinare u centrali, ova agencija ima i mrežu dopisnika u zemlji, regionu i u ključnim evropskim centrima (Brisel, Hag...), *Beta* dnevno emituje do 300 informacija, a ključne vesti prevode se i na engleski, mađarski, romski i albanski jezik.

Novinska agencija *Fonet* osnovana je 1994. godine, i težište svoga rada stavljala je pre svega na fono izveštaje za radio i televizijske stanice. *Fonet* dnevno emituje oko 150 informacija, (Jovanović, Lazarević, 2005: 33-34).

I *Beta i Fonet* su tokom devedesetih godina prošlog veka u Srbiji zapravo nadomestili ulogu koju je pre toga imao *Tanjug*. Ove dve agencije izveštavale su, za razliku od *Tanjuga*, objektivno i nepristrasno, pa su ga tada lako i brzo prestigle, i po ugledu i po citiranosti u svetu. I *Beta i Fonet* uspešno su se oduprli svim pokušajima cenzure Miloševićevog režima i na taj način zapravo su sačuvali ugled agencijskog novinarstva u Srbiji.

## 1.3. ORGANIZACIJA RADA U NOVINSKOJ AGENCIJI

Organizacija rada u novinskoj agenciji pre svega zavisi od njene veličine. Ali, moguće je pronaći univerzalni princip organizacije koji vredi za svaku novinsku agenciju: generalni direktor, direktori sektora (finansije, marketing...) i njihovi pomoćnici, glavni i odgovorni urednik, sektorski urednici (unutrašnja, spoljna, ekonomska, sportska, šefovi dopisnika...), dežurni urednici, urednici organizatori, desk, reporteri, dopisnici.

O vestima se staraju:

– *glavni i odgovorni urednik* koji je nadređen svima u redakciji, koordinira rad svih sektora i ima pravo da im izdaje obavezne naloge;

– *sektorski urednici* uređuju oblasti, a u slučaju agencije *Beta* to su urednici unutrašnje rubrike, spoljne rubrike, ekonomske, ekološke, sportske, urednici kulture, urednici šou-biznisa i zabave, urednici foto, audio i video servisa, šefovi dopisnika, kao i urednici specijalizovanih agencijskih servisa (servis članaka, analitički servisi, arhiva);

– *dežurni urednici* u hijerarhiji proizvodnje vesti imaju značajnu ulogu, jer predstavljaju poslednju kontrolu da li je vest napisana u skladu sa pravilima. Dežurni urednik je osoba koja, nakon provere, odobrava da li će neka vest biti puštena na agencijski servis, odnosno ponuđena korisnicima na upotrebu;

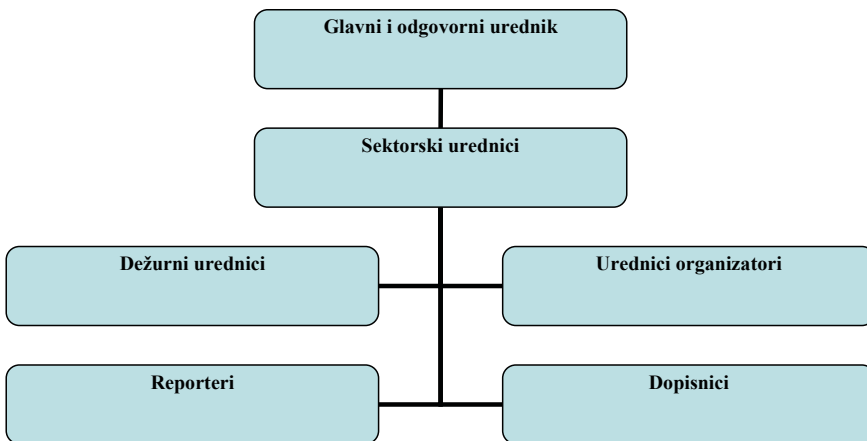
– *urednici organizatori* u redakciji imaju ulogu da vesti koje stižu od dopisnika ili od novinara sa terena raspoređuju reporterima u desku. Drugim rečima, oni organizuju koja vest kada treba da se piše po principu prioriteta;

– *reporteri* su novinari u centrali novinske agencije koji imaju zadatak da odlaze na teren, prate događaje i potom pišu vesti o događajima na kojima su bili;

– *desk* je stalna ili dežurna uredničko-novinarska ekipa u centrali novinske agencije;

– *dopisnici* su novinari koji rade van centrale agencije i izveštavaju o dešavanjima u zemlji i u inostranstvu.

Prema odgovornosti za rad u redakciji, shema rada bi se mogla prikazati na sledeći način:



Iz svega rečenog može se zaključiti da svaka agencija ima svoju centralu i dopisništva. Centrala agencije, u ogromnoj većini slučajeva, nalazi se u glavnom gradu zemlje u kojoj se nalaze korisnici agencijskih servisa. U centrali agencije sede generalni direktor, direktori sektora i njihovi pomoćnici, glavni i odgovorni urednik, sektorski urednici, dežurni urednici, urednici organizatori, reporteri.

Dopisnici se nalaze van centrale agencije i mogu da deluju samostalno (ukoliko je u pitanju jedan dopisnik iz nekog grada) ili u okviru dopisništva (ukoliko postoje dva ili više dopisnika iz jednog grada). Odgovoran i nadležan za rad dopisništva je šef dopisništva. Opšte je prihvaćen stav da što više dopisnika i dopisništava neka agencija ima, to je njen uticaj veći. Uloga dopisnika i dopisništava nije samo da prate događaje iz jednog grada u kojem se nalaze, već i da pokrivaju što veće geografsko područje.

Dopisnici mogu da budu stalni i specijalni. Stalni dopisnici su oni koji stalno izveštavaju redakciju o dešavanjima iz svog geografskog područja, dok su specijalni dopisnici oni koji po zadatku iz centrale idu u neki drugi grad da izveštavaju, a potom se, nakon obavljenog zadatka koji obično traje nekoliko dana, vraćaju u centralu. Specijalni dopisnici obično se šalju u geografska područja u kojima agencija nema dopisnika ili u područja u kojima je dopisnicima potrebna pomoć, zbog važnosti događaja koji se prati.

Tekstovi nisu jedini agencijski proizvodi. Agencije imaju i audio servis i video servis. Audio servis namenjen je radio-stanicama, televizijama i internetskim medijima. U okviru ponude audio servisa, agencije nude tonske zapise iz intervjua, izjava, sa konferencija za novinare, kao i priloge agencijskih novinara i dopisnika. Video servis, namenjen, pre svega, televizijama, a u novije vreme i internetskim medijima, sadrži kratke video priloge iz intervjua, izjava, konferencija za novinare, sa različitih manifestacija.

Važan aspekt agencijske ponude je i foto servis, namenjen, pre svega, štampanim medijima, koji sadrži fotografije aktuelnih događaja. Pojedine agencije nude i grafički servis, namenjen svim vrstama medija sem radija, koji sadrži prikaze različitih tabela, dijagrama i grafikona za ilustrovanje određene informacije.

Svi agencijski proizvodi klijentima se nude na prodaju, odnosno na mesečnu pretplatu. Osim onih proizvoda koji su postavljeni na njihovim javnim internetskim stranicama i besplatno dostupni svima, agencije ostale proizvode naplaćuju.

## 1.4. AGENCIJSKI NOVINAR

Specifičnosti agencijskog novinara u poređenju sa novinarima drugih medija, prema navodima novinarskih enciklopedija i priručnika za rad u novinskim agencijama, proizlaze iz same prirode agencijskog novinarstva. Rad u novinskoj agenciji/agencijsko novinarstvo ima mnogo dodirnih tačaka sa radom u elektronskim i štampanim medijima, ali se i razlikuje u jednoj značajnoj stvari – načinu na koji se sagledava i obrađuje neki događaj ili pojava. Dok je za radijske i televizijske stanice, internetske medije ili štampu komentarisanje pojedinih događaja ili pojava ili čak zastupanje određenih stavova ne samo dopušteno već i uobičajeno, jedno od osnovnih pravila agencijskog rada je izveštavanje zasnovano na činjenicama i bez ikakvog novinarskog komentara, dakle, nepristrasno, (Priručnik NA Beta, 2009: 2–3).

Još jedna bitna činjenica razlikuje novinarstvo u agenciji od onog u drugim medijima – timski rad. Naime, dok je u drugim medijima autor priloga poznat javnosti preko potpisa ili vizuelnog i audio nastupa, vest koja izađe iz agencije je, po pravilu, rezultat kolektivnog rada više novinara i urednika i ispod nje nema individualnog potpisa, već se navode samo inicijali novinara i urednika, kao i naziv agencije (Priručnik NA Beta 2009: 2-3). Potpis inicijalima u agenciji služi isključivo za internu upotrebu i po pravilu se nikada ne prenosi u medijima koji su korisnici agencijskih servisa. Inicijali služe da bi se unutar redakcije znalo ko je odgovoran za koju vest i ko je koliko vesti napisao, preradio i odobrio za puštanje na servis.

Agencijsko novinarstvo nije anonimno samo kada su u pitanju agencijski članci ili “specijalci”, odnosno specijalno naručeni prilozi za pojedine medije.<sup>9</sup> Zbog toga je u literaturi u medijima uobičajeno da se istakne da je agencijski novinar “anoniman”, odnosno da se agencijski proizvod (vest, izveštaj...) potpisuje nazivom agencije a ne imenima novinara i urednika.

Rad agencijskog novinara sličan je radu novinara u ostalim medijima. Posao u centrali agencije organizovan je – po pravilu – po smenama. Izuzetak predstavljaju dopisnici i dopisništva, čiji rad je zbog malobrojnosti ljudstva često nemoguće organizovati striktno po smenama, tako da dopisnici moraju da budu na oprezu praktično 24 sata dnevno.

<sup>9</sup> To nije praksa u svim agencijama. Pojedine agencije, poput *Rojtersa*, često potpisuju svoje novinare imenom i prezimenom ispod vesti i izveštaja, ali je uobičajena praksa da mediji potpisuju ispod vesti i izveštaja samo naziv agencije.

## 2. KOMUNIKACIJSKA SHEMA U NOVINSKIM AGENCIJAMA

### 2.1. AGENCIJSKI STIL

Sve do 19. veka u novinarstvu je prevladavao literarni stil pisanja. U trenutku kada vest postaje roba, nameće se i potreba za drugačijim načinom novinarskog izražavanja. Agencije su se pojavile zbog opšte potrebe za brzom i jeftinom informacijom prvenstveno radi unapređivanja već zahuktalog opšteg društvenog, posebno privrednog, razvoja u nacionalnim i međunarodnim razmerama (Leksikon novinarstva, 1979: 192).

Kako je napred rečeno, ključni preduslov da vest postane roba bio je izum telegrafa. Međutim, telegraf nije trpeo literarni stil novinarskog izražavanja, iz prostog razloga što nije bio dovoljno tehnološki savršen pa se dešavalo da veza pukne u toku slanja vesti. Bilo je primera tokom Američkog građanskog rata (1861–1865) da reporter sa ratišta putem telegrafa počne da šalje izveštaj napisan literarnim stilom, sa dugačkim uvodom u kojem opisuje, na primer, da li je dan bio sunčan ili nije, i da potom pukne telegrafska veza, tako da su redakcije novina u Njujorku ostajale bez one osnovne informacije – ko je pobedio u određenoj bici. Zbog toga se razmišljalo o drugačijim, praktičnijim i efikasnijim načinima izveštavanja pa su iz antičke retorike, od Cicerona, preuzeta određena pravila koja nalažu da se na početku vesti ili izveštaja publika prvo mora obavestiti o najznačajnijim detaljima nekog događaja.<sup>10</sup>

Smatra se da je prvu vest po tom principu poslao novinar agencije AP 14. aprila 1865. godine. Njen početak glasi: “Predsednik je juče u jednom pozorištu pogođen metkom i, možda, ubijen...” Potom slede detalji o atentatu na američkog predsednika Abrahama Linkolna (Briza 2009). Zbog toga što je američka agencija AP prva upotrebila ovakav način pisanja, u literaturi je uobičajeno da se ovakav početak pisanja vesti naziva “AP-ova glava vesti”, odnosno lid po principu obrnute piramide.

Kako se navodi u stručnoj literaturi, obrnuta piramida i AP-ova glava vesti i danas su apsolutno dominantni u načinu pisanja agencijskih vesti i izveštaja, ali i ostalih agencijskih žanrova. Iako su se vremena drastično

---

<sup>10</sup> Marko Fabije Kvintilijan (Marcus Fabius Quintilianus, živeo od 35. do 100. god. nove ere) u delu “Institutio oratoria” podučava govornika da mora u govoru da odgovori na pitanja ko (quis), zašto (cur), gde (ubi), kada (quando), kako (quemadmodum), kakvim sredstvima (quibus adminiculis). Kvintilijan je ovo preuzeo od Cicerona (Marcus Tullius Cicero od 106. do 35. god. p.n.e.) koji podučava govornike u delu “De inventione”, napisanom 86. god. p.n.e.)

promenila u pogledu novih tehnoloških izuma (nakon telegrafa, pojavili su se telefon pa faks mašina i na kraju internet) te više ne pretila realna opasnost od pucanja veze putem koje se šalje vest, potreba za sažetim, preciznim i preglednim tekstovima danas postoji možda i više nego u 19. veku. Mi, naime, živimo u doba kada je jedna od najdragocenijih valuta vreme. Ili, kako se to obično kaže, “vreme je novac”. Stoga korisnici od agencijskih novinara očekuju da im ponude kratku i efektanu informaciju, pošto živimo u doba informacione revolucije koja još uvek traje i u okviru koje je svet postao globalno selo u kojem informacije putuju ogromnim brzinama. Zbog svega toga, AP-ova glava i obrnuta piramida preživeli su čitavih 150 godina kao dominantan način dobrog agencijskog izveštavanja.

Agencijski stil vesti uslovljen je prirodom ove vrste novinarstva. Ili, kako je rekao Anton Pavlovič Čehov: “Pisac je talentovan ako ume sa malo reči da kaže mnogo”.<sup>11</sup> Odnosno: “Ako je neku reč moguće izbaciti, uvek je izbaci”, što je jedno od šest pravila dobrog pisanja Džordža Orvela, koje važi i za agencijsku vest.

Uobičajena je klasifikacija na pet funkcionalnih stilova, (Tošović, prema Konjik, 2006: 258):

- književnoumetnički;
- publicistički;
- naučni;
- administrativni;
- razgovorni.

Ovi stilovi se dalje dele na podstilove i na žanrove. Podstilovi publicističkog stila su:

- novinarski i
- monografsko-publicistički

U literaturi koja se bavi izučavanjem novinarskog stila naglašava se razlika između novinarskog i novinskog stila. *Novinarski stil* se, naime, odnosi na sve vrste medija (štampa, radio, televizija, internet), a novinski se odnosi samo na stil pisanja za štampane medije. Zanimljivo je, među-

---

<sup>11</sup> Čehov parafrazira helenskog pesnika Pindara. Pindar (kraj 6. i početak 5. veka p.n.e) u Olimpijskoj XIII odi kaže: “Mnogo ću s malo kazati reči”. Tu misao varira i američki pesnik Edgar Alan Po u “Filozofiji kompozicije”, a i mnogi drugi poklonici “ekonomisanja s rečima”.

tim, da u literaturi gotovo niko ne spominje agenciju kao medij, a samim tim ni stil koji se gaji u novinskim agencijama.

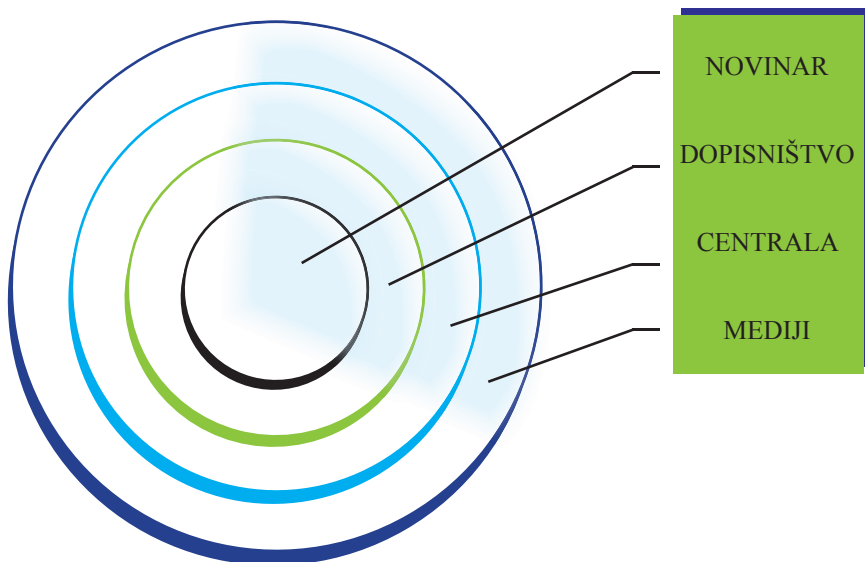
Novinske agencije su fabrike vesti, a osnovni princip njihovog rada je obavestiti brzo, pisati kratko, jasno, pouzdano i sadržajno. Trude se da izveštavaju iz svih krajeva sveta. Bitna razlika između novinskih agencija i drugih medija je u tome što novinske agencije opslužuju druge medije i tako, posredno, dolaze do krajnjih korisnika: čitalaca štampe, slušalaca radija, gledalaca televizije, korisnika interneta (Briza, 2009).

Uobičajena, najšira komunikacijska shema u proizvodnji agencijske vesti odvija se na sledeći način:

1. novinar javlja vest dopisništvu;
2. dopisništvo obrađuje vest i šalje je centrali;
3. centrala obrađuje vest, raspoređuje je u određenu grupu/servis i šalje je pretplatnicima (medijima);
4. mediji prave selekciju dobijenih vesti i obrađuju ih u skladu sa zahtevima medija (štampano novinarstvo, radio i televizija i internet).

Grafički, to bi se moglo prikazati na sledeći način:

NOVINAR → DOPISNIŠTVO → CENTRALA → MEDIJI



Analogno gore navedenoj shemi, moguće je zaključiti i kako izgledaju neke druge komunikacijske sheme u agencijskom izveštavanju, u zavisnosti od prvog izvora vesti ili izveštaja.

Ukoliko je prvi izvor druga agencija s kojom data agencija ima razmenu, shema će izgledati ovako:

STRANA AGENCIJA → CENTRALA → MEDIJI

Prvi izvor za agencijsku vest može da bude i drugi medij, a ne samo druga agencija:

MEDIJ KAO IZVOR → (DOPISNIŠTVO) → CENTRALA  
→ MEDIJ KAO PRIMALAC

Ukoliko je prvi izvor saopštenje za javnost ili konferencija za novinare:

SAOPŠTENJE ZA JAVNOST → CENTRALA → MEDIJI  
KONFERENCIJA ZA NOVINARE → CENTRALA → MEDIJI

Univerzalna komunikacijska shema agencijske vesti izgledala bi ovako:

IZVOR VESTI → (DOPISNIŠTVO) → CENTRALA → MEDIJI

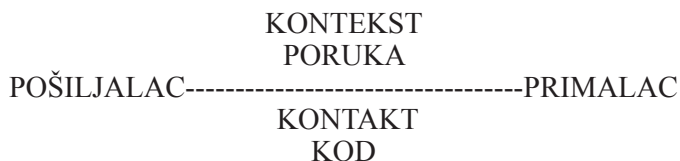
Iz napred rečenog proizlazi i osnovna razlika između agencija i ostalih medija. Agencije, naime, svoje proizvode namenjuju pre svega medijima pa tek posredno čitaocima (gledaocima, slušaocima). Ostali mediji informacije prilagođavaju publici, u skladu sa procenjenim potrebama i u skladu sa svojim uređivačkim politikama.

## 2.2. JAKOBSONOV MODEL KOMUNIKACIJE

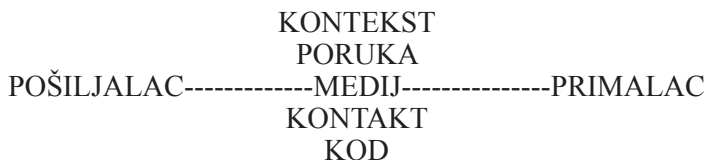
Agencijska vest je poruka i može se posmatrati i kroz Jakobsonov model komunikacije. *Pošiljalac šalje poruku primaocu*. Da bi bila delotvorna, poruka zahteva *kontekst* na koji se odnosi, koji je uhvatljiv za primaoca; zatim kod koji je u celosti ili bar delimično zajednički pošiljaocu i primaocu (ili, drugim rečima, onome koji poruku enkodira i onome koji je dekodira); i najzad, *kontakt*, to jest fizički kanal i psihološku vezu između



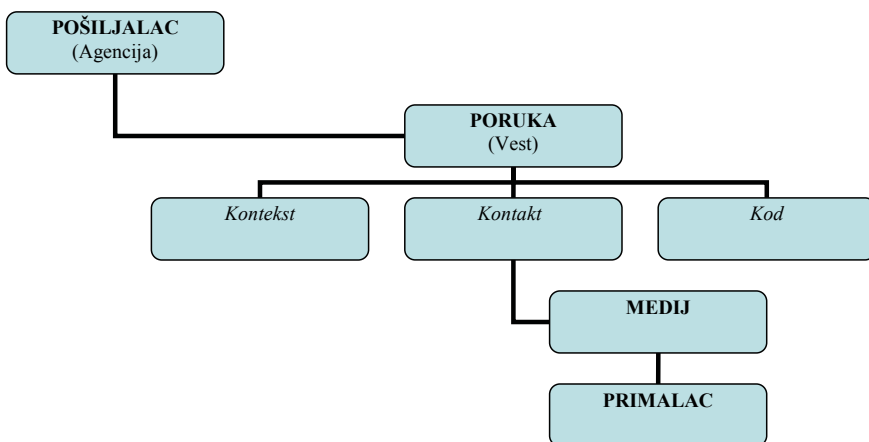
pošiljaoca i primaoca, što obojici omogućuje da uđu u komunikacioni odnos i u njemu ostanu (Jakobson, 1966: 289-290). Svi ovi činiooci mogu se shematski predstaviti na sledeći način:



Međutim, agencijska vest ima važnu specifičnost u odnosu na vesti ostalih medija. Zbog činjenice da se agencije prevashodno obraćaju medijima i da agencijska vest trpi određene izmene koje vrše urednici tih medija<sup>12</sup>, shema agencijske vesti u Jakobsonovom modelu komunikacione mogla bi se prikazati na sledeći način:



Odnosno:



<sup>12</sup> Videti poglavlje o prilagodavanju agencijskih vesti.

Agencijska vest uklapa se u Jakobsonovu shemu u aspektu da je poruka orijentisana prema primaocu (konativna funkcija).

Naravno, za agencijsko novinarstvo najvažniji deo Jakobsonovog modela komunikacije jeste metajezička funkcija kojom proveravamo da li govorimo istim jezikom, odnosno da li poruka od pošiljaoca ka primaocu stiže kroz isti, svima razumljiv, kod. Otuda u agencijskom novinarstvu izrazita sklonost ka pojednostavljivanju i skraćivanju rečeničnih struktura, ka korištenju opštepoznatih reči i izraza, ka izbegavanju stranih i stručnih izraza.

U sledećem primeru autor agencijske vesti koristi za domaću publiku opšteprihvaćenu imenicu "sida" za bolest koju uzrokuje virus HIV i koja dovodi do sloma imunološkog sistema organizma:

U svetu najmanje 33 miliona ljudi živi s virusom HIV-a, saopštio je Ured UN za *sidu* (UNAIDS), povodom obeležavanja 1. decembra, Svetskog dana borbe protiv side.

Autor vesti ne upušta se u komplikovane medicinske izraze nego se trudi da ih što više pojednostavi, kako bi mogao da komunicira sa svojom publikom, odnosno kako bi poruka bila razumljiva. Preduslov za to je da novinar koristi isti kod kao i primalac vesti.

Prilikom proglašenja pandemije novog gripa krajem 2009. godine, bilo je dosta nesnalaženja u samim medijima koji su taj grip često nazivali "grip A H1N1". To je loše odabran naziv, loš kod, koji je nerazumljiv primaocima. Na kraju krajeva, nerazumljiv je i samom novinaru, sem ukoliko on nije medicinski stručnjak iz oblasti epidemiologije.

O istoj temi pojedini mediji su izveštavali imenujući tu bolest kao *svinjski*, odnosno *meksički grip*, što je takođe loše odabran kod. Sintagma *svinjski grip* je nepotrebno ekspresivna i diskriminativna prema onima koji su se već zarazili tom bolešću. Takođe, sintagma *meksički grip* takođe je diskriminativna prema stanovnicima Meksika, jer primaoca poruke može da uputi na to da od gripa obolevaju samo Meksikanci ili da su baš oni krivi za pandemiju.

Utisak je da su, u izveštavanju o gripu, najbolji *kod* odabrali oni mediji koji su tu bolest nazivali novi grip, jer ta neekspresivna sintagma sa sobom ne nosi stručni ili kvalitativno-diskriminatorni aspekt. Ona nosi samo osnovnu informaciju da je reč o gripu koji je drugačiji od onog gripa na koji smo navikli i to je jedino što je primaocu poruke važno.

*Kontekst* iz Jakobsonove sheme, odnosno saznajna funkcija jezika, u agencijskom novinarstvu vezan je pre svega uz dodatna objašnjenja nekog

dogadaja o kojem je reč u vesti, kao i uz agencijski bekground<sup>13</sup>. Kontekst je vrlo važan element agencijske vesti, jer kroz njega primalac dobija jasnu poruku o čemu je reč i s čim u vezi je poruka koju je dobio. U navedenom primeru o novom gripu, agencijski novinar kontekst bi prikazao kroz bekground, odnosno kroz navode Svetske zdravstvene organizacije i drugih medicinskih stručnjaka, o tome koliko je taj grip zaista opasan po ljude i šta treba činiti da se ne razbolite, odnosno šta učiniti ukoliko se razbolite.

*Kontakt*, odnosno fatička funkcija jezika, i te kako ima svoju primenu u agencijskom novinarstvu jer je reč o funkciji jezika koja pomaže uspostavljanju, trajanju i predviđanju kontakta. Kontakt predstavlja važan kanal na putu svake poruke od pošiljoaca ka primaocu, jer uspostavlja psihičku vezu između dva subjekta komunikacije. Znamo li da novinske agencije žive upravo od uspostavljanja kontakta, na prvom mestu sa medijima a u krajnjoj instanci sa publikom, onda postaje jasno koliko je ova funkcija jezika važna za agencijsko novinarstvo. Postaje jasno i zašto agencija gaji specifičan stil izražavanja.<sup>14</sup>

### 2.3. VAN DIJKOVA SUPERSTRUKTURA DISKURSA VESTI

Teun A. van Dijk<sup>15</sup> predlaže konvencionalnu superstrukturu diskursa vesti. Prema toj strukturi, vest može da se sastoji od sledećih komponenti:

1. Sažetak/Uvod
  - 1.1. Naslovi (glavni naslov, nadnaslov, podnaslov...)
  - 1.2. Lid
2. Epizoda(e)
  - 2.1. Događaji
    - 2.1.1. Prethodne informacije
    - 2.1.2. Aktuelni događaji
    - 2.1.3. Objašnjenje
      - 2.1.3.1. Kontekst
      - 2.1.3.2. Bekground
  - 2.2. Posledice/reakcije
    - 2.2.1. Događaji
    - 2.2.2. Izjave

<sup>13</sup> engl. background – pozadina.

<sup>14</sup> Up. poglavlje o agencijskom stilu.

<sup>15</sup> Dijk, T. (1983). *Diskurs analiza: Njen razvoj i primena na strukturu vesti (1983), odeljak Diskurs analiza i struktura vesti.*

### 3. Komentari

#### 3.1. Očekivanja

#### 3.2. Evaluacija (procena)

Kako navodi van Dijk, ove kategorije su teoretske: one definišu prototip diskursa vesti. To znači da u aktuelnom diskursu vesti nije nužno da se sve ove kategorije i pojave, jer se, na primer, može pretpostaviti da čitaoci već imaju neke informacije ili su neke informacije naprosto irelevantne.

I hijerarhijska shema, koja definiše tekst od vrha nadole, takođe je teoretska i može da pretrpi izmene. Na primer, kategorija 2.2, koja se odnosi na izjave političara, važnih ličnosti ili posmatrača, može biti postavljena ranije u tekstu, a kategorije 2.1.1. i 2.1.2 mogu da idu kasnije u tekstu.

Ipak, ova konvencionalna shema koju nudi van Dijk može da se primeni na agencijsku vest, jer je i struktura agencijske vesti konvencionalna, odnosno, uz neznatne izmene, ona datira još iz vremena Američkog građanskog rata (1861-1865).

Analiza diskursa Betine agencijske vesti pokazuje da se neće sve kategorije koje van Dijk navodi nužno pojaviti u vesti, niti da će do kraja biti poštovana hijerarhijska shema koju nudi van Dijk. Pošto je reč o izjavi političara, primećuje se da će karakteristika 2.2, odnosno posledice/reakcije biti plasirana u sam vrh vesti, u prvi i u drugi pasus:

#### Primer 1:

01-DEC-2008 00:34:16

SVT-IZRAEL-TERORIZAM

Olmert: Branicevo jevrejske institucije svuda u svetu

JERUSALIM, 1. decembar 2008. (Beta-AFP) - Izraelski premijer Ehud Olmert izjavio je da će Izrael braniti jevrejske institucije "svuda u svetu", nakon terorističkih napada u Mumbaju gde je poginulo devet Izraelaca.

"Izrael čini i činiće sve što je neophodno svuda u svetu kako bi odbarnio jevrejske institucije, u onoj meri koliko je to moguće", izjavio je Olmert na početku sednice saveta ministara.

"Mržnja prema Jevrejima i simbolima jevrejske vere, kao i mržnja prema Izraelu nastavlja da izazivaju nasilničke i smrtonosne napade", rekao je Olmert aludirajući na napad na Jevrejski kulturni centar u Mumbaju.

Od ukupnog broja izraelskih žrtava terorističkih napada u Mumbaju, osam ih je stradalo u Jevrejskom centru kao taoci ekstremista.

Olmert je kazao da “ni u jednom trenutku nije dolazila u obzir” izraelska vojna intervencija u cilju spasavanja otetih Izraelaca u Indiji.

On je to kazao komentarišući informacije o tome da je Izrael ponudio pomoć Indiji u spasavanju talaca. Izraelski radio je, međutim, ranije javio da je ta pomoć podrazumevala slanje savetnika ili opreme, a ne pripadnika specijalnih jedinica.

U više napada koje su prošle nedelje izveli ekstremisti u Mumbaju poginule su najmanje 172 osobe dok ih je gotovo 300 povređeno.

## 1. Sažetak/Uvod

1.1. Naslovi (glavni naslov, nadnaslov podnaslov...): U ovu kategoriju ubrajaju se agencijski slag i naslov

### SVT-IZRAEL-TERORIZAM

Olmert: Branićemo jevrejske institucije svuda u svetu

## 1.2. Lid:

Izraelski premijer Ehud Olmert izjavio je da će Izrael braniti jevrejske institucije “svuda u svetu”, nakon terorističkih napada u Mumbaju gde je poginulo devet Izraelaca.

## 2. Epizoda(e)

### 2.1. Događaji

2.1.1. Prethodne informacije: ovde se ubraja i prva informacija, data u samom lidu:

nakon terorističkih napada u Mumbaju u Indiji gde je poginulo devet Izraelaca

Ovde se ubraja i informacija sa kraja trećeg pasusa, koja preciznije objašnjava celi događaj koji je bio povod za reakciju izraelskog premijera:

...napad na Jevrejski kulturni centar u Mumbaju.

2.1.2. Aktuelni događaji: prema prirodi same vesti, koja uvek saopštava neku novu informaciju, ova karakteristika nalazi se po pravilu u lidu:

Izraelski premijer Ehud Olmert izjavio je da će Izrael braniti jevrejske institucije “svuda u svetu”...

“Izrael čini i činiće sve što je neophodno svuda u svetu kako bi odbranio jevrejske institucije, u onoj meri koliko je to moguće”, izjavio je Olmert na početku sednice saveta ministara.

“Mržnja prema Jevrejima i simbolima jevrejske vere, kao i mržnja prema Izraelu nastavljaju da izazivaju nasilničke i smrtonosne napade”, rekao je Olmert...

### 2.1.3. Objašnjenje

2.1.3.1 Kontekst: kroz kontekst se objašnjava celokupna atmosfera u tom indijskom gradu, u okviru koje je izveden i teroristički napad na Jevrejski kulturni centar:

U više napada koje su prošle nedelje izveli ekstremisti u Mumbaju poginule su najmanje 172 osobe dok ih je gotovo 300 povređeno.

2.1.3.2. Bekgraund se pojavljuje u lidu:

...nakon terorističkih napada u Mumbaju u Indiji gde je poginulo devet Izraelaca

I u četvrtom pasusu:

Od ukupnog broja izraelskih žrtava terorističkih napada u Mumbaju, osam ih je stradalo u Jevrejskom centru kao taoci ekstremista.

## 2.2. Posledice/reakcije

2.2.1. Događaji: u momentu kada je vest objavljena, nije bilo konkretnih reakcija izraelske strane na terorističke napade

2.2.2. Izjave: Izraelski premijer Olmert, međutim, već u lidu najavljuje šta bi Izrael mogao da uradi kao odgovor na napade:

Izraelski premijer Ehud Olmert izjavio je da će Izrael braniti jevrejske institucije “svuda u svetu”...

Njegova reakcija izražena je i u drugom pasusu:

“Izrael čini i činiće sve što je neophodno svuda u svetu kako bi odbranio jevrejske institucije, u onoj meri koliko je to moguće”, izjavio je Olmert

3. Komentari: Komentari novinara-autora u agencijskim vestima nisu poželjni, ali su dozvoljeni komentari stručnjaka o određenoj temi. U ovoj vesti, međutim, izostaje bilo kakav komentar, pa samim tim izostaju i očekivanja i posledice.

I u sledećem primeru važe slične primedbe kao i u prethodnom, s tim što se ovde van Dijkova prototipska hijerarhija više poštuje, jer je reč o događaju a ne o izjavi političara. Ipak, analiza ove vesti po predloženom modelu konvencionalne superstrukture diskursa vesti otkriva nam i verovatnu grešku agencijskih novinara i urednika prilikom pisanja ove vesti. Ta greška nalazi se pod karakteristikom 2.1.2, odnosno pod aktuelnim događajima:

Primer 2:

10-DEC-2008 10:35:29

SVT-MAĐARSKA-ŠTRAJK

Štrajk na međunarodnom aerodromu u Budimpešti

BUDIMPEŠTA, 10. decembra 2008. (Beta-Rojters-AFP) - Međunarodni aerodrom u Budimpešti paralizovan je jutros zbog štrajka radnika u koji je uključeno i osoblje iz obezbeđenja, saopštila je kompanija koja vodi aerodrom.

Štrajk, koji su pokrenula dva glavna sindikata na aerodromu, počeo je u 06.00 a nije određeno kad će biti okončan.

Kako navodi lokalna novinska agencija MTI putnici nisu mogli da se ukrcaju na letove zato što obezbeđenje nije radilo a let za Varšavu je otkazan. Prema navodima agencija štrajk ne utiče na letove u dolasku.

Kompanija koja upravlja aerodromom, koja je u vlasništvu nemačke firme Hochtief AG (Hochtief AG), saopštila je da još nije jasno koliko letova će morati da bude odloženo ili otkazano zbog štrajka.

Sindikalni zvaničnici su ranije rekli da traže da se obustavi smanjenje radne snage, bolje uslove rada, manje prekovremenih sati i novi kolektivni ugovor.

Aerodrom u Budimpešti je imao 8,6 miliona putnika prošle godine.

## 1. Sažetak/Uvod

### 1.1. Naslovi (glavni naslov, nadnaslov podnaslov...):

SVT-MAĐARSKA-ŠTAJK

Štrajk na međunarodnom aerodromu u Budimpešti

### 1.2. Lid

Međunarodni aerodrom u Budimpešti paralizovan je jutros zbog štrajka radnika u koji je uključeno i osoblje iz obezbeđenja, saopštila je kompanija koja vodi aerodrom.

## 2. Epizoda(e)

### 2.1. Događaji

#### 2.1.1. Prethodne informacije: nalaze se u drugom i trećem pasusu

Štrajk, koji su pokrenula dva glavna sindikata na aerodromu, počeo je u 06.00 a nije određeno kad će biti okončan.

Kako navodi lokalna novinska agencija MTI, putnici nisu mogli da se ukrcaju na letove zato što obezbeđenje nije radilo a let za Varšavu je otkazan. Prema navodima agencija štrajk ne utiče na letove u dolasku.

#### 2.1.2. Aktuelni događaji: nalaze se, po pravilu, u samom lidu:

Međunarodni aerodrom u Budimpešti paralizovan je jutros zbog štrajka radnika u koji je uključeno i osoblje iz obezbeđenja, saopštila je kompanija koja vodi aerodrom.

Ali, ono što je u ovoj vesti novo situirano je na samom kraju trećeg pasusa. Na ovom mestu bi se agencijski urednici verovatno mogli zamisliti i pro-



ceniti da je lid vesti nekompletan, jer se u lidu saopštava da je aerodrom u Budimpešti “paralisan”, što nije tačno, s obzirom da su “paralisani” jedino odlazeći letovi, a ne i dolazeći:

Prema navodima agencija, štrajk ne utiče na letove u dolasku.

### 2.1.3. Objašnjenje:

2.1.3.1. Kontekst: kroz kontekst se objašnjava značaj aerodroma u Budimpešti za prevoz putnika iz celog sveta, što se u ovoj vesti nalazi u poslednjem pasusu:

Aerodrom u Budimpešti je imao 8,6 miliona putnika prošle godine.

2.1.4.1. Bekgraund: saopštava staru informaciju koja objašnjava aktuelne događaje:

Sindikalni zvaničnici su ranije rekli da traže da se obustavi smanjenje radne snage, bolje uslove rada, manje prekovremenih sati i novi kolektivni ugovor.

## 2.2. Posledice/reakcije

### 2.2.1. Događaji

### 2.2.2. Izjave:

Kompanija koja upravlja aerodromom, koja je u vlasništvu nemačke firme Hohtif AG (Hochtief AG), saopštila je da još nije jasno koliko letova će morati da bude odloženo ili otkazano zbog štrajka.

## 3. Komentari

### 3.1. Očekivanja

### 3.2. Evaluacija (procena):

Kompanija koja upravlja aerodromom, koja je u vlasništvu nemačke firme Hohtif AG (Hochtief AG), saopštila je da još nije jasno koliko letova će morati da bude odloženo ili otkazano zbog štrajka.

Dakle, isti pasus je i posledica i komentar. Posledica jer je kompanija saopštila da *još nije jasno koliko će letova...*, a komentar da *još nije jasno...*

Zanimljivo je da je analizirana vest delo čak tri agencije a ipak se može zaključiti da je informacija koja je saopštena u lidu nedovoljno precizna. Da bi informacija bila kompletna, lid bi na primer trebalo da glasi ovako:

Međunarodni aerodrom u Budimpešti paralizovan je jutros *za odlazeće letove* zbog štrajka radnika u koji je uključeno i osoblje iz obezbeđenja, saopštila je kompanija koja vodi aerodrom.

Ni u sledećem primeru nećemo sresti sve karakteristike predloženog modela superstrukture diskursa vesti, niti će do kraja biti poštovana prototipska hijerarhija u slaganju karakteristika odozgo nadole:

Primer 3:

06-DEC-2008 09:29:32  
SVT-SAD-ZEMLJOTRES  
Zemljotres na jugu Kalifornije, nema žrtava

LOS ANĐELES, 6. decembra 2008. (Beta-AFP) - Zemljotres jačine 5,5 stepeni Rihterove skale pogodio je kasno sinoć jug Kalifornije, saopštio je američki Institut za geofiziku.

Podataka o eventualnim žrtvama i materijalnoj šteti nema.

Epicentar zemljotresa bio je u malo naseljenoj zoni, u pustinji 188 kilometara severnoistočno od Los Anđelesa, a na dubini od pet kilometara.

Potres se osetio u većem delu oblasti u kojoj živi 22 miliona ljudi, a osetili su ga i žitelji 200 kilometara udaljenog Las Vegasa, navodi se na sajtu Instituta.

## 1. Sažetak/Uvod

1.1. Naslovi (glavni naslov, nadnaslov podnaslov...):

SVT-SAD-ZEMLJOTRES  
Zemljotres na jugu Kalifornije, nema žrtava

### 1.2. Lid

Zemljotres jačine 5,5 stepeni Rihterove skale pogodio je kasno sinoć jug Kalifornije, saopštio je američki Institut za geofiziku.

## 2. Epizoda(e)

### 2.1. Događaji

2.1.1. Prethodne informacije: nema ih

2.1.2. Aktuelni događaji: nalaze se po pravilu u lidu, ali i u drugom pasusu, koji dodatno objašnjava lid i zajedno s njim čini jednu celinu:

Zemljotres jačine 5,5 stepeni Rihterove skale pogodio je kasno sinoć jug Kalifornije, saopštio je američki Institut za geofiziku.

Podataka o eventualnim žrtvama i materijalnoj šteti nema.

### 2.1.3. Objašnjenje:

2.1.3.1. Kontekst: nalazi se na kraju vesti, u poslednjem pasusu:

Potres se osetio u većem delu oblasti u kojoj živi 22 miliona ljudi, a osetili su ga i žitelji 200 kilometara udaljenog Las Vegasa, navodi se na sajtu Instituta.

2.1.3.2. Bekgrund: nalazi se u preposlednjem pasusu:

Epicentar zemljotresa bio je u malo naseljenoj zoni, u pustinji 188 kilometara severnoistočno od Los Anđelesa, a na dubini od pet kilometara.

## 2.2. Posledice/reakcije

### 2.2.1. Događaji

### 2.2.2. Izjave:

Podataka o eventualnim žrtvama i materijalnoj šteti nema.

## 3. Komentari

### 3.1. Očekivanja:

Podataka o eventualnim žrtvama i materijalnoj šteti nema.

### 3.2. Evaluacija (procena)

Iako se i u ovom primeru u prvoj rečenici ne nalaze sve aktuelne informacije, a po pravilu bi trebalo, za njega se ipak ne može, kao što se za

prethodni može, reći da je u pitanju greška agencijskih novinara i urednika. Naime, druga rečenica u tekstu vesti čini zapravo jedinstvo sa lidom, dodatno ga objašnjava i može se zaključiti da je reč o lidu koji je, što nije čest slučaj, sastavljen od dve rečenice:

Zemljotres jačine 5,5 stepeni Rihterove skale pogodio je kasno sinoć jug Kalifornije, saopštio je američki Institut za geofiziku.

Podataka o eventualnim žrtvama i materijalnoj šteti nema.

Po tematici koju obrađuje (prirodne katastrofe i nepogode) slična je i sledeća vest, ali je u isto vreme i znatno kompleksnija i informativnija pa zadovoljava gotovo sve karakteristike van Dijkove predložene konvencionalne superstrukture diskursa vesti, uz izvesna odstupanja u hierarhiji.

Primer 4:

06-DEC-2008 09:36:51

REG-CRNA GORA-VREME

U Crnoj Gori se zbog jakih kiša reke izlivaju iz korita

PODGORICA, 6. decembra 2008. (Beta) - Reke Lim, Čehotina, Zeta, Ljuboviđa počele su da se izlivaju iz korita, a poplavama u mojkovačkoj opštini preti i Tara.

Čehotina je poplavila selo Židovići kod Pljevalja, zbog čega je prekinut saobraćaj na putu Pljevlja-Gradac. Zbog obilnih kiša, voda u gradskom vodu u Pljevljima je zamućena.

Tara je na području Mojkovca, u selu Slatina, stigla do same saobraćajnice. Zeta je delimično potopila njive u nekim selima u Bjelopavličkoj ravnici, a kišna jezera su se formirala i u nekim mestima u nikšićkoj opštini.

Meteorolozi su u Podgorici izmerili protok Morače od oko 870 kubnih metara u sekundi. Vodostaj te reke u glavnom gradu Crne Gore je 793 metra, što je manje od rekorda iz novembra 1979, kada je Morača u Podgorici bila "visoka" 1.226 metara.

Jaka kiša nastavlja i danas da pada u većem delu Crne Gore, a na planinama je počela susnežica. Meteorolozi su kišu najavili i za sutra, a u ponedeljak bi trebalo da se razvedri.

Kiše u Crnoj Gori neprekidno padaju već 20 dana, a u četvrtak uveče je na području Herceg Novog duvao vetar od 234 kilometra na čas.

Hidrometeorološki zavod Crne Gore je saopštio da do sada u Crnoj Gori nije zabeležen vetar takve snage.

## 1. Sažetak/Uvod

### 1.1. Naslovi (glavni naslov, nadnaslov, podnaslov...)

REG-CRNA GORA-VREME

U Crnoj Gori se zbog jakih kiša reke izlivaju iz korita

### 1.2. Lid:

Reke Lim, Čehotina, Zeta, Ljuboviđa počele su da se izlivaju iz korita, a poplavama u mojkovačkoj opštini preti i Tara.

## 2. Epizoda(e)

### 2.1. Događaji

#### 2.1.1. Prethodne informacije: Nalaze se iza aktuelnih informacija, u četvrtom i u petom pasusu

Meteorolozi su u Podgorici izmerili protok Morače od oko 870 kubnih metara u sekundi. Vodostaj te reke u glavnom gradu Crne Gore je 793 metra, što je manje od rekorda iz novembra 1979, kada je Morača u Podgorici bila "visoka" 1.226 metara.

Jaka kiša nastavlja i danas da pada u većem delu Crne Gore, a na planinama je počela susnežica. Meteorolozi su kišu najavili i za sutra, a u ponedeljak bi trebalo da se razvedri.

#### 2.1.2. Aktuelni događaji: nalaze se u lidu, ali i u sledeća dva pasusa, koja dopunjavaju lid:

Reke Lim, Čehotina, Zeta, Ljuboviđa počele su da se izlivaju iz korita, a poplavama u mojkovačkoj opštini preti i Tara

Ćehotina je poplavila selo Židovići kod Pljevalja, zbog čega je prekinut saobraćaj na putu Pljevlja-Gradac. Zbog obilnih kiša, voda u gradskom vodovodu u Pljevljima je zamučena.

Tara je na području Mojkovca, u selu Slatina, stigla do same saobraćajnice. Zeta je delimično potopila njive u nekim selima u Bjelopavličkoj ravnici, a kišna jezera su se formirala i u nekim mestima u nikšićkoj opštini.

### 2.1.3. Objašnjenje:

#### 2.1.3.1. Kontekst:

Kiše u Crnoj Gori neprekidno padaju već 20 dana, a u četvrtak uveče je na području Herceg Novog duvao vetar od 234 kilometra na čas.

#### 2.1.3.2. Bekground:

Hidrometeorološki zavod Crne Gore je saopštio da do sada u Crnoj Gori nije zabeležen vetar takve snage.

## 2.2. Posledice/reakcije

2.2.1. Događaji: posledice proizlaze iz aktuelnih događaja i nalaze se već u drugom i trećem pasusu vesti:

Ćehotina je poplavila selo Židovići kod Pljevalja, zbog čega je prekinut saobraćaj na putu Pljevlja-Gradac. Zbog obilnih kiša, voda u gradskom vodovodu u Pljevljima je zamučena.

Tara je na području Mojkovca, u selu Slatina, stigla do same saobraćajnice. Zeta je delimično potopila njive u nekim selima u Bjelopavličkoj ravnici, a kišna jezera su se formirala i u nekim mestima u nikšićkoj opštini.

#### 2.2.2. Izjave

## 3. Komentari

3.1. Očekivanja: nalaze se u petom pasusu i vezana su za prognoze meteorologa:

Meteorolozi su kišu najavili i za sutra, a u ponedeljak bi trebalo da se razvedri.

## 2.4. AGENCIJA KAO POŠILJALAC VESTI

Velike mogućnosti istraživanja diskursa agencijske vesti proizlaze iz komunikacijske sheme u kojoj se ona javlja: agencija kao pošiljalac – vest kao poruka – medijske kuće kao prvi primaoci i auditorijum kao krajnji primalac, odnosno institucija (državna, politička i dr.) kao primalac. Agencija nastupa kao grupni pošiljalac, a u konačnom obliku vesti novinar kao neposredni autor je anonimiziran. Agencijsku vest obeležava i tehnologija prikupljanja i prosleđivanja vesti, kao i kriterijumi prilikom izbora vesti te zavisnost izbora vesti od primaoca.

Pošto je uloga novinskih agencija da medije snabdevaju, pre svega, vestima i izveštajima, one u skladu s tim razvijaju i ponudu svojih proizvoda. Agencije medijima šalju:

- generalni servis koji obuhvata sve aktuelne informacije kojima agencija raspolaže;
- specijalne servise za štampu, radio, televiziju i internet;
- posebne servise za političke teme, ekonomiju, kulturu, nauku, umetnost, biografije, zanimljivosti, dokumentaciju;
- foto servis;
- fono servis;
- video servis;
- servise koji se rade po narudžbini pojedinih medija.

Prema jednoj od definicija, novinska agencija je posrednička, informativna ustanova koja vlastitim i iznajmljenim novinarskim kadrom, sredstvima veze i saobraćaja svakodnevno prikuplja informativni materijal iz matične zemlje i iz inostranstva i uz naplatu ga dostavlja na korišćenje domaćim i inostranim sredstvima informisanja (štampi, radiju i televiziji), drugim domaćim i inostranim korisnicima (državnim organima, privrednim, finansijskim, političkim, kulturnim i drugim organizacijama i ustanovama) (Leksikon novinarstva 1979). Agencija je primarno pošiljalac vesti, ili, kako se to u profesionalnom žargonu kaže, “fabrika vesti”, a ako se uzme u obzir i komercijalna dimenzija prodaje vesti (od čega agencije i žive), ona je i “prodavnica vesti”.

Na izbor vesti koje će neka agencija emitovati u svome servisu utiče pre svega sam tip agencije, odnosno da li je ona nacionalna, regional-

na ili svetska. Na primer, s obzirom da je regionalna agencija, Beta će svoje proizvode usmeravati upravo prema tom medijskom tržištu. Njene teme neće biti samo uskonacionalne pa će, recimo, ova agencija pažnju u izveštavanju posvetiti i dešavanjima u Slovačkoj i informacijama koje se tiču života i položaja slovačke nacionalne zajednice u Vojvodini. U analiziranom korpusu dominiraju vesti i izveštaji koji se tiču međudržavnih odnosa i odnosa Slovačke prema komplikovanom političkom problemu Kosova, zatim teme koje se tiču mogućnosti ekonomske saradnje između Srbije i Slovačke, kao i teme o položaju slovačke nacionalne zajednice u Vojvodini:

#### Primer 1:

Ministar spoljnih poslova Slovačke Miroslav Lajčak boravi danas u jednodnevnoj poseti Kosovu, saopšteno je iz ministarstva spoljnih poslova na Kosovu...

Predsednik Vlade Vojvodine Bojan Pajtić izjavio je danas da je slovačka nacionalna zajednica u Vojvodini "most" između Srbije i Slovačke i založio se za bogatiju ekonomsku saradnju između dve države...

Portal kulture vojvođanskih Slovaka biće dostupan od petka 23. oktobra, najavile su danas predstavnice Zavoda za kulturu vojvođanskih Slovačka...

Vesti iz same Slovačke, koje se ne tiču navedenih tema, ređe su i posmatrana agencija ih emituje samo kada je reč o temama koje tretiraju pitanja od evropskog ili globalnog značaja:

#### Primer 2:

Predsednik Rusije Dmitrij Medvedev sutra posle podne doputovaće u Slovačku, gde će sa slovačkim predsednikom Ivanom Gašparovičem u sredu biti gost svečanosti povodom 65. godišnjice oslobođanja Bratislave i kraja Drugog svetskog rata u Slovačkoj.

U korpusu se mogu pronaći vesti i koje se tiču crne hronike, odnosno saobraćajne nesreće u kojoj je bilo i žrtava:



### Primer 3:

Troje ljudi danas je poginulo a 11 je povređeno u sudaru lokomotive i putničkog voza na istoku Slovačke, saopštili su lokalni zvaničnici...

Emitujući vesti u vezi sa Slovačkom i sa Slovacima agencija Beta vodi računa pre svega o sopstvenoj uređivačkoj politici i o sopstvenom tržišnom položaju. Naime, činjenica da je ona ne samo nacionalna već i regionalna agencija usmerava ujedno i njenu uređivačku politiku i odabir tema. Drugim rečima, agencija i u ovom slučaju, kao i u svakom drugom, bira teme na osnovu procenjenog interesovanja korisnika agencijskog servisa vesti za određenu problematiku. Za Betu su, očigledno, jedini kriterijumi prilikom odabira vesti sledeći:

- da li je neka vest zaista vest;
- ko su sve potencijalni korisnici te vesti?

Na primer, teme koje tretiraju opšte međusobne odnose Slovačke i Srbije, poput mogućnosti ekonomske saradnje, sigurno su zanimljive za pojedine medije iz dveju zemalja koji se bave pre svega ekonomskim temama, a potencijalno su zanimljive i onima koji su specijalizovani za ekonomske teme iz drugih zemalja.

Tema položaja Slovaka u Vojvodini sigurno je zanimljiva medijima na slovačkom u samoj Vojvodini (*Hlas ľudu, Radio-televizija Vojvodine...*), ali i medijima u samoj Slovačkoj koji tretiraju problematiku ljudskih i manjinskih prava. Budući da je opšta ocena da je položaj Slovaka u Vojvodini dobar, ovakve vesti nisu nezanimljive ni medijima u regionu i u celoj Evropskoj uniji, a vrlo je verovatno da interesuju i predstavnike stranih ambasada u Beogradu, Saveta Evrope, OEBS-a i drugih institucija koje se bave praćenjem stanja ljudskih i manjinskih prava u Srbiji. Sve njih svakako će zanimati i vesti koje se tiču eventualnih problema u ostvarivanju prava slovačke nacionalne zajednice, poput primera sa Slovačkom evangelističkom crkvom, koju je jedan dnevni list u Srbiji doveo u vezu sa verskim sektama, iako je reč o zakonski priznatoj tradicionalnoj verskoj zajednici:

### Primer 4:

Centar za razvoj civilnog društva (CRCD) iz Zrenjanina zatražio je danas od nadležnih institucija da reaguju na pojavu govora mržnje u listu *Kurir* prema malim verskim zajednicama u Srbiji.

CRCD je u saopštenju za javnost naveo da se u jučerašnjem spornom članku u *Kuriru*, pod nazivom “U sektama 200.000 Srba!”, u sekte ubrajaju i registrovane tradicionalne verske zajednice koje okupljaju pripadnike nacionalnih manjina, poput Slovačke evangeličke crkve...

Odnos Slovačke prema problemu Kosova takođe je tema koja je zanimljiva širokom spektru medija. Medijima u Srbiji – jer je to jedan od najtežih političkih problema s kojima se država suočava i jedna od tema o kojoj političari najviše govore. Zatim, medijima u Slovačkoj – zbog unutrašnje-političkih odnosa u toj državi, kao i medijima na Kosovu. Ove vesti sigurno su zanimljive i pojedinim medijima iz ostalih zemalja EU, jer Unija nema jedinstven stav prema pitanju kosovske nezavisnosti (22 zemlje priznale su nezavisnost Kosova, a pet, među kojima i Slovačka, nisu). Vest je svakako zanimljiva i stranim ambasadama u Beogradu.

*Betina* dopisnica neće izveštavati o događajima koji su od interesa samo za javnost u Slovačkoj, dakle o vestima sa nacionalnim značajem, već isključivo o vestima koje prevazilaze uskonacionalne teme.

#### 2.4.1. Izvor agencijske vesti

U svakoj agencijskoj vesti mora biti naveden izvor.<sup>16</sup> To znači da je ono o čemu piše novinar lično video ili da je to rečeno na konferenciji za novinare, u izjavi, na mitingu ili sastanku, ili da je preneto iz novina ili sa radija ili televizije, što mora jasno da se naznači u vesti ili izveštaju. Vest bez izvora ne sme da se emituje. U izuzetnim okolnostima, novinar u dogovoru sa urednikom može da se pozove na anonimne izvore, čiji identitet redakcija mora da zna, ali iz određenih razloga ne želi da ih otkrije.<sup>17</sup> Novinar, suočen sa političkim ili drugim pritiskom, svoj izvor mora da čuva. Redakcija u tome treba da ga štiti (Priručnik NA *Beta*, 2009: 6).

Svaka vest, posebno ona u kojoj je izvor anonimna, odnosno poznat novinaru/redakciji, mora biti pouzdana. Ne sme se težiti ekskluzivnosti

---

<sup>16</sup> Osnovna funkcija masovnih medija jeste posrednička, a ona se sastoji u predstavljanju društvenih, ekonomskih, političkih, kulturnih i drugih zbivanja širokoj javnosti, tako da je navođenje izvora iz kojeg potiču informacije veoma bitan segment novinskog teksta koji govori o istinitosti, pouzdanosti i proverenosti iznesenih podataka, (Štrbac, 2007: 266).

<sup>17</sup> Up. poglavlje o identifikaciji aktera

na uštrb pouzdanosti. Ovo važi i kada se prenose izjave ili saopštenja. Svaki podatak, čak i ako je iznet na konferenciji za novinare ili ako ga je izrekao neki zvaničnik, a deluje sumnjivo ili zvuči neuverljivo, mora biti proveren, (Priručnik NA Beta, 2009: 5).

Na analiziranom korpusu Betinih vesti najčešće se primenjuje precizno navođenje izvora od koga informacija potiče saopštavanjem njegovog imena i prezimena, funkcije, titule itd. Ovakvim postupcima agencijski novinar se koristi kada nema nikakvih ograničenja u pogledu otkrivanja i saopštavanja izvora informacije.

U analiziranom korpusu može se prepoznati i model pružanja samo delimičnog podatka u vezi sa izvorom informacije. To se postiže upotrebom metonimijskog agensa u nominativu, odnosno predloškom genitivu ili lokativu (Institut za društvene nauke je saopštio, MUP Srbije je saopštio...).

Primećena je česta upotreba metonimijskog agensa u spoljnopolitičkim vestima:

Primer 5:

*Egipat* ne želi da sarađuje sa radikalnim palestinskim pokretom Hamas

*Azerbejdžan* je danas saopštio da stranim radio stanicama od 1. januara 2009. neće više biti dozvoljeno emitovanje programa na lokalnim frekvencijama.

*Kuba* danas proslavlja 50. godišnjicu svoje revolucije

*Češka*, predsedavajuća EU, i Evropska komisija pozvale su danas Rusiju i Ukrajinu da nastave pregovore i postignu hitan dogovor o isporukama gasa, kako ne bi bio ugrožen tranzit gasa u Evropu.

*Španija* je danas odlučila da isporuči osobu osumnjičenu da je čečenski terorista kojeg Rusija traži zbog napada 2004. godine na vladinu zgradu u Ingušetiji...

U lingvističkoj literaturi navodi se da ovaj tip agensa može da bude pogodan za manipulaciju jer se njime nešto što se može odrediti prikazuje i doživljava kao neodređeno. Drugim rečima, bilo bi poželjno da su u navedenim primerima iskorišćeni kategorizatori poput: *egipatska vlada*,

*azerbejdžanske vlasti, u Kubi se danas proslavlja, češka vlada, rusku i ukrajinsku vladu, španska vlada, ruska vlada, umesto navedenih. Ali, metonimijski agens ovakvog agencijskog stila već se toliko dugo upotrebljava da se može pretpostaviti da publika sasvim dobro shvata šta je poruka vesti ili izveštaja.*

Potpuno izostavljanje podataka u vezi sa izvorom informacije (kako saznajemo, kako agencija saznaje...) nije poželjno u agencijskom novinarstvu pa će agencijski novinar i, kada želi da zaštiti izvor anonimnošću, ipak pobliže lokalizovati odakle potiče informacija (Kako agencija saznaje iz izvora u Višem sudu...)<sup>18</sup>

#### 2.4.2. Agencije i medijske kuće i redakcije kao prvi primaoci vesti

U skladu sa napred izrečenim, odnosno u skladu sa istorijatom nastanka agencijske vesti, a naročito u skladu sa njenom komunikacijskom shemom, jasno je da su mediji prvi i prevashodni primaoci agencijskih vesti. Kada jednom prime vest od agencije, mediji prave selekciju dobijenih vesti i obrađuju ih u skladu sa potrebama.<sup>19</sup>

Istovremeno, i novinske agencije svakodnevno preuzimaju vesti od drugih medija. U najvećem broju slučajeva, reč je o preuzimanju vesti od drugih novinskih agencija, ali i od novina, radija, televizije i internetskih portala. Agencija najčešće preuzima informacije drugih medija iz delova sveta u kojima nema sopstvene dopisnike. Od drugih medija agencija ponekad prenosi i zanimljive delove iz intervjua sa važnim ličnostima.

Kao i ostali mediji, novinske agencije informacije koje će preuzeti biraju na osnovu sopstvene uređivačke politike, vodeći računa pre svega o tome da li su nacionalne, regionalne ili svetske agencije.

Mediji mogu da primaju vesti od agencija tek ukoliko se pretplate na agencijske servise. Neovlašćeno preuzimanje agencijskih vesti nije dozvoljeno. Uobičajeno je da se prilikom potpisivanja ugovora sa medijima o prodaji agencijskih servisa u ugovoru navede i obaveza medija da navedu izvor vesti, odnosno naziv agencije od koje je preuzeta vest. Ukoliko medij ne navodi agenciju kao izvor svojih vesti, to se takođe smatra povredom autorskih prava i kršenjem ugovora, bez

<sup>18</sup> Up. poglavlje o anonimnim izvorima.

<sup>19</sup> Up. poglavlje o upoređivanju agencijskih vesti sa vestima iz ostalih medija.

obzira na činjenicu da konkretni medij uredno plaća svoje obaveze prema agenciji.<sup>20</sup>

Ugovorom se precizno reguliše šta mediji smeju, a šta ne smeju da menjaju kao primaoci i obrađivači agencijskih vesti. Opšte je pravilo da mediji ne smeju da menjaju suštinu agencijske vesti.

## 2.5. AGENCIJSKA VEST KAO PORUKA

Osnovni zadatak novinske agencije je da brzo, tačno i nepristrasno prikupi i stavi svojim korisnicima na raspolaganje sve relevantne i značajne informacije u toku jednog dana sa područja koje pokriva. Novinska agencija treba da obezbedi kompletnu informaciju o nekom događaju, ideji ili mišljenju, ali ne i komentar novinara. Komentar stručnjaka ili učesnika događaja smatra se delom informacije o događaju, ideji ili mišljenju. Informacije koje emituje agencija moraju da budu potpuno pregledne i jasne i da sadrže neophodnu količinu relevantnih podataka kako bi predstavljale potpuno obaveštenje o onome što se tretira, (Priručnik NA Beta, 2009: 1).

Agencijska vest stremi ka tome da predstavlja objektivnu i neutralnu poruku, što proizlazi iz same prirode postojanja agencije: ona je neutralan i nepristrasan medij koji informacijama snabdeva veoma raznorodne korisnike: medije, ali i različite političke partije, kompanije, institucije, ambasade stranih država... Zato je od presudne važnosti za ugled agencije da bude nepristrasna i objektivna. Svaka pristrasnost agencijske vesti kao poruke uništava ono što je najvažnije za jednu agenciju: poverenje korisnika u nju.

---

<sup>20</sup> "Mediji i novinari poštuju i primenjuju važeće zakonodavstvo o zaštiti autorskih prava. Kada se dobije dopuštenje za reprodukciju iz drugog izvora, to se čini uz uvažavanje autora i navođenje izvora." (Kodeks novinara Srbije).

### 3. AGENCIJSKI ŽANROVI

Prvi i najprepoznatljiviji agencijski proizvod su različiti agencijski tekstovi. Obično su raspoređeni kroz generalni servis koji obuhvata sve aktualne informacije kojima agencija raspolaže, kao i posebne servise za političke teme, ekonomiju, kulturu, nauku, umetnost, biografije, zanimljivosti, dokumentaciju..

Pošto tekstovi novinske agencije – najvećeg proizvođača informacija o dnevnim događajima, zbivanjima i kretanjima - moraju da zadovolje najrazličitije potrebe raznovrsnih korisnika, najčešće su prezentovani u obliku vesti i izveštaja. Ta dva novinarska žanra su najčešći proizvod novinskih agencija, (Leksikon novinarstva, 1979: 2).

Ipak, vest i izveštaj nisu jedini novinarski žanrovi zastupljeni u agencijskom novinarstvu. Pored njih, tu su i reportaža, članak i intervju. Ali, za sve agencijske tekstove vrede univerzalni principi: sažeti su, precizni i pregledni, bez elemenata naracije – pa su to odlike, takozvanog, agencijskog podstila novinarskog pisanja, (Leksikon novinarstva, 1979: 2).

#### 3.1. TIPOLOŠKE KARAKTERISTIKE AGENCIJSKE VESTI

Kao što je već rečeno i kao što se i inače navodi u stručnoj literaturi, najčešći novinarski žanrovi koji se koriste u agencijskom novinarstvu su vest i izveštaj. Među novinarima je uobičajena izreka da su vest i izveštaj, kao osnovni novinarski žanrovi, ujedno i temelj dobrog novinarstva, a da je samim tim i novinska agencija “majka novinarstva”. Ne jednom čuli smo od iskusnih novinarskih profesionalaca da onaj novinar koji ne nauči kako se pišu vest i izveštaj zapravo i nije novinar u punom smislu te reči.

Vest<sup>21</sup> je oblik novinarskog izražavanja (vrsta, žanr) kojim se u najkraćim crtama – pošto se odgovori na pitanja: ko, šta, gde, kada, zašto ili kako<sup>22</sup> - rečima ili slikom, ili i jednim i drugim sistemom znakova, javnost obaveštava o jednoj ili više činjenica, o nekakvom događaju ili prirodnoj pojavi, o nekoj ličnosti, pri čemu to obaveštenje mora da bude novo, aktuelno, istinito i važno ili zanimljivo (Leksikon novinarstva, 1979).

<sup>21</sup> Ta imenica je izvedenica od baltoslovenskog glagola “vedeti”, u značenju znati, a sama reč *vest* znači *glas*. Petar Skok, *Etimologijski rječnik*.

<sup>22</sup> U literaturi poznato kao Pravilo 5W+H (fajv dabljus plas ejč): Who, What, Where, When, Why i How.

Izveštaj<sup>23</sup> je, uz vest, najčešći novinarski žanr. To naročito važi za agencijsko novinarstvo. Kao i vest, izveštaj je faktografski oblik novinarskog izražavanja, a za njih su u prvom planu su činjenice.

Po jednom teorijskom stanovištu, izveštaj je posebna forma novinarskog izražavanja, sa sopstvenim zakonitostima pisanja. Zastupnici takve teorije smatraju da je izveštaj novinarska vrsta kazivanja o jednom događaju, pri čemu se on obrađuje sa više detalja ne samo primarne, nego i sekundarne prirode kako bi se bolje prikazao i objasnio određeni događaj ili pojava (Briza 2009). Pošto vest samo registruje, odnosno konstatuje jednu ili više životnih činjenica, izveštaj ide dalje – on se ne zadovoljava samo tom registracijom već traži njen dublji smisao: govori o toku jednog zbivanja, istovremeno ga opisuje, objašnjava i tumači (Leksikon novinarstva, 1979).

Po drugom, nama bližem teorijskom stanovištu, agencijski izveštaj je zapravo samo proširena agencijska vest. Ovde naglašavamo reč “agencijski” jer u ostalim medijima izveštaj zaista može suštinski da se razlikuje od vesti. Van agencijskog poimanja novinarskih žanrova, izveštaj ima dve osnovne karakteristike po kojima se razlikuje od vesti: u njemu se daje opis jednog zbivanja i u njemu se govori o njegovom toku, kontekstu i smislu. Jer izveštavanje sa jednog događaja znači svedočenje o tom događaju a svedočenje traži više nego samo osnovnu činjenicu – traži objašnjenje, misao, stav, ideju lični odnos autora (Leksikon novinarstva, 1979.). S obzirom na to da smo u ovoj monografiji više puta naglasili da je lični odnos autora u agencijskom novinarstvu nepoželjan, samim tim se gubi i ta, za druge medije, osnovna razlika između vesti i izveštaja. Ovde ćemo, dakle, početi od stanovišta da je agencijski izveštaj zapravo samo proširena agencijska vest, kompleksniji od nje tek utoliko što u sebi može da sadrži više vesti.

Naime, izveštaj je zasnovan na istim pravilima pisanja kao i vest. I on, kao i vest, mora da odgovori na opštepoznatih pet plus jedno novinarsko pitanje. I izveštaj se slaže po “svetom novinarskom pravilu”, pravilu “obrnute piramide”,<sup>24</sup> odnosno pravilu koje nam nalaže da činjenice slažemo od najvažnijih ka manje važnim (Priručnik NA Beta, 2009).

### 3.1.1. Univerzalnost agencijske vesti

Vesti koje agencija emituje trebalo bi da budu aktuelne, jasne, kompletne, interesantne, razumljive, dakle, precizne, i na izvestan način

<sup>23</sup> U našem jeziku ima istu etimologiju kao i vest. Postverbal *izveštaj* je derivat prefiksno-sufiksalnog glagola sa istom korenskom morfemom kao i imenica *vest*.

<sup>24</sup> Up. poglavlje o pravilu ‘obrnute piramide’.

“pojednostavljene”. Pre svega, one moraju da budu tačne. Precizna i svuda važeća definicija vesti ne postoji. Ono što je za jednu lokalnu sredinu vest, već 50 kilometara dalje nije vest. Ali postoje neka opšta pravila na osnovu kojih se može reći šta vest treba da sadrži kako bi zaslužila taj naziv.

Te osobine većina teoretičara novinarstva svrstava u sledeće kategorije:

1. blagovremenost;
2. bliskost;
3. značaj;
4. ljudski interes;
5. neobičnost.

Postoje, takođe, i pravila koja kazuju kako vest treba da bude napisana, odnosno pripremljena. Najpoznatije pravilo koje je ušlo u sve udžbenike novinarstva je pravilo koje podrazumeva da je vest kompletna tek kada pruži odgovor 5W+H pitanja.

Primer takve klasično pripremljene vesti bio bi:

Primer 6:

Vlada Srbije odlučila je danas u Beogradu da smanji carinske dažbine na uvoz novih putničkih automobila.

Odluka je doneta posle zahteva Brisela da se carinske i poreske stope usklade sa sličnim propisima zemalja Evropske unije.

Teoretičari se slažu da nema razlike između agencijske vesti i vesti uopšte. Ako vest sadrži ranije pomenute odlike, ona je vest i za agenciju, i za novine, i za radio, i za televiziju, i za internet. Razlika postoji jedino u tehničkoj obradi i u diskursu vesti za pojedini medij.

Prema navodima urednika u agencijama, idealno sačinjena, agencijska vest je univerzalna, odnosno jasna i razumljiva kako lokalnom čitaocu, tako i onom koji se nalazi hiljadama kilometara daleko.

Primer 7:

Teheran demantuje da je studentu potvrđena smrtna kazna



(Beta-AFP)

Iranski državni tužilac Abas Džafari Dolatabadi odbacio je danas informacije opozicije da je sud potvrdio smrtnu kaznu jednom dvadesetogodišnjem studentu zbog učešća u antivladinim protestima prošlog decembra.

U primeru 7 vidimo da je reč o vesti koja je izvorno vest *AFP-a*, a preuzela ju je, putem razmene, i domaća agencija *Beta*, što je naznačeno na početku vesti (*Beta-AFP*). U pitanju je vest koja je zadovoljila princip univerzalnosti, odnosno jasna je i lokalnom čitaocu u Teheranu i čitaocima sa drugih kontinenata.

Vest neke domaće agencije ne mora po svaku cenu da bude univerzalna, a razlog za to je tržište kojem se ta agencija obraća. Naime, *AFP* jeste jedna od tri najveće agencije na svetu i njeno primarno tržište jeste celi svet; Agencija *Beta* jeste primarno regionalna agencija i njeno primarno tržište, pored Srbije, jeste region jugoistočne Evrope.

Primer 8:

Dug za struju u Prijepolju skoro 140 miliona dinara

Potrošaci električne energije u opštini Prijepolje duguju blizu 140 miliona dinara i građani koji duguju nisu plaćali struju u proseku pet meseci.

Očigledno, ova vest namenjena je pre svega lokalnom tržištu u Srbiji i teško je zamisliti da će je od agencije “kupiti” neki medij koji nije iz Srbije.

Postoje i primeri kada novinari i urednici, zbog različitih razloga, a najčešće zbog nedostatka vremena, nisu u stanju da uvek poštuju princip “univerzalnosti”, ali mu moraju stremiti.

Primer 9:

Košarkaši povređeni u udesu kod Lapova

Sedam košarkaša i trener Košarkaškog kluba “Novi Sad” povređeni su u noći između subote i nedelje u saobraćajnom udesu na autoputu Beograd-Niš kod Lapova, rečeno je agenciji Beta u policiji Lapova.

AFP će verovatno putem razmene preuzeti ovu vest agencije *Beta*, ali će je morati preformulisati, pošto se ta agencija obraća celom svetu. Tako preformulisana vest mogla bi da glasi ovako:

#### Primer 10:

Sedam košarkaša i trener jednog kluba iz Srbije povređeni su u noći između subote i nedelje u saobraćajnom udesu 120 kilometara južno od glavnog grada Beograda.

Drugim rečima, da bi poštovao princip univerzalnosti, novinar *AFP-a* ne navodi da je reč o Košarkaškom klubu „Novi Sad”, jer prosečni čitalac u svetu svakako nikada nije čuo za taj klub. Takođe, novinar umesto geografske odrednice “Lapovo” koristi odrednicu “120 kilometara južno od glavnog grada Beograda”.

Činjenica da novinar *Bete* nije poštovao princip univerzalnosti u ovom slučaju, prema ocenama urednika domaćih agencija, teško bi se mogla nazvati greškom. Jer novinar jeste vodio računa primarno o publici kojoj se posredno obraća. A njegova publika dolazi iz regiona jugoistočne Evrope, koja uglavnom jasno razume navedene geografske odrednice.

#### 3.1.2. Specifična obeležja agencijske vesti – uputstva za dobru praksu

a) *Blagovremenost i brzina*. Ova dva pojma često se poklapaju, ali postoje situacije kada će vest iz objektivnih razloga kasniti, ali će ipak biti blagovremena (niko je pre toga nije objavio, na primer). Brzina je jedan od ključnih pojmova koji se vezuje za pojam agencije, ali ne treba težiti brzini na uštrb drugih važnih odrednica: tačnosti, pouzdanosti, preciznosti, (Priručnik NA *Beta*, 2009.).

Na blagovremenost mogu uticati:

– *Način slanja vesti*. Dopisnici šalju vesti u elektronskoj formi, elektronskom poštom ili direktnim unošenjem u odgovarajući obrazac na internetskom sajtu agencije na koji ulaze pomoću interne šifre. Vest se može slati faksom u slučaju kada ne postoje drugi načini prosleđivanja redakciji. Telefonom se diktiraju samo hitne vesti ili vesti sa terena, gde ne postoji mogućnost elektronskog slanja. Diktiraju se i kratke verzije sa bitnih događaja.

– *Vrsta i sadržaj informacije*. Prenos informacija najbrži je kada je tekst podeljen na fleševe i vesti. Zato se u slučajevima kada je vest izuzetno

važna ili hitna emituje najpre fleš a potom kratka verzija, da bi se kasnije emitovala i kompletna vest.<sup>25</sup>

b) *Vest mora da bude tačna i precizna.* Tačna – znači da ne sme sadržavati materijalne greške, a precizna – da mora sadržavati sve relevantne podatke i da korisnika ne sme ostavljati u nedoumici. Novinar mora proveriti svaki podatak naveden u vesti. Netačnosti u imenima, pojmovima, datumima ili bilo kojoj činjenici oduzimaju vesti kredibilitet i stvaraju zabunu u javnosti. Ako u vesti iz objektivnih razloga nedostaje neki bitan podatak ili detalj, jer, na primer, nije dostupan, to se u vesti mora navesti.

c) *Vest mora da bude iscrpna.* Onaj ko je čuje ili pročita ne sme da bude uskraćen za bitne podatke i da posle njenog čitanja ili slušanja ima pitanja na koja nije dobio odgovor. Zbog toga treba pribaviti objašnjenja ili podsećanja na sve događaje koji su elementi te vesti, čak i ako su se desili veoma davno. To je ono što se naziva bekgraund, to jest kontekst vesti. Ono što je za autora očigledno, korisniku odnosno čitaocu, gledaocu ili slušaocu nije uvek jasno; on može da se nalazi hiljadama kilometara daleko od mesta događaja i da o pozadini zbivanja bude sasvim neobavešten. Ili naprosto može da bude nedovoljno informisan pa možda i nedovoljno funkcionalno pismen.

d) *Navođenje lica i mesta.* Lica i mesta koja se navode u vesti treba uvek da budu identifikovana i treba precizirati najvažniju osobu u vesti. Izuzetak su slučajevi gde se zbog pravničke pretpostavke nevinosti ili zaštite maloletnika ili žrtve ne navode puna imena. Kada je reč o javnim ličnostima, u vesti je neophodno navesti puno ime, prezime, titulu, funkciju ili čin. Starost osoba se unosi u tekst<sup>26</sup>, a nacionalnost aktera vesti se navodi isključivo u slučaju kada je to od značaja, o čemu se po pravilu prosuđuje od slučaja do slučaja, ali uvek vodeći računa da se objavljivanjem takvog podatka ne sugerise odgovornost ili krivica.

e) *Pouzdanost.* Svaka vest, posebno ona u kojoj je izvor anonimna, odnosno poznat novinaru/redakciji, mora biti pouzdana. Ako sumnjamo u reči govornika, a ne možemo da ih proverimo, treba ih citirati i propa-

<sup>25</sup> Vrste vesti detaljno su obrađene u poglavlju o specifičnim agencijskim proizvodima.

<sup>26</sup> Godine života, a ne godina rođenja.

titi izrazom “kako tvrdi XY”, ili sličnim. Nije posao agencije da dokazuje da neko ne govori istinu, ali cilj novinara je da ponudi sve činjenice. Ako postoji kontradikcija, novinar treba da složi činjenice na način koji će omogućiti korisnicima da sami izvuku moguće zaključke (Priručnik NA Beta 2009). Ako ministar napravi lapsus i kaže da je budžet za ovu godinu 848 umesto 484 milijarde (podrazumeva se da od ranije znamo da je budžet 484 milijarde), u izveštaju ćemo napisati 484 milijarde. Ako, međutim, kaže da je, kada je on izabran, prosečna plata bila 100 evra, a mi znamo da je bila 400 evra, napisaćemo da on tvrdi da je bila 100 evra.

f) *Opšti principi.* Da bi nešto uopšte postalo vest, mora da zadovolji principe kao što su važnost, aktuelnost, i/ili ljudski interes<sup>27</sup> i/ili neobičnost<sup>28</sup>. Na primer, izbori za gradonačelnika nekog mesta u Brazilu nisu vest u Srbiji, ali je vest ako kandidati obilaze amazonska plemena koja žive na isti način kao i pre nekoliko vekova i agituju da se glasa za njih.

g) *Ekskluzivnost.* Ekskluzivna informacija je uvek posebna vrednost za medij koji je obelodanjuje. To važi i za agencijske vesti. Da bi vest bila ekskluzivna, potrebno je da se objavi pre nego što to učini neki drugi medij.<sup>29</sup> Pri tome treba voditi računa i o trenutku emitovanja ekskluzivne vesti. Naime, kako navode agencijski urednici, iskustvo pokazuje da je takvu vest bolje emitovati dovoljno rano da bude objavljena, ali i dovoljno kasno da konkurencija nema vremena da je, eventualno, emituje kao svoju.

h) *Izvor vesti.* Svaka agencijska vest mora da sadrži izvor.<sup>30</sup>

i) *Sažetost.* Vest treba da je maksimalno sažeta, bez ijedne suviše reči.

j) *Preglednost.* Vest mora da bude pregledna, razumljiva, pisana jednostavnim stilom, po principu: jedna rečenica, jedna misao, koja je napisa-

<sup>27</sup> Tema mora da bude poznata i zanimljiva potencijalnim korisnicima.

<sup>28</sup> Čak i ako je tema nepoznata, biće zanimljiva pošto je neobična.

<sup>29</sup> “Retkost, a naročito ekskluzivnost, podižu ugled novinaru, a tiraž listu, i slušanost-gledanost elektronskim medijima. Ipak, niko ne objavljuje ekskluzivnu vest po svaku cenu. Zato engleska novinarska izreka sažima profesionalno pravilo: *Budi prvi, ali budi u pravu.* Ekskluzivna vest, dakle, mora da bude istinita, (Đurić 2003: 53).

<sup>30</sup> Up. poglavlje o izvoru agencijske vesti.

na po pravilu u jednom pasusu. Zato agencijski novinar mora da piše samo ono što je jasno i što je on kao autor vesti razumeo, i to jednostavnim stilom.

*k) Jednostavnost* je takođe važan elemenat novinarske obrade vesti koji se najbolje iskazuje u njenoj konstrukciji. Najlakši način da se pripremi jednostavna vest jeste da se novinar (posle konferencije za novinare ili nakon što pročita saopštenje ili izjavu) zapita šta je tu vest i da u jednoj rečenici prepriča ono što je bitno. Ta rečenica, eventualno, podeljena u dva pasusa, pojačana citatom i “začinjena” neizbežnim bekgroundom, biće dobra vest.

*l) „Pravilo fioka”.* Izuzetno važan deo novinarskog posla, bez obzira na to da li je u pitanju agencijska vest ili druga forma informacije, jeste izbor iz mnoštva detalja na osnovu kojeg će se sastaviti tekst. Agencijska vest treba da bude napisana u obliku fioka, što znači da pasusi moraju da čine posebne celine koje se, po potrebi, mogu izbaciti a da se celokupni tekst bitno ne naruši.<sup>31</sup>

*m) Dužina pasusa.* Nijedan pasus ne sme da bude duži od pet redova. Ima izuzetaka, kada se, na primer, citiraju tekstovi, dokumenti ili nabrajaju elementi nekog sporazuma. To, međutim, ne važi i za glavu vesti (lid), koji na svaki način treba svesti na najviše četiri reda.

*n) Tekst ne sme da bude organizovan hronološki.* Hronološki način pisanja vesti je pogrešan i svojstven je početnicima koji su skloni da se fasciniraju sagovornikom. Oni na primer, mogu vest da započnu sa Predsednik Srbije Boris Tadić posetio je danas Novi Sad, jer su, usled treme i neiskustva, fascinirani posetom visokog gosta. Takav novinar propustiće možda Tadićevu izjavu u kojoj je on, recimo, najavio raspisivanje vanrednih parlamentarnih izbora u Srbiji.

*o) Pravilo “pro et contra”.* Novinarska obaveza, koja proizlazi i iz Kodeksa novinara Srbije, jeste da sasluša obe strane. U izuzetnim slučajevima – ako, na primer, neko optuži nekoga za nešto – vest može da se emituje bez reakcije druge strane samo ako onaj ko iznosi optužbu ima toliki autoritet da je to što govori samo po sebi vest. Odmah potom

---

<sup>31</sup> Up. poglavlje o pravilu (sistemu) fioka.

treba se obratiti i drugoj strani. Ako druga strana ne želi da reaguje ili je nedostupna, to treba navesti u tekstu: XY nije danas želeo da reaguje na navode (nije bio dostupan za komentar)...

*p) Novinarski talenat.* Iako napisana po svim navedenim pravilima, vest može da bude nedovoljno zanimljiva iako sadrži sve činjenice. Zato je pitanje novinarske veštine i talenta da, u okviru zadatog, vest učini zanimljivom i dinamičnom. Na primer, izveštaj sa suđenja može sadržati sve što se zahteva: biti tačan, precizan, blagovremen (brz), sažet, pregledan, sa dobrim lidom, ali suvoparan, jer je, na primer, izostavljena atmosfera koja je vladala u sudnici prilikom izricanja presude. Jedan mali detalj (“sudija je kinuo”, na primer) oživeće atmosferu, a korisnika će uveriti da je novinar zaista bio u sudnici i da je, pored atmosfere, verno preneo i sve činjenice.

### 3.1.3. Ostali žanrovi u agencijskom novinarstvu

U agencijskom novinarstvu vest i izveštaj jesu najzastupljeniji novinarski žanrovi, ali to ne znači da su i jedini. Kao oblik novinarskog izražavanja, veoma često se koristi i izjava a ređe kompleksniji žanrovi poput intervjua, reportaže i članka.

#### 3.1.3.1. *Agencijski intervjui*

Intervju<sup>32</sup> je takođe zastupljen u agencijskom novinarstvu kao žanr sa svojim tipičnim žanrovskim osobinama, ali i sa svojim podvrstama: izjavom, zatim konferencijama za novinare, okruglim stolovima, tribinama...

Primer 11:

Crnogorski premijer i lider vladajuće Demokratske partije socijalista (DPS) Milo Đukanović izjavio je danas da je “otvorena ponuda” njegove partije za stvaranje široke programske koalicije za izbore 29. marta koju bi činile i stranke opozicije.

---

<sup>32</sup> engl. Interview - razgovor, ispitivanje.

Dukanović u intervjuu agenciji Beta nije želeo da precizira ostaje li u politici posle martovskih izbora.

“Svi moji planovi, za sada, završavaju se sa 29. martom. Razmišljam o tome kako pobediti i mislim da imamo dobar plan. A o tome gde će se ko posle toga naći, razmišljaćemo posle pobeđe”, kazao je on.

Iz primera 11 jasno je da se agencijski intervju razlikuje od klasičnih intervjuova u novinama, na radiju i televiziji. Dok su klasični intervjuovi po pravilu grafički/audio/vizuelno zasnovani na principu *pitanje novinara-odgovor sagovornika*, agencijski intervju, kao konačni proizvod, takođe ima zadatak da odgovori na pravila po kojima se piše vest: počinje lidom a nastavlja se po principu obrnute piramide. Sam princip po kojem se agencijski intervju vodi, naravno, jednak je principu po kojem intervjuove vode i novinari štampanih i elektronskih medija. Razlika je jedino u formi u kojoj će intervju biti objavljen. I, naravno, razlika je u činjenici da agencijski novinar, kada pravi intervju, ostaje anonimn za široku publiku. To nije slučaj u ostalim vrstama medija. Naprotiv, pojedini novinari štampanih, elektronskih i internetskih medija stekli su lokalnu ili svetsku slavu upravo kao autori intervjuova.

Tabela 1.

Intervju	Agencija	Drugi mediji
Sličnosti	novinar-sagovornik	novinar-sagovornik
	funkcija:saopštavanje nečeg novog	funkcija saopštavanje nečeg novog
Razlike	forma: obrnuta piramida	forma: pitanje odgovor
	grafički izgled	grafički izgled
	emitovanje/objavljivanje: nekoliko vesti, audio i video isečak	emitovanje/objavljivanje: ceo intervju

Ali, glavna funkcija agencijskog intervjua jednaka je glavnoj funkciji intervjua uopšte: da nešto novo saopšti, i da to što saopšti – protumači, naravno, na način na koji to shvata intervjuisana ličnost (Leksikon novinarstva, 1979).

Podvrste intervjua, poput konferencija za novinare, okruglih stolova ili tribina, česta su i rutinska pojava u servisima agencijskih vesti:

Redizajnirani list *Borba*, koju je nadavno kupio novinar Ivan Radovanović, uskoro će se pojaviti na kioscima.

Radovanović je *na konferenciji za novinare* rekao da su u toku pregovori sa štamparijom i da od toga zavisi kada će izaći prvi broj, ali bi to trebalo da bude uskoro jer je redakcija spremna.

Šefica Kancelarije Vlade Crne Gore za polnu ravnopravnost Nada Drobnjak predložila je danas da se osnuje Alimentacioni fond za pomoć samohranim roditeljima.

*Na okruglom stolu* o nasilju u porodici u Podgorici, ona je rekla da bi samohrani roditelji imali pomoć tog fonda dok se sudskim putem ne obezbedi da i drugi roditelj izvršava svoje obaveze prema detetu, odnosno ne počne da isplaćuje alimentaciju.

Direktorka nevladine organizacije Dokumenta iz Zagreba Vesna Teršelić izjavila je danas da je u regionu bivše Jugoslavije potrebno uspostaviti Regionalnu komisiju za utvrđivanje činjenica o ratnim zločinima (REKOM).

Teršelićeva je *na tribini* u Puli povodom Međunarodnog dana ljudskih prava kazala da su suđenja za ratne zločine pred Haškim tribunalom kao i pred domaćim sudovima veoma dobrodošla, ali ne i dovoljna da bi proces suočavanja sa prošlosti bio uspešan.

Odabir važnih detalja koji su izrečeni na ovim događajima, naravno, vrši sam novinar izveštač, uz pomoć redakcije agencije, vodeći se principima aktuelnosti i važnosti određenih tema.

### 3.1.3.2. *Izjava*

Izjava je podvrsta intervjua i oblik novinarskog izražavanja u kojoj jedna, po pravilu značajna ličnost, u svoje ime ili u ime organizacije iznosi



javnosti mišljenje, stav ili sud o jednom pitanju, relevantnom za čitavo društvo ili za jednu socijalnu grupu. Izjava nosi u sebi neke karakteristike intervjua i zato pripada podgrupi takvog oblika novinarskog izražavanja, (Leksikon novinarstva, 1979.).

Po svojoj prirodi, izjava retko obelodanjuje novu činjenicu. Znatno su brojnije one izjave u kojima se jedna, već poznata činjenica bliže objašnjava, dublje tumači i društveno vrednuje. Ovakav oblik novinarskog izražavanja veoma je jednostavan i ne zahteva nikakvu posebnu konstrukciju, s obzirom na to da jezik traži samo poštovanje osnovnih normi novinarskog stila: kratkoću, jasnoću i preciznost.

S novinarskog stanovišta posmatrano, nešto može biti događaj i zato što je nešto rečeno i zato što je neko nešto rekao. Govoreći o tome ko je akter vesti, Bel kaže da je “idealni izvor vesti takođe i akter, neko čije su reči vest”, i dodaje da su upravo stoga političari tako česti učesnici u događaju, (Vasić, Alanović 2007: 152). Međutim, u stručnoj javnosti često se mogu čuti kritike da se novinarstvo u Srbiji zapravo pretvorilo u „izjavno novinarstvo“ i da se svelo na puko prenošenje izjava, u najvećoj meri političara. Pošto je izjava pseudodogađaj, njeno preterano prisustvo u agencijskom novinarstvu i u medijima uopšte kritičari često pripisuju novinarskoj „lenjosti“ i liniji manjeg otpora. A možda je u pitanju i jasan znak da je novinarstvo pod velikim pritiskom politike. U svakom slučaju, ova tema svakako zaslužuje zasebno dublje istraživanje, za šta u ovoj monografiji nemamo prostora.

Agencije se u svom svakodnevnom radu često oslanjaju na izjave. U sledećem primeru izjava sportiste aktuelna je za medije, jer je reč o fudbaleru čijom je zaslugom njegov klub priredio veliko iznenađenje i iz najprestižnijeg klupskog fudbalskog takmičenja “Liga šampiona” izbacio favorizovani i klub sa najviše trofeja u Evropi, „Real“ iz Madrida.

Primer 11:

Pjanić: Cilj „Liona“ je plasman u polufinale

Miralem Pjanić, strelac gola kojim je „Lion“ izbacio „Real Madrid“ iz Lige šampiona, rekao je danas da je cilj francuskog kluba plasman u polufinale najkvalitetnijeg evropskog takmičenja.

“Imamo veoma dobru i mladu ekipu. Sada moramo da se okrenemo važnoj prvenstvenoj utakmici sa „Sent Etjenom“. Nakon toga pažnju ponovo skrećemo

ka Ligi šampiona. Znam da neće biti lako, ali želimo plasman u polufinale”, izjavio je Pjanić za sajt Evropske fudbalske unije (UEFA).

Veoma često, agencije prenose izjave vodećih svetskih i domaćih političara.

#### Primer 12:

Gejts: Podrška Irana talibanima prilično ograničena

Ministar odbrane SAD Robert Gejts izjavio je danas u američkoj vojnoj bazi u jugoistočnoj Aziji da podrška Irana talibanima još uvek ne predstavlja veliki problem za Vašington.

Komentar neke društvene pojave, fenomena ili problema koji je od interesa za javnost agencije obezbeđuju kroz kombinovanje izjava više kompetentnih ličnosti, koje obično imaju različita stanovišta o datom pitanju. Agencije na taj način zadržavaju objektivnost kao jednu od svojih najvažnijih karakteristika a širokoj publici nude različita stanovišta o istoj pojavi, poštujući novinarski princip “pro et contra”.

#### Primer 13:

Priveden tvorac grupe na Fejsbuku koja kritikuje Sanadera

Hrvatska policija privela je na informativni razgovor Nikču Klečaka zbog toga što je na popularnom sajtu za druženje Fejsbuk (Facebook) kreirao grupu koja kritikuje politiku premijera Ive Sanadera.

Klečak (22) je na sajtu Fejsbuk kreirao grupu protiv Sanadera pod nazivom “Kladim se da ću da nađem 10.000 ljudi koji ne vole Sanadera”.

Policija je zbog toga privela Klečaka i ispitivala ga tri sata, a zaplenjen je i njegov lični kompjuter.

Hapšenje zbog stavova iznetih preko Fejsbuka pokrenulo je ozbiljnu debatu u hrvatskom javnom mnjenju o stanju ljudskih prava u zemlji.

Politički analitičar Jelena Lovrić ocenila je da hapšenje predstavlja primer zloupotrebe policije u političke svrhe, dok je vođa opozicione Socijaldemokratske

partije Zoran Milanović ocenio da akcija policije predstavlja ugrožavanje slobode izražavanja.

“Vlada ne može da utiče na internet, i to ih duboko plaši”, kazala je Lovrić.

Visoki policijski zvaničnik Krunoslav Borovec odbacio je kritike javnosti i saopštio da je policija postupila u skladu sa zakonom jer se na spornom sajtu pojavila fotomontaža Sanaderove slike u nacističkoj uniformi. Nacistički simboli su zabranjeni hrvatskim zakonom.

Grupa koju je u petak na Fejsbuku napravio Klečak za samo tri dana uspela je da okupi više od 6.200 članova, što je više nego što je bilo planirano.

Hrvatski premijer Sanader za sada nije komentarisao u javnosti sporni slučaj.

Nisu retki slučajevi ni kada u redakcije agencija stižu pisane izjave i saopštenja za javnost određenih ličnosti. U principu, svako može da da je izjavu za medije, ali samo pod jednim uslovom: da je ono što želi da kaže relevantno za jednu određenu društvenu grupu ili za društvo u celini. Konačnu odluku o tome koja će se od prispelih izjava ili saopštenja za javnost emitovati donosi redakcija agencije. Međutim, inicijativu treba, pre svega, da daju novinari: oni moraju da traže izjavu od poznatog državnika ili političara, naučnika ili umetnika (Leksikon novinarstva, 1979). Potom je potrebno u vesti naglasiti da je reč o izjavi koja je data samo za našu agenciju, čime se dodatno podiže kredibilitet novinske agencije:

#### Primer 14:

Saslušanje svedoka iz Amerike preko video linka u slučaju koji se vodi protiv studenta Miladina Kovačevića danas je odloženo za 15. januar 2009. godine.

Portparol Drugog opštinskog suda u Beogradu Marina Klarić Živković rekla je agenciji Beta da je saslušanje očevidaca tuče u bostonskom klubu tokom koje je Kovačević naneo teške povrede Brajanu Štajnhaueru odloženo zbog nedostatka procesnih pretpostavki.

Ono što je posebna karakteristika agencijskog načina uređivanja izjave jeste da se ona, kao i svi ostali žanrovi, uređuje po istim principima po kojima se uređuje i vest: počinje lidom, a nastavlja se po principu obrnute piramide.

### 3.1.3.3. Agencijski članak i reportaža

Članak se definiše kao oblik novinarskog izražavanja u kojem se svestranom analizom sadržine objašnjava jedna aktuelna pojava ili događaj, pri čemu se koriste dokazane činjenice da bi se protumačila ta pojava ili taj događaj. Članak ne reaguje brzo i hitno, nije dakle strogo aktuelan, iako mora, kao i svaki drugi novinarski proizvod, da bude vezan za sadašnjost, u širem smislu te reči. On je tematski širok, dublje ulazi u pojave i zbivanja, analizira ih sa svih strana. Dužina članka odstupa od novinarskog principa kratkoće; on može da bude dug onoliko koliko je neophodno da se sve detaljno objasni i utvrdi (Leksikon novinarstva, 1979.).

Reportaža<sup>33</sup> je oblik novinarskog izražavanja koji je za mnoge najviši domet u ovoj profesiji. Reportaža je i svedočanstvo, i dokument, i lepa reč, i otkrivanje ljudskih sudbina, i poniranje u socijalne drame, i istraživanje njihovih uzroka – štampana ili izgovorena slika čoveka, događaja ili pojave; istinita slika stvarnosti, jedan njen detalj, isečak života. Vrhunsko ostvarenje u reportaži ostaje kao trajna vrednost ljudskog duha, ne umire kao vodeni cvet sa sledećom emisijom radija ili televizije, ili sa sledećim izdanjem lista. Kao i svaki drugi oblik novinarskog izražavanja, i reportaža mora da poštuje osnovne principe: novost, aktuelnost, istinitost, važnost ili zanimljivost. Ono što je odvaja od ostalih formi novinarskog izražavanja je specifičan način oblikovanja, posebna kompozicija, stil koji se ne drži strogo jezičkih normi novinarstva (Leksikon novinarstva, 1979.).

U posmatranom korpusu agencijskih proizvoda, članak i reportaža se pojavljuju pod nazivom „servis članaka“. U tom specijalizovanom servisu agencijski novinar izlazi iz svoje „anonimnosti“ i postaje autor sa imenom i prezimenom.

Primer 15 (agencijski članak):

BETA-SERVIS ČLANAKA

Krakov: Rupe na prodaju

Daša Pavlović,

dopisnica Bete

---

<sup>33</sup> engl. 'report' – 'izveštaj', prikaz', 'javiti'.

KRAKOV, 11. marta 2010 – Besparica i švajcarski sir od rupa koje je žestoka zima ostavila na poljskim ulicama i putevima navele su Krakov na jugu Poljske da počne da prodaje građanima rupe na ulicama i tako pribavi sredstva za pravku saobraćajnica.

Iako je vest da jedan grad u Nemačkoj već godinama prodaje svoje rupe za 50 evra u poljskim medijima izazvala pre osmeh kao bizarna zanimljivost, u Krakovu su se već, prvog dana programa, javili kupci rupa.

Vlasti u Krakovu zamislile su sistem u kojem se “prosečni gospodin Jan Kovalski” prijavi za kupovinu konkretne rupe, posle čega putari procene trošak krpjenja ulice, vlasnik plati, a kod mesta gde je bila rupa, postavi se tabla s imenom vlasnika.

Ako novi vlasnik bivše rupe želi da se pročuje i šire, svota koju je uplatio i njegovo ime naći će se na posebnom sajtu na internetu koji su otvorile vlasti Krakova.

“Već danima mi se žale na dve rupe blizu mog obdaništa. Dogovorio sam se da mi procene njihovu vrednost. Ne treba mi spomen ploča, dovoljno mi je da mogu da se pohvalim pred roditeljima dece da sam dao da se poprave”, kazao je za današnju *Gazetu* vitorču jedan od prvih kupaca, vlasnik obdaništa u jednom od krakovskih naselja Marek Šuba.

Nisu, međutim, svi u Krakovu oduševljeni tom idejom, a mnogi upozoravaju da grad dobija novac od njihovog poreza, pa nema potrebe da daju dodatne poklone.

Muku s rupama na kolovozima muči, posle ove surove i duge zime, cela srednja Evropa, a zima je sada nemilosrdno otkrila koliko se “ošljariło” u vreme komunista, jer su u najgorem stanju putevi iz šezdesetih i sedamdesetih godina kada se štedelo i na asfaltu i na njegovom kvalitetu i na uloženom trudu radnika.

Poljski vozači žale se da vožnja po drumovima posle topljenja snega podseća pre na ruski rulet, a spremno su se uključili u akciju ovdašnjih medija da pošalju fotografije najgorih rupa u svom gradu.

Lokalne samouprave u susednoj Češkoj već su ispraznile svoje budžete za čišćenje ulica i puteva od snega, pa im nije ostalo za remont puteva.

Ministar saobraćaja Gustav Slamečka procenio je da će saniranje posledica zime koštati državu 153 miliona evra, što je više od budžeta u te svrhe za celu godinu.

(Kraj) dpp/aza/san/dar

#### Primer 16 (agencijska reportaža):

BETA-SERVIS ČLANAKA

Loznica: Baščeluci pet meseci posle

Tomislav Živanović, dopisnik *Bete* iz Loznice

LOZNICA, 2. decembra 2008 – U lozničkoj mesnoj zajednici Baščeluci, koja je letos mesec i po dana bila u žiži javnosti zbog šest puta ponovljenih lokalnih izbora, sada je mirno.

Političari više ne navraćaju, ali meštani ističu da su zadovoljni što su se izbori ponavljali baš u njihovom naselju, jer je tokom te izborne kampanje urađeno više nego za prethodnih 30 godina.

Asfaltirano je oko šest kilometara ulica u naselju, postavljeno 50 betonskih bandera za niskonaponsku elektro mrežu, popravljeno ulično osvetljenje i lokalno igralište.

Svesni da im se takva prilika u dogledno vreme ne može ponoviti, meštani su zadovoljno trljali ruke zbog svega što su im tih dana i noći gradila tada dva suprostavljena politička tabora.

U ovom naselju sa oko 350 kuća i 1.100 stanovnika ima, međutim, i onih koji podsećaju da nije urađeno sve što je obećano.

Nisu zamenjene sve drvene bandere iako pored nekih i sada leže betonski stubovi, a stari asfalt i dalje se nalazi ispred kuće najpoznatije meštanke Jelene Vasić.

Odluka o budućoj vlasti u Loznici donosena je u suterenu Jelenine kuće, gde se u nedostatku adekvatnog prostora, već šest godina obavlja glasanje.

Jelena danas kaže da joj je u prvo vreme sve to bilo zanimljivo, jer je upoznala mnoge ljude, posebno novinare, koji su je stalno zvali.

Priznaje ipak da joj je vremenom postalo naporno pripremanje i raspremanje prostorije uz svako novo glasanje.

Ona sama glasala je prva tri puta, da bi potom apstinirala jer se ispostavilo da je u biračkom spisku upisana pod imenom Jela.

Posle svega, pored njene kuće ostalo je stotinak metara starog asfaltnog puta, zato što u vreme izborne kampanje nije smelo ništa da se asfaltira ispred glasačkog mesta.

U međuvremenu, niko od političara se nije setio da obezbedi sredstva za presvlačenje asfaltom te deonice, pa je Jelena, kako u šali kaže, “ostala u prašini”.

Izbori su trajali od 11. maja do 28. juna, a izjašnjavanje glasača Baščeluka odlučivalo je o 26. neraspoređenom odborničkom mandatu, u gradskoj skupštini koja ima 51 odbornika.

Na jednoj strani bili su G17 plus, koalicija DS–Liberalno-demokratska partija–Srpski pokret obnove–Sandžačka demokratska partije i koalicija Socijalistička partija Srbije–Partija ujedinjenih penzionera Srbije.

Drugi blok su činili Srpska radikalna stranka (SRS), DSS, Nova Srbija i grupa građana Pokret za Loznicu.

Ispostavilo se, međutim, da šesto glasanje na Vidovdan nije bilo ni potrebno, jer je političkom kombinatorikom stvorena nova skupštinska većina i bez tog, do tada toliko važnog mandata.

Aktuelnu vlast u Loznici čini blok okupljen oko G17 plus uz DSS i GG Pokret za Loznicu iz drugog, nekada suparničkog tabora.

(Kraj) tzz/rpe/per

Kao što se iz primera vidi, agencijski članak i reportaža slobodnije su forme novinarskog izražavanja u poređenju sa “krutim” načinom izražavanja u vesti i u izveštaju

Ali, iz gornjeg primera jasno je da se i agencijski članak slaže po principima vesti: od lida, preko obrnute piramide. Ono što i inače članak odvađa od ostalih novinarskih žanrova, vredi i u agencijskom novinarstvu:

- ne javlja se kao reakcija na tačno određenu pojavu, već na one pojave i zbivanja koji žive u društvu;
- ne reaguje brzo, hitno, nije obavezno aktuelan;
- tematski je širi, dublje ulazi u pojave i zbivanja, objašnjava ih i analizira sa svih strana (Leksikon novinarstva, 1979).

### 3.1.4. Specifični agencijski proizvodi

Agencija korisnicima nudi i posebne proizvode, koji su karakteristični pre svega za novinske agencije, ne i za ostale medije. Ti proizvodi su namenjeni, kao i sve ostalo, pre svega medijima.

#### 3.1.4.1. Najava događaja

Dnevna najava događaja jedan je od važnih elemenata za svaku agenciju. Novinska agencija *Beta* svoje najave emituje tri puta dnevno – prvi put oko 16 sati (za sledeći dan), zatim oko 21 sat i treći put u 8 sati narednog dana, za kada se događaji i najavljuju.<sup>34</sup> Svaki put u najavu se uvrstavaju događaji za koje je agencija u međuvremenu dobila obaveštenja. Svaka novinska agencija ima u svojoj ponudi najave događaja, koje se unekoliko razlikuju pre svega u formi, ali ne i u suštini.<sup>35</sup>

Po pravilu, najava se emituje sa slagom *Beta-Najava* i naslovom: *Za sredu, 10. marta 2008. godine.*

Događaji koji se najavljuju u agenciji *Beta* se najavljuju po sledećem redosledu: događaji u svetu za taj dan, zatim događaji u regionu (Crna Gora, Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina), Makedonija, Rumunija, Bugarska, Grčka, Albanija, Turska), a zatim događaji u Srbiji, događaji iz kulture, sporta, servis članaka za taj dan i ostali događaji.

Najava događaja se u agenciji *Beta* pravi hronološki, a ne po gradovima. Važne “tekuće situacije” i drugi događaji za koje nije precizirano

<sup>34</sup> Najava događaja je uobičajeni proizvod za sve novinske agencije. Razlika je samo u tome koliko najava događaja i u kojim terminima pojedina agencija emituje. To je stvar uredničke politike.

<sup>35</sup> U Prilozima na kraju rada ponuđen je primer Najave događaja hrvatske agencije *HINA*. Iz primera je jasno da *HINA* daje kao odvojene proizvode najave iz različitih oblasti (svet, fotografije, sport, ekonomija, Hrvatska...), dok je u *Beti* sve to objedinjeno u jedan proizvod.



tačno vreme kada će se desiti (na primer, očekuje se da neko saopšti nešto) idu na početak segmenta<sup>36</sup> u koji se ubrajaju.

Opšta forma najave je:

Primer 17:

MESTO – U (vreme), u sali/stranačkim prostorijama (adresa) konferencija za novinare (ime onog ko će govoriti) na kojoj će govoriti o (tema).

Primer 18:

BEOGRAD - U 11.00, u maloj sali Doma Narodne skupštine, Poslanički klub Demokratske stranke o rešavanju problema nasilja nad ženama u porodici.

Postoji više vrsta najava:

BETA-NAJAVA: dnevna najava događaja za taj dan

BETA-NAJAVA-AUDIO: dnevna najava audio priloga koje će *Beta* emitovati toga dana

BETA-NAJAVA-FOTO: dnevna najava fotografija koje će agencija *Beta* emitovati toga dana, bilo da je reč o fotografijama *Betinih* fotoreportera ili o fotografijama fotoreprtera svetskih novinskih agencija s kojima agencija ima uspostavljenu razmenu.

BETA-NAJAVA-VIDEO: dnevna najava video priloga koje će agencija emitovati tokom dana

BETA-NEDELJNA NAJAVA: najava događaja za sedmicu koja sledi

BETA-NAJAVA-DOPUNA: proširena verzija najave, kada nakon emitovanja jutarnje najave tokom dana stigne još neka važna najava događaja

BETA-NAJAVA-I S P R A V K A: kada agencija napravi grešku u najavi događaja

BETA-NAJAVA-IZMENA: kada institucija/stranka napravi grešku ili se predomisli pa otkáže neki događaj

U sledećem primeru ilustrovaćemo, u skraćenoj verziji, kako izgleda jedna najava događaja u agenciji *Beta*:

---

<sup>36</sup> Segmenti su: Svet, Region, Srbija...

## Primer 19:

BETA-NAJAVA (u 8 sati)  
Za sredu, 10. marta 2010. godine

Svet

JERUSALIM/RAMALA – Potpredsednik SAD Džozef Bajden u nastavku posete Bliskom istoku sastaje se s palestinskim predsednikom Mahmudom Abasom.

Region

PODGORICA – Premijer Crne Gore Milo Đukanović odgovaraće u Skupštini na pitanja poslaničkih klubova.

Srbija

KOPAONIK – U 9.30 u hotelu “Grand” drugi dan ekonomskog skupa na Kopaoniku o izlasku Srbije iz ekonomske krize. Najavljeno je učešće potpredsednika Vlade Srbije Božidara Đelića, ministra ekonomije Mladana Dinkića i šefa Kancelarije Svetske banke u Srbiji Sajmona Greja.

Kultura i zabava

BEOGRAD – U 12.00 u restoranu “Kalemegdanska terasa” konferencija za novinare glumca Ralfa Fajnsa (Ralph Fiennes), Gabrijele Tana (Gabriella Tana), Kolina Vejnsa (Colin Vaines) i glumca Dragana Mićanovića i Slavka Štimca povodom početka snimanja filma “Koriolan” u Srbiji.

Sport

Fudbal:

– Igraju se revanš utakmice osmine finala Lige šampiona (mečevi počinju u 20.45)

Real Madrid - Olimpik Lion

Mančester junajted – Milan

Ostalo

BEOGRAD – U 10.00 u hotelu “Palas” (Topličin venac 23) seminar “Japanski proizvodni menadžment” o smanjenju troškova poslovanja i poboljšanju kvaliteta bez velikih investicija. Najavljeno je prisustvo predstavnika Ambasade Japana i Japanske agencije za međunarodnu saradnju.

Najava kao specifični agencijski proizvod kojeg nema u drugim vrstama medija, namenjen je korisnicima agencijskog servisa, a pre svega medijima, da bi znali koje događaje će agencija pratiti, kako bi mogli da “štede novinare” iz svoje redakcije i upute ih na neke druge zadatke, s obzirom na to da će agencija svakako emitovati vesti, audio i video priloge koje je najavila.

Svaka najava završava se informacijama o tome ko je toga dana od dežurnih urednika odgovoran za agencijski servis vesti, kao i informacijama o brojevima telefona Novinske agencije Beta na koje korisnici mogu da se obrate u slučaju određenih nejasnoća.

#### 3.1.4.2. *Najavna vest*

Treba praviti razliku između najave i najavne vesti. Najavna vest se piše kada su u pitanju važni događaji, kao što su zasedanja skupštine, vlade, izbori, okrugli stolovi, partijske konvencije:

Primer 20:

Izvestilac Evropskog parlamenta Jelko Kacin u poseti Srbiji

Izvestilac Evropskog parlamenta za Srbiju Jelko Kacin počinje danas trodnevnu posetu Beogradu tokom koje će se sastati sa zvaničnicima Srbije, rečeno je Beti u Ambasadi Slovenije.

Jelko Kacin će se danas odvojeno sastati sa predsednicom Skupštine Srbije Slavicom Đukić-Dejanović i predsednikom Odbora za evropske integracije Laslom Vargom sa kojima će razgovarati o evropskim integracijama.

Izvestilac EP će u sredu i četvrtak razgovarati sa predstavnicima Vlade Srbije, parlamenta, guvernerom Narodne banke, predstavnicima pravosuđa i nevladinog sektora.

Najavna vest se može emitovati dva ili tri dana ranije, zatim dan ranije, ili se može plasirati rano ujutro – na dan događaja – kao kratka najavna vest za elektronske medije.

### 3.1.4.3. Dokumentacija

Veoma je značajna uloga rubrike koja se zove Dokumentacija. Ona priprema mnoštvo materijala koji se uglavnom koristi za bekgraunde. Redakcija sa dobrom i sređenom dokumentacijom uvek je u prednosti, (Leksikon novinarstva, 1979), zbog čega je dokumentacija prava “riznica” podataka za svaku agenciju.<sup>37</sup>

U slučaju agencije Beta, svakodnevni zadatak rubrike za dokumentaciju je da rano ujutro, na samom početku dnevne emisije vesti, emituje Kalendar događaja, koji se unapred priprema u dokumentaciji, što rade i druge novinske agencije:

Primer 21:

BETA-KALENDAR  
Na današnji dan - 14. mart

BEOGRAD, 11. marta 2010. (*Beta*) -

1489 – Kraljica Kipra Katarina Kornaro (Catherine Cornaro), poslednja vladarka iz dinastije Lizinjan (Lusignan), ustupila je svoju kraljevinu Mletačkoj Republici.

1558 – Nemački car Ferdinand I uzeo je titulu svetog rimskog cara bez uobičajenog papinog krunisanja.

1804 – Rođen je austrijski kompozitor Johan Štraus Stariji (Johann Strauß), koji je bečkom vlaceru dao klasični oblik i znatno doprineo njegovoj popularnosti. Komponovao je više od 150 valcera, od kojih je najpoznatiji “Lorelaj-

---

<sup>37</sup> Postojanje redakcije za dokumentaciju standard je svake novinske agencije.

Zvuci Rajne”, veliki broj marševa, među kojima i čuveni “Marš Radecki”, polke, kadrile.

1820 – Rođen je Vitorio Emanuele II (Vittorio), poslednji sardinski kralj (od 1849) i prvi kralj ujedinjene Italije od 1861. do smrti 1878. Popularni “padre della patria”, Vitorio Emanuele II inaugurisao je parlamentarnu vladavinu u Italiji.

1864 – Engleski istraživač Samjuel Bejker (Samuel Baker) otkrio je drugi izvor reke Nil u istočnoj Africi i nazvao ga Albertovo jezero...

Za razliku od većine agencijskih proizvoda, kao što se vidi iz prethodnog primera, u “kalendaru” događaji se ne slažu po važnosti nego isključivo hronološki.

Redakcija za dokumentaciju ima zadatak i da emituje posebne vesti koje se tiču značajnih godišnjica.

Primer 22:

#### ZEM-ĐINĐIĆ-GODIŠNJICA

Sutra sedam godina od ubistva Zorana Đinđića

BEOGRAD, 11. marta 2010. (*Beta*) – U petak se navršava sedam godina od ubistva premijera Srbije i lidera Demokratske stranke (DS) Zorana Đinđića, koji je ubijen ispred sedišta Vlade Srbije 12. marta 2003. godine.

Đinđić je bio prvi premijer Srbije posle pada režima Slobodana Miloševića 2000. godine i dolaska na vlast Demokratske opozicije Srbije (DOS). Vlada na čijem je čelu bio izabrana je 25. januara 2001. godine.

Za vreme njegovog mandata pokrenut je proces demokratizacije društva i korenitih ekonomskih i socijalnih reformi u Srbiji.

Prema oceni zapadnih diplomata, Đinđić je doprineo izgradnji dobrih odnosa sa svim zapadnim zemljama, posebno sa SAD, nakon perioda višegodišnje nestabilnosti.

Đinđićeva vlada se snažno zalagala za saradnju s Haškim tribunalom za ratne zločine, i za vreme te vlade uhapšeno je nekoliko haških optuženika, među kojima je i bivši predsednik Srbije i SRJ Slobodan Milošević...

Ova redakcija zadužena je i za brzu reakciju kada su u pitanju hitne i važne vesti, koje je što pre potrebno nadopuniti odgovarajućom pozadinom (background).

Primer 23:

ZEM-BEOGRAD-PATRIJARH

Preminuo patrijarh Pavle

BEOGRAD, 15. novembra 2009 (*Beta*) - Patrijarh srpski Pavle preminuo je u nedelju, potvrđeno je agenciji Beta.

Patrijarh je preminuo u 10.45. Smrt patrijarha potvrdio je mitropolit Amfilohije. Radio televizija Srbije objavila je snimak mitropolita, koji je uplakan, na svečanosti polaganja kamena temeljca, obavestio vernike da je upravo saznao da se “upokojio patrijarh”.

Patrijarh Pavle (95) bio je na Vojno-medicinskoj akademiji na lečenju od 13. novembra 2007. godine.

Nakon ovako emitovane vesti, zadatak rubrike za dokumentaciju je da pripremi patrijarhovu biografiju. Pravilo je da ta rubrika već ima pripremljene biografije značajnih ličnosti iz društvenog života. To pravilo naročito važi onda kada se, kao u slučaju patrijarha, očekuje smrt ili kada se, recimo u slučaju izbora za novog predsednika, očekuje izbor jednog od dvojice kandidata.

Primer 24:

ZEM-PATRIJARH-BIOGRAFIJA

Biografija pokojnog patrijarha Pavla

BEOGRAD, 15. novembra 2009. (*Beta*) – Patrijarh srpski Pavle preminuo je danas u Beogradu.

Patrijarh Pavle (svetovno ime Gojko Stojčević) rođen je 11. septembra 1914. godine u selu Kućanci kod Donjeg Miholjca u Slavoniji. U tom mestu je završio osnovnu školu. Nižu gimnaziju završio je u Tuzli, višu gimnaziju i šestorazrednu Bogosloviju u Sarajevu, a Bogoslovski fakultet u Beogradu. Dve godine je studirao medicinu u Beogradu.

Pre odlaska u gimnaziju proveo je jedno vreme na pripremama za školu u manastiru Orahovica. Drugi svetski rat zatekao ga je u rodnoj Slavoniji, odakle je prebegao u Beograd, gde je, da bi se mogao izdržavati, radio fizičke poslove na građevinama i na dokovima. U proleće 1942. njegov školski drug jeromonah Jelisej odveo ga je u manastir Svete trojice u Ovčaru, a od 1944. radio kao veroučitelj i vaspitač u Banji Koviljači, u domu za decu izbeglu iz Bosne...

## Primer 25:

### ZEM-TADIĆ-BIOGRAFIJA <sup>38</sup>

#### Biografija novog predsednika Srbije

BEOGRAD, 28. juna 2004. (*Beta*) – Predsednik Demokratske stranke Boris Tadić<sup>39</sup> izabran je danas, prema Cesidovoj nezvaničnoj proceni rezultata izbora, za predsednika Srbije.

Tadić je rođen 15. januara 1958. u Sarajevu. U Beogradu je završio gimnaziju, diplomirao kliničku psihologiju na Filozofskom fakultetu i magistrirao na temu "Subverzivnost u segmentu seksualnosti".

U mladosti je radio kao kolporter, zatim je bio novinar na *Radio Indeksu 202*, psiholog u bolnici "Laza Lazarević", profesor psihologije u Prvoj beogradskoj gimnaziji i istraživač u beogradskom Institutu za psihologiju. Centar za razvoj demokratije i političke veštine osnovao je 1997. i bio njegov prvi direktor. Politikom se bavi od studentskih dana kada je učestvovao u formiranju polulegalnog Otvorenog univerziteta i u nizu opozicionih aktivnosti, zbog čega je bio hapšen osamdesetih godina...

Drugim rečima, uloga rubrike za dokumentaciju je da pripremi beograunde za sve važne događaje. Ukoliko je u pitanju veliki zemljotres, iz

---

<sup>38</sup> U knjizi se nalazi relativno veliki broj primera u kojima se na različite načine spominje aktuelni predsednik Srbije Boris Tadić. Ovo je posledica želje da istaknemo činjenicu da važni političari, a naročito njihove izjave, zauzimaju znatan deo medijskog prostora u Srbiji. Kritičari ovakvog načina izveštavanja navode da je reč o „izjavnom novinarstvu“ i podsećaju da je izjava zapravo pseudo-događaj

<sup>39</sup> Kao što će čitaocima upasti u oči, u primerima koji su ponuđeni u knjizi većina protagonista vesti su muškarci, što je još jedan dokaz za tezu da je kod nas izveštavanje maskularizirano, odnosno da je veoma uočljiv disbalans između prisustva žena i mušaraca u medijima. (videti tekst Dubravke Valić -Nedeljković: Rodna perspektiva izvora informacija u vodećoj dnevnoj štampi u Srbiji, Novi Sad, 2011).

dokumentacije će stići pripremljena vest o, na primer, velikim potresima u istoriji civilizacije. Ukoliko su u pitanju parlamentarni izbori u Srbiji, iz dokumentacije će stići sređen pregled dosadašnjih izbora, sa glavnim rezultatima i najzanimljivijim detaljima...

#### 3.1.4.4. *Poruka korisnicima*

Ovaj agencijski proizvod koristi se u slučajevima kada agencija ima važnu poruku za medije.

Poruka korisnicima, sa slagom *PORUKA korisnicima*, emituje se kao najava serije tekstova, intervjuja i članka ili kao obaveštenje da se završava agencijska emisija vesti za taj dan:

Primer 26:

PORUKA  
korisnicima

Agencija Beta uskoro će emitovati intervju sa predsednikom Rusije Dmitrijem Medvedevim. Medvedev u intervjuu govori o odnosima Srbije i Rusije, rešavanju statusa Kosova...

(Kraj) aut/urd

PORUKA  
korisnicima

Na sajt agencije Beta "Čiste ruke" ([www.korupcija.org](http://www.korupcija.org)) danas je postavljen tekst o tome i tome.

(Kraj) aut/urd

#### 3.1.4.5. *Vest pod embargom*

Vest pod embargom koristi se u slučajevima kada agencija korisnicima nudi neku vest, izjavu ili intervju s kojom se iz opravdanih razloga mora



sačekati sa objavljivanjem. Vest pod embargom se najčešće koristi u slučaju kada se izveštava o izborima u Srbiji, zbog poštovanja pravila izborne tišine. Ta pravila nalažu da se ne mogu emitovati izjave političara dok god su otvorena izborna mesta (kod nas od 7 do 20 sati). Agencijski novinari, međutim, sa terena šalju izjave glavnih protagonista izbora, a agencija te vesti emituje odmah, s tim što slag u tim slučajevima izgleda ovako:

#### ZEM-IZBORI-DS (EMBARGO DO 20.00 SATI)

Drugim rečima, medijima je “zabranjeno” da emituju ove agencijske vesti do 20.00 sati. U čemu je onda svrha emitovanja vesti na agencijskom servisu, ukoliko ne mogu da budu emitovane i objavljene u drugim medijima? Odgovor je vrlo jednostavan: agencije na taj način omogućuju štampanim medijima da pripreme sutrašnje izdanje, a elektronskim medijima da pripreme informativne emisije koje će uslediti nakon zatvaranja izbornih mesta i prestanka važenja pravila o izbornoj tišini.

Embargo može da se koristi i u slučajevima kada agencija dođe u posed važnog govora važnog političara, koji će on izložiti pred određenom važnom institucijom (domaćim parlamentom, Evropskim parlamentom, Ujedinjenim nacijama...)

Primer 27:

#### SVT-UN-JEREMIĆ (EMBARGO DO 18.00 SATI)

Jeremić: Srbija nikada neće priznati nezavisnost Kosova

UJEDINJENE NACIJE, 3. marta 2010. (*Beta*) – Ministar spoljnih poslova Srbije Vuk Jeremić izjavio je danas na zasedanju Generalne skupštine Ujedinjenih Nacija u Njujorku da Srbija nikada neće priznati nezavisnost Kosova...

Kao i u prethodnom primeru koji se ticao izbora, i u ovom slučaju agencija emituje izjavu ranije, uz oznaku “embargo”, kako bi mediji mogli da pripreme izdanja i emisije.

#### 3.1.4.6. *Fleš vest*

Fleš je najkraća forma vesti koja u slagu ima i četvrtu reč: HITNO. Emituje se kada je nešto izuzetno hitno i važno.

Primer 28:

ZEM-BEOGRAD-PATRIJARH-HITNO

Preminuo patrijarh Pavle

BEOGRAD, 15. novembra 2009. (Beta) – Patrijarh srpski Pavle preminuo je u nedelju, potvrđeno je agenciji Beta.

(Kraj)

Fleš je dakle vest koja sadrži samo veoma kratak lid, u kojem se saopštava veoma važna informacija. Fleš je po pravilu ekskluzivna informacija do koje agencija dolazi prva ili se barem trudi da je prva emituje.

#### 3.1.4.7. *Vesti u nizu i pregled dešavanja*

Vesti u nizu povezane su sa fleš veću jer prate događaj od početka do kraja, izveštavajući pri tom o svakoj značajnijoj promeni. Najčešće su u pitanju vesti o nesrećama (pad aviona, zemljotres...) ratovima, atentatima, političkim krizama, smrtima važnih ličnosti... Svaka vest u nizu predstavlja celinu za sebe i kompletnu vest. Vesti u nizu su povezane ključnom činjenicom koja ih spaja – od prve do poslednje.

U slučaju našeg prethodnog primera o smrti patrijarha Pavla, sledeća vest, koja više ne bi bila fleš, ne bi više u slagu nosila oznaku HITNO:

Sledeća vest o smrti patrijarha bi glasila ovako:

Primer 29:

ZEM-BEOGRAD-PATRIJARH (KRAĆA VERZIJA)

Preminuo patrijarh Pavle

BEOGRAD, 15. novembra 2009. (Beta) - Patrijarh srpski Pavle preminuo je u nedelju, potvrdio je mitropolit Amfilohije.

Radio-televizija Srbije objavila je snimak mitropolita, koji je uplakan, na svečanosti polaganja kamena temeljca, obavestio vernike da je upravo saznao da se “upokojio patrijarh”.

Patrijarh je preminuo u 10.45.

Patrijarh Pavle (95) bio je na Vojno-medicinskoj akademiji na lečenju od 13. novembra 2007. godine.

(Kraj)

A sledeća bi bila dopunjena, na primer, nekim novim informacijama i delovima iz biografije pokojnika:

#### ZEM-BEOGRAD-PATRIJARH (DUŽA VERZIJA)

Kao što vidimo iz gornjih primera, kraća i duža verzija koristi se u agencijskom novinarstvu isključivo kada je reč o, na primer, nekom važnom događaju ili važnoj izjavi važnog pojedinca. Drugim rečima, kada agencija proceni da je u interesu korisnika da ih što pre snabde informacijom, jer je procenjeno da je reč o važnoj vesti.

Više vesti na istu temu koje stižu u kontinuitetu mogu da imaju i dopunjenu verziju, koja se u slagu označava slično kao i kraća i duža verzija vesti.

#### ZEM-BEOGRAD-PATRIJARH (DOPUNJENA VERZIJA)

Nakon ovako važnih događaja, poput smrti patrijarha, obično potom slede reakcije javnih ličnosti:

#### ZEM-PATRIJARH-REAGOVANJA

Tadić: Nenadoknativ gubitak za Srbe i SPC

BEOGRAD, 15. novembra 2009. (Beta) – Predsednik Srbije Boris Tadić izjavio je...

U trenutku kada smo počeli da emitujemo reagovanja na patrijarhovu smrt, počeli smo zapravo da pišemo vesti u nizu. A ona osnovna informacija, da je patrijarh umro, u vestima u nizu će iz lida preći u bekground.

Ista pravila važe i kada, na primer, emitujemo vest o nekom velikom zemljotresu: prvo se emituje fleš verzija, zatim kratke verzije osnovne vesti, a potom duže vesti sa više podataka koji pristižu od izveštača sa terena, drugih medija i agencija. I u ovom slučaju, ona osnovna vest o tome

da je, na primer, Haiti pogodio razoran zemljotres u toliko i toliko sati, od lida postaje bekground tokom pisanja vesti u nizu.

Na kraju ovako važnog i/ili dugotrajnog događaja, o kojem je agencija emitovala više vesti, uobičajeno da se emituje pregled u kome će se sažeto preneti najvažniji detalji tog događaja. Slag će u tom slučaju biti:

ZEM-SRBIJA-PATRIJARH (PREGLED)

SVT-HAITI-ZEMLJOTRES (PREGLED)

#### 3.1.4.8. *Ispravka vesti*

Ispravka je svakako “najnepopularniji” agencijski proizvod, koji se veoma nerado emituje. Kao što joj i ime kaže, ispravka se emituje u slučajevima kada je agencija napravila materijalnu grešku u određenoj vesti. U tom slučaju, iznad slaga vesti po pravilu stoji:

PAŽNJA-I S P R A V K A

Potom slede slag i naslov, kao i dvostrukom crtom podvučena napomena na kojem mestu je agencija pogrešila. Posle toga sledi ispravljena verzija vesti:

Primer 30:

ZEM-SRBIJA-PTIČJI GRIP

Milosavljević: U Srbiji nema ptičijeg gripa

Emitujemo vest sa ispravkom u naslovu, gde treba da stoji Milosavljević umesto Milovanović i drugom pasusu, gde treba da stoji 3.500 umesto 350. Moli-mo da koristite ispravljenu verziju

---

BEOGRAD, 12. oktobra 2005. (Beta) - Ministar zdravlja Srbije Tomica Milosavljević izjavio je danas da u Srbiji nije registrovan nijedan slučaj ptičjeg gripa.

Na konferenciji za novinare u Vladi Srbije, Milosavljević je rekao da je u poslednjih 10 dana pregledano 3.500 uginulih ptica i da nijedna nije bila zaražena virusom koji izaziva ptičji grip...

“Što manje ispravki, to bolja agencija, i obratno”, opšte je prihvaćeni stav među urednicima u novinskim agencijama.

#### 3.1.4.9. Pregled vesti

Pregled vesti takođe je specifičan agencijski proizvod, u koji se svrstavaju najvažnije vesti iz Srbije, regiona i sveta, kako političke, tako i one iz ekonomije, sporta, kulture... Vesti koje su svrstane u Pregled imaju samo jedan pasus, po pravilu ne duži od pet redova, i najčešće samo jednu rečenicu, a emituju se četiri puta dnevno: u 10, 14, 18 i 24 časa.<sup>40</sup>

Pregled je zapravo zbir od 10 do 20 kratkih vesti koje se od prethodnog pregleda do trenutka pravljenja novog smatraju najvažnijim.

Slag i naslov pregleda treba da bude:

BETA-PREGLED U 10 SATI (14 SATI, 18 SATI, 24 SATI)  
Ponedeljak, 21. april 2008.

U Pregledu u 10 sati treba da se nađu važne vesti iz Pregleda u 24 sati, ono što se desilo tokom noći i najave događaja.

U Pregledu u 14 sati se ne ponavljaju najave, izuzev ako je nešto veoma bitno najavljeno za uveče. U njemu treba da budu sveže vesti i izuzetno se mogu ponoviti veoma važne vesti od prethodne večeri.

Na početku Pregleda nalazi se najvažnija i najnovija vest.

Primer 31:

BETA-PREGLED U 18.00  
Četvrtak, 11. mart 2010. godine

BEOGRAD – Ministar spoljnih poslova Albanije Iljir Meta sastao se u četvrtak po podne u Beogradu sa predsednikom Srbije Borisom Tadićem čime je počeo seriju razgovora sa srpskim zvaničnicima.

<sup>40</sup> Od agencije do agencije postoje razlike u formi pregleda: Betini pregledi, na primer, sadrže više vesti od pregleda agencije HINA. Hrvatska agencija s druge strane nudi manje vesti u pregledu, ali su te vesti opširnije date nego u slučaju Bete. Up. primer iz Priloga na kraju rada.

BEOGRAD – Srbija će morati da prihvati realnost da je većina evropskih zemalja priznala nezavisno Kosovo i da treba naći rešenje prihvatljivo za sve, tako da se proces integracije regiona u EU nesmetano nastavi, ocenio je britanski ambasador u Srbiji Stiven Vordsvort.

BEOGRAD – Grčka policija je uhapsila protosindela Simeona Vilovskog, za kojim je Viši sud u Beogradu raspisao poternicu zbog finansijskih malverzacija, potvrdio je agenciji Beta direktor Policije Srbije Milorad Veljović.

BEOGRAD – Predsednik Socijalističke partije Srbije Ivica Dačić ukazao je u četvrtak, povodom četiri godine od smrti Slobodana Miloševića, da SPS ne može živeti od prošlosti, već mora građanima ponuditi viziju budućnosti.

BEOGRAD – Predsednik Mađarske Laslo Šoljom dolazi u petak na poziv Saveza vojvođanskih Mađara u trodnevnu privatnu posetu tokom koje će se neformalno sastati i sa predsednikom Srbije Borisom Tadićem.

PREŠEVO – Prva grupa državljana Srbije i Makedonije albanske nacionalnosti koji su neuspešno pokušali da dobiju azil u Belgiji, stigla je u četvrtak popodne u Preševo autobusom belgijskog Komesarijata za izbeglice.

HAG – Haški tribunal odbio je zahtev penzionisanog generala Vojske Jugoslavije Vladimira Lazarevića da bude privremeno pušten na slobodu iz zdravstvenih razloga, objavljeno je u četvrtak u Hagu.

HAG – Optuženi Radovan Karadžić uložio je žalbu na odluku kojom je presesno veće Haškog tribunala odbilo njegov zahtev za odlaganje suđenja do 17. juna, objavio je u četvrtak sud u Hagu.

NOVI SAD – U Vojvodini je u 2009. godini bilo najmanje međunacionalnih incidenata za poslednjih šest godina, izjavio je u četvrtak na konferenciji za novinare predsednik Skupštine Vojvodine Šandor Egereši.

SARAJEVO – Srpski član Predsedništva BiH Nebojša Radmanović uputio je u četvrtku pismo predsedniku Srbije Borisu Tadiću u kojem navodi da je “protestna nota upućena Srbiji iz Ministarstva spoljnih poslova BiH zbog hapšenja Ejupa Ganića, jednostran i samovoljan politički i diplomatski akt neovlašćenog državnog službenika”.

BANJALUKA – Predstavnici boračkih organizacija udruženja porodica poginulih boraca i bivših logoraša u Republici Srpskoj su u četvrtak izrazili nadu da će Velika Britanija Ejupa Ganića izručiti Srbiji. Ganić je u četvrtak, uz kauciju, pušten na privremenu slobodu.

LJUBLJANA – Slovenački ustavni sud počeo je u četvrtak završno razmatranje arbitražnog sporazuma sa Hrvatskom o rešenju graničnog spora koji su 4. decembra prošle godine u Stokholmu potpisali predsednici vlada Hrvatske i Slovenije Jadranka Kosor i Borut Pahor.

SANTJAGO – Tri jaka zemljotresa, od kojih je najjači bio 7,2 stepena Rihterove skale, potresla su u četvrtak centralni deo Čilea.

BEOGRAD – Juniorke Srbije osvojile su u četvrtak zlatnu medalju na Evropskom prvenstvu u streljaštvu, u disciplini vazdušna puška.

Za Pregled vesti važe i neka specifična pravila u pisanju, koja donekle odudaraju od opštih pravila za pisanje agencijskih vesti. Dok se u vestima preporučuje da se tačno navede funkcija govornika, u pregledu vesti izbegava se navođenje dugačke funkcije. Tako će u vesti stajati “pomoćnik američkog sekretara za međunarodne ekonomske odnose”, a u Pregledu samo “američki zvaničnik”.

Za razliku od vesti, u kojoj je navođenje izvora obavezno, u preglede vesti, koji treba da budu koncizni, ne treba stavljati izvore, odnosno formulacije kao što su “rekao je *Beti*”, “rekao je za BBC”, “rekao je na konferenciji za novinare”. U vesti su već navedeni svi ti elementi pa ih u pregledu ne treba ponavljati. Izuzetak od ovog pravila je kada od medija kome neko daje izjavu može zavisiti i stav prema događaju ili izjavi, kao kada, na primer, glavni tužilac Haškog tribunala Serž Bramerc govori o hapšenjima kosovskih Albanaca za list *Koha ditore*. Izuzetak je moguć i kada je reč o neproverenoj informaciji, kada na primer, *RTS* javi da je neko uhapšen. U ovom poslednjem slučaju, pored osnovne informacije o hapšenju, navodi se i *RTS* kao izvor, jer je reč o još uvek nezvaničnoj informaciji, zbog čega je potrebno da se agencija od nje na taj način ogradi.

Pregled vesti je idealan proizvod za manje medije, pre svega one elektronske. Na primer, za radio stanice koje su komercijalnog karaktera, a kojima odgovarajući zakoni nalažu da moraju da imaju i deo informativnog programa, pregled vesti je idealan proizvod pomoću koga mogu da pripreme kratke vesti.

## 4. VEST

### 4.1. STRUKTURA I ORGANIZACIJA VESTI

#### 4.1.1. Slag i naslov vesti

*Slag i naslov* u agencijskoj vesti predstavljaju celinu, ali naslov mora da bude samostalan. Slag<sup>41</sup> je odrednica koja u suštinskim crtama ukazuje o čemu se radi u vesti. Naslov bliže određuje temu.

*Slag Novinske* agencije Beta sadrži tri reči, odnosno odrednice, koje se pišu velikim slovima.<sup>42</sup> Prva je skraćenica i po pravilu označava iz koje je oblasti vest, dok druga i treća bliže određuju mesto, odnosno temu:

#### EKO-SRBIJA-TURIZAM

Prva reč EKO znači da je reč o agencijskoj vesti iz ekonomske rubrike. Druga reč SRBIJA znači da je vest iz Srbije. Treća reč TURIZAM znači da je vest iz oblasti turizma.

Naslov u agencijskoj vesti treba da bude pre svega informativan i jasan i kada se posmatra samostalno (bez slaga), kako bi korisnik odmah znao o čemu je reč u vesti. Loš primer je “U uličnim neredima 200 mrtvih” ili “Skupština nije izabrala predsednika”. Treba da stoji “U uličnim neredima u Angoli 200 mrtvih” ili “Skupština Crne Gore nije izabrala predsednika”.

Srpski turisti najviše traže Grčku i Španiju

Slag i naslov za ovu vest, kao celina, izgledaju ovako:

#### EKO-SRBIJA-TURIZAM

Srpski turisti najviše traže Grčku i Španiju

Iz primera je jasno da, iako slag i naslov predstavljaju celinu, naslov zaista može da stoji samostalno i da kao takav jasno upućuje korisnika agencijskih vesti na sam sadržaj vesti.

Prva odrednica u slagu Betinih vesti je skraćenica i ukazuje na to iz koje je oblasti vest:

---

<sup>41</sup> engl. slug – udarac.

<sup>42</sup> Svaka agencija ima slag, ali se oni razlikuju od agencije do agencije. Slag agencije HINA, na primer, igleda ovako: NEWS-H5092464, odnosno sobom nosi informaciju o rednom broju vesti.



ZEM – vesti iz Srbije  
REG – vesti iz regiona, odnosno zemalja bivše Jugoslavije, Rumunije, Bugarske, Grčke, Albanije i Turske.  
SVT – vesti iz sveta  
SPT – sportske vesti  
ZAN – zanimljivosti  
EKO – ekonomske vesti iz zemlje i sveta  
ECO – vesti iz oblasti ekologije  
KUL – vesti iz kulture iz zemlje i sveta  
LOK – vesti za lokalni servis za Vojvodinu

Druga reč u slagu se najčešće odnosi na mesto ili zemlju odakle je vest, a trećom određujemo temu. Naravno, moguće su i drugačije kombinacije druge i treće odrednice i tu nema čvrstih pravila, ali se vodi računa da slag zajedno sa naslovom predstavlja celinu i da korisnici čitajući samo slag i naslov mogu da vide o čemu je reč u informaciji.

Slag: ZEM-SKUPŠTINA-SEDNICA

Naslov: Skupština Srbije usvojila budžet za iduću godinu

Vesti u kojima prenosimo reagovanje na određenu temu imaju treću reč REAGOVANJE, a druga je ono na šta se reaguje. Ako je reč o reagovanju na hapšenje ili ubistvo osobe XY, druga reč ne treba da bude ubistvo niti hapšenje, već ime te osobe:

ZEM-HARADINAJ-REAGOVANJE

ZEM-ĐINĐIĆ-REAGOVANJE

Postoje i tekstovi kod kojih je prva reč u slagu BETA. Reč je o posebnim (specijalizovanim) servisima *Novinske agencije Beta*:

BETA-SERVIS ČLANAKA

BETA-KALENDAR

BETA-ČIP

BETA-MEDIJSKA NEDELJA

BETA-NAJAVA

BETA-PREGLED

Izuzeci od standardnog slaga sa tri reči, pored posebnih servisa, jesu i ispravke i poruke korisnicima.

U slagu se, pored tri osnovne reči, može naći četvrta, koja stoji u zagradi:

(KRAĆA VERZIJA)  
(DUŽA VERZIJA)  
(PREGLED)  
(DOPUNJENA VERZIJA)

Izuzetak je HITNO koje stoji kao četvrta reč bez zagrade.

#### 4.1.2. Lid

Lid<sup>43</sup> ili glava vesti jeste početak, uvodni deo vesti u kojem se nalaze osnovne, najbitnije činjenice, navedene po značaju. Ostali, manje značajni podaci nalaze se u drugom delu, takozvanom telu vesti.

Lid rezimira glavne stavke događaja koji čine vest. Drugi, i svaki naredni pasus, sadrži manje važne dodatne podatke, i to navedene u sledu od važnijih ka manje značajnim.

Lid treba da bude kratak i jasan. U njemu ne mora da se odgovori na svih 5W+H, jer bi to vodilo dugom i komplikovanom lidu. Lid, dakle, ne sme da bude jedna duga rečenica sa prevelikim brojem detalja, ali ne mora uvek da bude samo jedna rečenica. Mogu, ako je potrebno, da ga čine i dve rečenice, (Briza, 2009):

#### Primer 32:

Najmanje 14 osoba je poginulo i 30 je povređeno danas u samoubilačkom napadu u Mosulu, na jugu Iraka, saopštila je iračka policija.

Meta napada bila je patrola američke i iračke policije i vojske.

Od svih vrsta lidova koji su poznati u teoriji medija<sup>44</sup>, u agencijskom novinarstvu ubedljivo najviše se koristi rezimirajući lid. Osnovni princip rezimirajućeg lida jeste da u sebe sublimira sve važne informacije koje se tiču nekog kompleksnog događaja:

<sup>43</sup> engl. to lead, voditi, prednjačiti.

<sup>44</sup> Vrste lidova: rezimirajući, kontrastni, komunikativni, narativni/anegdotski, upitni, citatni, stakato.

### Primer 33:

Najmanje deset Iračana, od kojih pet policajaca i jedan vojnik, ubijeno je danas u nekoliko napada u Iraku, saznaje se iz policijskih i bolničkih izvora.

Pukovnik Abdel Karim Fahed, načelnik policije u Duri, gradiću desetak kilometara severoistočno od Bagdada, ubijen je zajedno sa svojim vozačem. Nepoznati napadači pucali su na njegov automobil, navode izvori iz Ministarstva odbrane.

Lid je uvod vesti i njen najvažniji deo, a neki agencijski urednici tvrde da je lid zapravo esencija novinarstva. Onaj ko savlada pisanje lida, tvrde oni, savladao je i glavnu tajnu novinarstva. Napominju, međutim, da se čak i veoma iskusnom novinaru može desiti da ne može da se odluči za odgovarajući lid neke vesti i da mora da se zamisli i nakon dugogodišnjeg pa čak i dugodecenijskog bavljenja novinarstvom. Agencijski novinari obično kažu da je ta vrsta kreativnosti zapravo jedan od razloga zašto vole agencijsko novinarstvo, jer veoma često moraju da se zamisle kako napisati lid. Dodaju da bi pisanje vesti bio izuzetno dosadan posao da lid može da se napiše po nekoj matematičkoj ili hemijskoj formuli. Ali, te formule, srećom po agencijske novinare, nema, mada u svetu ima i pokušaja da se konstruišu roboti i kompjuterski programi za pisanje vesti. U martu 2010. smo imali priliku da pročitamo vest iz SAD da je u toku pokušaj da se konstruiše robot koji će biti u stanju da piše vesti iz oblasti sporta i koji će, navodno, u budućnosti zameniti sportske novinare.

U lidu treba izbegavati odrečne i upitne fraze i citate. Ukoliko se time postiže tačnost i preciznost informacije, pod navodnike u lidu treba staviti samo najbitnije reči. Na primer, XY izjavio je danas da je predlog zakona o tome i tome “besmislen i nepotreban” jer je ta materija već regulisana drugim (navesti kojim) zakonom, (Priručnik NA *Beta*, 2009: 11).

#### 4.1.3. Telo vesti

U telo vesti ubraja se sve ono što sledi nakon lida. U telu vesti novinar ima zadatak da dodatno objasni lid, da odgovori na sva ona pitanja (5W+H) na koja nije odgovoreno u lidu vesti, i sve to poštujući princip obrnute piramide, odnosno ređajući činjenice od bitnijih ka manje bitnim.

## 4.2. ORGANIZACIJA VESTI

Agencijska vest organizuje se prema nekoliko čvrstih pravila: pravilo 5W+H, obrnuta piramida, sistem fioka, pravilo dužine vesti.

### 4.2.1. Pravilo 5W+H

Ovo pravilo smatra se temeljnim i specifičnim principom novinarske profesije, ali ono nije ništa manje zastupljeno u bilo kojem drugom tekstu i bilo kojoj drugoj vrsti diskursa, jer svuda je podjednako važno znati quis, quid, quibus auxiliis, cur, quomodo, quando (Vasić, Alanović, 2007: 149).

Veoma retko se dešava da je moguće na ovih šest pitanja odgovoriti već u lidu vesti. Insistiranje na tome da se u lidu odgovori na sva pitanja vodilo bi ka preglomaznom i jezički komplikovanom lidu. Zato je uobičajeno da se na njih odgovori u prva dva ili tri pasusa vesti.

Pravilo 5W+H zapisao je i američki književnik Rudyard Kipling (Rudyard) u svojoj pesmi "Just So Stories" (1902), čiji početak glasi:

I keep six honest serving-men  
(They taught me all I knew);  
Their names are What and Why and When  
And How and Where and Who."

Primer 34:

BEOGRAD, 1.novembra 2008. (Beta) – Vlada Srbije odlučila je na današnjoj sednici u Beogradu da smanji carinske dažbine na uvoz novih putničkih automobila.

Odluka je doneta posle zahteva Brisela da se carinske i poreske stope usklade sa sličnim propisima zemalja Evropske unije.

(Kraj)

Ko? – Vlada Srbije

Šta? – da smanji carinske dažbine na uvoz novih putničkih automobila

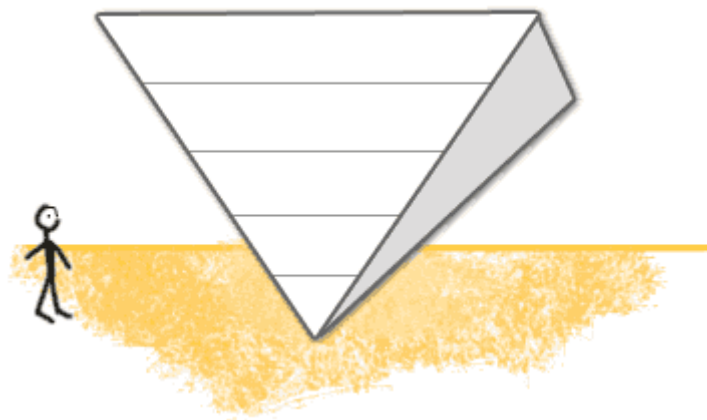
Kada? – danas

Gde? – u Beogradu

Zašto? – posle zahteva Brisela da se carinske i poreske stope usklade sa sličnim propisima zemalja Evropske unije.

Kako? – na sednici

#### 4.2.2. Pravilo 'obrnute piramide'



(preuzeto sa: [http://www.webdesignfromscratch.com/snippets/pyramid\\_inverted.gif](http://www.webdesignfromscratch.com/snippets/pyramid_inverted.gif))

Termin obrnuta piramida novinari koriste kao metaforu da bi označili dominantni način pisanja vesti: prvo najvažnije činjenice pa potom one manje važne (Wikipedia, 16. mart 2010).



Princip obrnute piramide je komponovanje vesti po njihovom značaju, a ne hronološki. Najznačajniji podaci stavljaju se u prvi, početni, udarni deo vesti (lid). Drugi, i svaki naredni pasus, sadrži manje važne dodatne podatke, i to navedene u sledu od važnijih ka manje značajnim.

Komponovanje novinskog teksta po principu obrnute piramide veoma je praktično i za urednike u novinama, na radiju ili televiziji, a i za čitaoce, slušaocce radijskih emisija ili gledaoce televizije. Iz tekstova se uvek može uzeti početak i onoliko pasusa koliko je potrebno. Takav novinski tekst uvek može da se skraćuje od poslednjeg pasusa prema onim napred (Briza, 2009).

Pojedini teoretičari medija navode da je obrnuta piramida zapravo dobrim delom “recept” koji je preuzet iz antičke retorike. Kod Cicerona, uvod može biti običan i iznenadan (nagao), a elementi su mu sticanje naklonosti slušalaca, zadobijanje njihove pažnje i upoznavanje s predmetom govora. Takvo izlaganje, prema Ciceronu, ima dva osnovna zadatka – izložiti radnju i potvrditi izrečene tvrdnje dokazima.

Prema većini teoretičara medija, obrnuta piramida i AP-ova glava vesti i danas su apsolutno dominantni u načinu pisanja agencijskih vesti i izveštaja, ali i ostalih agencijskih žanrova.<sup>45</sup>

#### 4.2.3. 'Pravilo fioka'

Izuzetno važan deo novinarskog posla, bez obzira na to da li je u pitanju vest ili druga forma informacije, jeste izbor iz mnoštva detalja na osnovu kojeg će se sastaviti tekst, odnosno odvajanje bitnog od nebitnog. Potom se u agencijskoj vesti činjenice slažu po pasusima, koji su grafički odvojeni jedni od drugih. Ti pasusi nazivaju se “fiokama”. Vest ima svoju kompoziciju koja lako može da se “raspadne” uredničkom intervencijom, pa je zato treba praviti po “sistemu fioka”. To znači da urednik, radi skraćanja, može da izvuče neku “fioku”, ali da se kompozicija ne sruši, niti da se naruši bilo šta od njenih glavnih elemenata (Božinović, 2004).

<sup>45</sup> Up. Poglavlje o razvoju agencijskog stila pisanja vesti.



(preuzeto sa: <http://www.uni-promet.rs/IMG/proizvodi/MF02254050.jpg>)

Prva fioka, odnosno lid, je obavezna i ona se ne može izostaviti iz vesti. Vest se piše tako da urednicima u medijima omogući da je skraćuju odozdo prema gore. U sledećem primeru, recimo, treća fioka može da se izvuče, a vest će i dalje ostati logična, jer svaka fioka govori o jednoj celini.:

Primer 35:

**Prva fioka:** Šefovi diplomatija Evropske unije sutra će u Briselu razmotriti i usvojiti zaključke o reformi prelazne vlasti na Kosovu.

**Druga fioka:** Evropski ministri će dobiti izveštaje od predsedavajućeg, šefa holandske diplomatije, Bernarda Bota koji...

**Treća fioka:** Kako su novinarima saopštili izvori EU u Briselu, posebna rasprava o razvoju u Srbiji i Crnoj Gori se ne očekuje....

**Četvrta fioka:** Izvori Saveta ministara i Evropske komisije agenciji Beta rekli su da se s pažnjom očekuju zaključci Bota o izgledima da u SCG dođe do razjašnjenja postoji li politička rešenost Podgorice i Beograda da se konačno uskladi...

Pasus ili fioku čini uglavnom jedna rečenica, ali to nije čvrsto pravilo:

Primer 36:

Ustavni sud Tajlanda danas je naredio raspuštanje vladajuće partije, optužene za izbornu krađu, i zabranio je premijeru Somčaiju Vongsavatu svaku političku aktivnost tokom pet godina, saopšteno je u Bangkoku.

Presuda je doneta u trenutku kada se u Tajlandu dešavaju antivladine demonstracije već nedelju dana, zbog čega su zatvorena dva aerodroma u Bangkoku.

*Jedan demonstrant je poginuo, a dvadeset je povređeno u eksploziji na međunarodnom aerodromu sinoć u Bangkoku. Napad se dogodio nekoliko sati nakon što je Narodna alijansa za demokratiju, koja okuplja protivnike vlade premijera Vongsvata, okončala tromesečnu blokadu sedišta vlade...*

Drugim rečima, pasusi ili fioke nisu obavezno isto što i rečenice, već su zapravo logične celine unutar vesti.

#### 4.2.4. Pravilo dužine vesti

Poželjna prosečna dužina agencijske vesti je između 30 i 40 redova, ali strogo pravilo ne postoji. U principu, treba izbegavati da vest bude duža od 70 redova (Briza 2009).

U vesti po pravilu treba da se koriste kratke, jednostavne i razumljive rečenice. Evo primera kako ne treba da pišu agencijski novinari (Božinović, 2004):

Primer 37:

Putnički avion koji je leteo iz Diseldorfa za Istanbul zaledio je srca putnika jer je rano jutros izleteo sa piste...



Agencijski novinar ne treba da figurama, frazama ili metaforama “ulepšava” tekst, već samo da saopšti informaciju:

Primer 38:

Putnički avion koji je leteo iz Diseldorfa za Istanbul izleteo je jutros sa piste ali niko od putnika nije povređen...

Ipak, ni agencija nije lišena ekspresivnih izraza pa ni frazeologizama.<sup>46</sup>

### 4.3. GRAMATIČKO-LEKSIČKA OBELEŽJA AGENCIJSKE VESTI

#### 4.3.1. Identifikacija aktera

U agencijskom funkcionalnom podstilu srećemo različite vrste identifikacije aktera. Može se reći da je precizna identifikacija aktera odlika agencijskog podstila pisanja, koja proističe iz potrebe da vest ili izveštaj ne smeju biti senzacionalistički, već moraju da budu pouzdani. U ovom radu posmatraćemo način identifikacije prototipičnog aktera: čovek, osoba, a ne i agense koji nemaju obeležje živ+.

*Personalni identifikator* aktera, koji podrazumeva navođenje punog imena i prezimena osobe, karakterističan je za vesti iz crne hronike, kada se navode imena nastradalih koja nisu poznata široj javnosti:

Primer 39:

*Stanko (77) i Stanica (74) Bogdanović* iz sela Kriljevo u opštini Kosovska Kamenica umrli su prirodnom smrću, pokazali su rezultati dodatne obdukcije obavljene u Zavodu za sudsku medicinu u Nišu.

U saobraćajnoj nesreći kod Lapova, na autoputu Beograd–Niš, poginuo je *Darko Stanković (28)* iz Beograda, saopštila je danas kragujevačka policija.

<sup>46</sup> Up. poglavlja o ekspresivnim i neekspresivnim leksemama i o frazeologizmima.

David Vajagić iz Temerina prva je beba koja je rođena u novosadskom porodilištu u 2009. godini, rečeno je agenciji Beta u porodilištu.

U posmatranom korpusu mogu se susresti i primeri vesti i izveštaja koji od lida prema telu vesti prvo nude personalni identifikator aktera, a potom i *kategorizator*:

Primer 40:

Na suđenju pripadnicima nekadašnje paravojne formacije “Škorpioni” o zločinu u dvorištu porodice Gaši u Podujevu 1999. godine, danas je svedočila *Jehona Bogujevci koja je zločin preživela sa 11 godina*, a koja je govorila i o stradanju članova njene porodice i najbližih rođaka.

*Dvadesetogodišnja Jehona Bogujevci*, koja danas živi u Velikoj Britaniji, svedočila je pred Većem za ratne zločine Okružnog suda u Beogradu o ubistvu njene majke Šefkate (42), rođene sestre, bake, strine i brojnih rođaka u dvorištu kuće u Ulici Rahmana Morine, 28. marta 1999. godine.

Srećemo i primere kada se prvo navodi kategorizator a potom i personalni identifikator aktera:

Primer 41:

Suđenje *trojici optuženih* za napad na snimatelja televizije B92 Boška Brankovića počinje danas pred Trećim opštinskim sudom u Beogradu. Optuženi su Milan Savatić kao glavni napadač, Stefan Milićević i Nikola Lazić koji se terete za nanošenje teške telesne povrede Brankoviću tokom protesta zbog hapšenja Radovana Karadžića, 24. jula ove godine u Beogradu.

U analiziranim agencijskim vestima i izveštajima ubedljivo je najviše primera sa kategorizatorom aktera, kada su u pitanju pojedinci:

Primer 42:

Izraelski premijer Ehud Olmert

Kineski predsednik i glavni komandant oružanih snaga Hu Đintao

U želji da izbegne ponavljanja, agencijski novinar će u jednom pasusu kazati *Olmert*, u sledećem on, a potom i izraelski. Upotreba on i sl. je normalni postupak anafORIZACIJE koji se u tekstu manje upotrebljava nego što je to u načelu moguće da bi se izbegla eventualna zabuna, ako su dva aktera u pitanju, ali i zato što se vest ne mora čitati od početka.

Primer 43:

*Guverner Narodne banke Srbije Radovan Jelašić izjavio je danas da je gotovo izvesno da će Srbija sklopiti aranžman sa Međunarodnim monetarnim fondom (MMF).*

“Na osnovu onoga što je urađeno u prethodnih nekoliko dana, svi preduslovi MMF-a su sada ispunjeni”, kazao je on na Skupštini Privredne komore Srbije.

*Guverner NBS rekao je da će aranžman sa MMF-om za Srbiju biti “makroekonomsko sidro” i da će biti garancija za jasnu i koherentnu makroekonomsku politiku Srbije.*

Kategorizator se koristi i u slučaju kada srećemo više aktera, kojima je nemoguće navesti sva imena jer bi vest ili izveštaj bili predugački ili ta imena široj javnosti ne znače ništa:

Primer 44:

Pred sudskim većem Okružnog suda u Smederevu danas bi trebalo da počne suđenje *grupi od 88 optuženih profesora i studenata* u aferi “Indeks”. Optužena su *23 profesora, 33 studenta i više od 30 posrednika* koji se terete za korupciju, zloupotrebu službenog položaja i falsifikovanje dokumenata.

Devet obezglavljenih tela pronađeno je danas nedaleko od Tihuane, meksičkog pograničnog grada koji se graniči sa američkim San Dijegom, saopštile su lokalne vlasti.

*Odbornici Skupštine grada Loznice usvojili su danas budžet za 2009. godinu*

*Spasioci u čamcima i helikopterima* spasili su danas *desetak ljudi* koji su se našli u ledenoj vodi kada je velika cev za vodu pukla i potopila put nedaleko od Vašingtona.

*Identifikacija aktera pomoću klasifikatora:* u agencijskim vestima i izveštajima klasifikator se nikada ne navodi kao vrednosni sud agencijskog novinara, već isključivo u obliku citata:

#### Primer 45:

Više hiljada levičara, studenata i srednjoškolaca protestovalo je danas u centru Atine uzvikujući *“panduri, svinje, ubice”* zbog smrti tinejdžera koga je 6. decembra ubio policajac. *“Dole vlada ubica”*, *“Državni terorizam nas neće zaustaviti”*, moglo je da se pročita na transparentima koje su nosili demonstranti na početku kolone.

*Sejdiju je pohvalio rad i angažovanje institucija Kosova u integraciji manjina, posebno srpske zajednice...*

Poljski premijer je u ime Višegradske četvorke, baltičkih zemalja, Bugarske i Rumunije *zahvalio Sarkoziju što je imao razumevanja* za njihove strahove vezane za posledice klimatsko-energetskog paketa na njihove privrede.

Ima, međutim, i primera u kojima agencijski novinar nije bio dosledan u identifikaciji svih aktera. Tako se u sledećem primeru ne zna precizno ko je bio Nikola Šainović:

#### Primer 46:

*Zajedno sa bivšim predsednikom Srbije Milanom Milutinovićem, Nikolom Šainovićem i generalima Dragoljubom Ojadanićem, Nebojšom Pavkovićem i Sretenom Lukićem...*

U agenciji se, bez obzira na to koliko je neka osoba poznata, na početku vesti, odnosno kada se ta osoba po prvi put pominje, piše uvek naziv njegove titule ili statusni specifikator.

Primer 47:

*Predsednik Srbije Boris Tadić, a ne Predsednik Tadić ili samo Boris Tadić.*

Ukoliko osoba ima više funkcija, onda će se napisati funkcija koja je vezana za određeni događaj.

Primer 48:

Ako Boris Tadić govori na sednici Glavnog odbora njegove stranke, novinar će u lidu navesti *predsednik Demokratske stranke Boris Tadić*. U telu vesti, novinar treba da napomene i da je Tadić ujedno i predsednik *Srbije*.

Prema standardu koji se primenjuje u agenciji *Beta*, titula ili statusni specifikator uvek se piše ispred imena i prezimena aktera.<sup>47</sup> Takođe, ukoliko je u pitanju izjava nekog zvaničnika ili javne ličnosti, koja u sebi sadrži određenu ocenu, novinari *Bete* će uvek pisati prvo ko je rekao pa tek potom i šta je rekao:

Primer 49:

Premijer Republike Srpske Milorad Dodik izjavio je danas da očekuje da će mandat Kancelarije visokog predstavnika (OHR) u BiH biti okončan 1. juna naredne godine...

Ukoliko bi se gornji primer napisao s ciljem da se prvo kaže šta je akter rekao, a potom i ko je akter, vest bi verovatno poprimila i malo drugačije značenje:

Primer 50:

Očekujem da će mandat Kancelarije visokog predstavnika (OHR) u BiH biti okončan 1. juna naredne godine, izjavio je danas premijer Republike Srpske Milorad Dodik.

---

<sup>47</sup> Ovakvo pravilo ne važi u svim novinskim agencijama, već varira od agencije do agencije. *HINA*, na primer, ima iste standarde kao i *Beta*: *Direktor Međunarodnog monetarnog fonda (MMF) Dominique Strauss-Kahn, dok Rojters često kombinuje standarde: Senator Bob Bennett, a conservative Utah Republican.*

Prema tumačenju urednika u medijima koji zastupaju školu mišljenja po kojoj se, prilikom prenošenja izjava prvo piše ko je rekao a tek potom šta je rekao, na taj način izbegava se manipulisanje publikom, a naročito slušaocima i gledaocima elektronskih medija. Njima, naime, može da promakne deo informacije u kojem se navodi da je reč o akterovoj oceni a ne o činjeničnom stanju stvari pa samim tim vest može da bude shvaćena na pogrešan način.

U analiziranom korpusu, međutim, susreli smo se i sa primerima izjava u kojima je agencijski novinar prvo napisao šta je akter rekao, a potom odgovorio na pitanje ko je akter:

Primer 51:

Francuska smatra da saradnja sa Haškim tribunalom ne treba u ovom trenutku da bude prepreka za napredak Srbije ka Evropskoj uniji, izjavio je danas francuski ambasador u Beogradu Žan-Fransoa Teral...

Agencijski novinar je u gornjem primeru izabrao dobar pristup jer francuski ambasador zaista i predstavlja svoju zemlju pa je moguće staviti znak jednakosti između njega i Francuske. U posmatranom korpusu, međutim, susreli smo i primere koji odstupaju od internog uređivačkog pravila agencije Beta:

Primer 52:

U narednih nekoliko meseci dinar će i dalje slabiti u odnosu na evro, a do dostizanja realnog kursa moglo bi doći na proleće 2009. godine, izjavio je danas saradnik Instituta za tržišna istraživanja (IZIT) Saša Đogović...

U primeru 52 očigledno je reč o oceni jednog ekonomskog analitičara, ali se novinar ipak odlučio da prvo navede šta je rečeno pa potom i ko je to rekao i time prekršio jedan od standarda u izveštavanju matične agencije.

Agencijski novinari treba posebno da vode računa i o polu i uzrastu prilikom modela identifikacije aktera, jer je to regulisano i konkretnim zakonskim propisima iz oblasti pravosuđa:

Primer 53:

Maloletni P. P. (17), a ne “maloletni Pera Petrović”

Kada su u pitanju, na primer, teška krivična dela koja sablažnjuju javnost a počinjena su u malim sredinama u kojima se svi stanovnici jednog sela znaju, agencijskom novinaru se putem Kodeksa novinara Srbije preporučuje da sakrije identitet i žrtve i osumnjičenog za zlodelo, iako je policija u svom saopštenju, u skladu sa Zakonikom o krivičnom postupku, navela puno ime i inicijal prezimena osumnjičenog. Zbog toga bi pravilno bilo napisati:

Primer 54:

Jedan nastavnik iz opštine Titel optužen je za silovanje jedne učenice.

Kršenje novinarskog kodeksa predstavljala bi sledeća vest:

Primer 55:

Nastavnik A. B. iz sela Vilovo kod Titela optužen je za silovanje maloletne učenice B. A. (16).

Na taj način žiteljima tog sela odmah bi bilo jasno o kom nastavniku je reč i o kojoj učenici. Budući da je nastavnik *osumnjičen*, odnosno nije dokazano da je kriv, novinarski kodeks nalaže da se u ovakvim slučajevima osumnjičeni dodatno zaštititi.

U posmatranom korpusu uočena je konkretna vest kojom se krši novinarski kodeks:

Primer 56:

Osumnjičenom za ubistvo majke *Veroljubu Z. (54)* iz Tulara, kod Uba, danas je određen pritvor do mesec dana.

Iako je agencijski novinar samo preneo ono što je policija saopštila, on je na taj način verovatno u potpunosti otkrio identitet osumnjičenog, jer je malo verovatno da postoji još neki *Veroljub Z. (54)* iz sela Tulara.

Novinar će drugačije postupiti kada slična vest dolazi iz velikog grada:

Primer 57:

Novosadska policija uhapsila je Dušana M. (49) zbog osnovane sumnje da je 22. novembra izvršio krivično delo silovanja, saopštila je danas Policijska uprava Novi Sad.

A drugačije kada je u pitanju svetski poznata ličnost, poput reditelja Romana Polanskog:

Primer 58:

Polanski je najpre optužen po nekoliko tačaka, uključujući silovanje uz upotrebu droge. Ipak, posle nagodbe priznao je krivicu za nezakonite seksualne odnose sa maloletnicom. U kalifornijskom zatvoru proveo je 42 dana radi psihijatrijske procene, a potom je pobjegao iz SAD pre donošenja presude.

U posmatranom korpusu, međutim, moguće je uočiti i malobrojne agencijske vesti koje su na samoj granici senzacionalizma:

Primer 59:

Pripadnici policije Unsko-sanskog kantona uhapsili su Senada Mustedanagića (47), košarkaškog trenera iz Cazina, zbog osnovane sumnje da je silovao maloletnika od 14 godina, i to u više navrata.

Moguće je da je policija saopštila puno ime i prezime trenera, ali agencijski novinar trebalo je da razmisli da li je to u skladu sa odgovarajućim zakonskim propisima i sa novinarskim kodeksom, jer je taj akter *osumnjičen* a ne i osuđen.

#### 4.3.1.1. *Anonimni izvori*

Novinske agencije veoma retko koriste neimenovane izvore za svoje vesti, pošto to oduzima kredibilitet vesti (Štrbac: 2007). Preterana upotreba *anonimnih izvora* karakteristična je za senzacionalističko novinarstvo, a u agencijama nema mesta za neproverene informacije.

Za anonimnim izvorom informacije agencijski novinar će posegnuti samo ukoliko je informacija koju dobija od tog izvora proverena na više strana i samo ukoliko postoji opravdanje da izvor zatraži da ostane anoni-



man.<sup>48</sup> Čvrst razlog za anonimnost izvora je da bi informacija koja će biti emitovana mogla egzistencijalno da ga ugrozi (da ostane bez posla ili da bude čak i životno ugrožen).<sup>49</sup>

#### Primer 60:

Srbija je na tragu haškom beguncu Ratku Mladiću, rekao je danas agenciji Beta jedan *visoki zvaničnik srpske vlade koji je želeo da ostane anonimn*.

Direktor Ustanove za fizičku kulturu u Gornjem Milanovcu Aleksandar Simić (33) podneo je ostavku nakon što su njegove kolege javno posumnjale u autentičnost Simićeve diplome sa Fakulteta za fizičku kulturu na Palama kod Sarajeva. Novinarima je *Simićev kolega, koji je tražio anonimnost*, pokazao svoju diplomu sa istog fakulteta, iz 2004. godine, koja ima isti broj...

Najmanje šestoro ljudi poginulo je u raketnom napadu koji su, kako se sumnja, izvele snage SAD u Pakistanu blizu granice s Avganistanom, izjavila su danas *dva pakistanska bezbednosna zvaničnika*. Zvaničnici koji su tražili da ostanu anonimni, rekli su da za sada nije poznat identitet nastradalih.

Agencija će se truditi da anonimni izvor učini što autentičnijim tako što će navesti da je do informacije došla od *visokog zvaničnika srpske vlade*, a neće navesti opšte mesto od izvora iz vrha vlasti. Ili će navesti *Simićev kolega* a ne izvor sa fakulteta.

*Delimična anonimnost aktera* u agencijskim vestima sreće se u slučaju obrade sudskih i policijskih saopštenja, kada je novinar obavezan da poštuje krivične propise države, odnosno da umesto punog imena i prezimena osumnjičenog, navede samo njegove inicijale:

#### Primer 61:

Nemačka policija uhapsila je u Frankfurtu državljanina Ruande osumnjičenog za genocid počinjen u toj afričkoj zemlji, saopštilo je danas tužilaštvo. Pri-

<sup>48</sup> "Novinar ne sme slepo da veruje izvoru informacija. Novinar mora da vodi računa o tome da izvori informacija često slede svoje interese ili interese društvenih grupa kojima pripadaju i prilagođavaju svoje iskaze tim interesima" (*Kodeks novinara Srbije*).

<sup>49</sup> AP u svom kodeksu, koji je dostupan na sajtu agencije, navodi: "Uvek ćemo se truditi da identifikujemo sve izvore informacija, štiteći ih anonimnošću samo onda kada oni (izvori) na tome insistiraju i kada nam daju informaciju od vitalnog značaja, a ne svoje mišljenje ili spekulaciju; kada nema drugog načina da dođemo do informacije; i kada smo sigurni da je izvor verodostojan, pouzdan i siguran."

padnik Hutu naroda *O. R. (51)* bio je gradonačelnik oblasti u severnoj Ruandi i osumnjičen je za učešće u masovnim ubistvima manjinskih Tutsija i umerenih Hutua 1994. godine.

Kada govorimo o anonimnosti izvora, na umu treba imati i uobičajenu i u velikim svetskim agencijama prihvaćenu praksu podele informacija dobijenih od izvora:

– *zvanično (On the record)*:<sup>50</sup> informacija može da se koristi i može da se navede puno ime i prezime izvora informacije;

– *nezvanično (Off the record)*: informacija ne sme da bude korištena za objavljivanje;

– *pozadina (Background)*:<sup>51</sup> informacija može da bude objavljena, ali samo pod uslovima koji su dogovoreni sa izvorom informacije. U ovakvim slučajevima uobičajeno je da izvor ne želi da se u vesti objavi njegovo ime, ali se slaže sa opcijom da se navede uopšteni opis funkcije koju obavlja ili pozicije na kojoj se nalazi;

– *duboka pozadina (Deep background)*: informacija može da se koristi ali bez ikakvih atribucija izvora informacije jer izvor ne želi da bude identifikovan na bilo koji način.

Generalno, informacije do kojih agencijski novinar dođe pod bilo kojim od gore navedenih uslova mogu da se koriste za dalje istraživanje.

#### 4.3.1.2. *Pisanje titula i statusnih specifikatora*

U agencijskim vestima i izveštajima uz ime i prezime određene osobe uvek se navodi i titula, funkcija, sport kojim se bavi itd. To se dosledno sprovodi, čak i u slučaju vesti u nizu, jer agencijski novinar uvek polazi od pretpostavke da šira javnost ne mora da zna ko su i čime se bave akteri vesti ili izveštaja:

---

<sup>50</sup> Kao što se vidi i u ovom radu, u teoriji medija susrećemo brojne termine koji su direktno preuzeti iz engleskog jezika i koji su se kao takvi odomaćili i u jeziku naših novinara, urednika, vlasnika medija, ali i medijskih teoretičara. Reč je o terminima koji su poznati u novinskom funkcionalnom podstilu izražavanja, ali smo ih za potrebe ove monografije prevodili na srpski jezik.

<sup>51</sup> Treba praviti razliku između ovog *backgrounda* i *backgrounda* kao dela agencijske vesti ili izveštaja.

## Primer 62:

### EKO-RUSIJA-SRBIJA (H I T N O)

Počeo sastanak Medvedeva i Tadića

MOSKVA, 24. decembra 2008. (*Beta*) – *Predsednici Rusije i Srbije, Dmitrij Medvedev i Boris Tadić*, počeli su oko 13.00 u Kremlju razgovore, nakon čega će potpisati zajedničku izjavu u kojoj će biti naglašen strateški značaj energetike u međusobnoj saradnji dve zemlje...

### EKO-RUSIJA-SRBIJA (DOPUNJENA VERZIJA)

Počeo sastanak Medvedeva i Tadića

MOSKVA, 24. decembra 2008. (*Beta*) – *Predsednici Rusije i Srbije, Dmitrij Medvedev i Boris Tadić*, počeli su oko 13.00 u Kremlju razgovore, nakon kojeg će potpisati zajedničku izjavu u kojoj će biti naglašen strateški značaj energetike u saradnji...

### EKO-RUSIJA-SRBIJA

Srbija prodala NIS ruskom Gaspromu

MOSKVA, 24. decembra 2008. (*Beta*) – Vlada Srbije i Gasprom potpisali su danas ugovor o prodaji Naftne industrije Srbije (NIS) toj ruskoj državnoj kompaniji za 400 miliona evra i dokumente o izgradnji gasovoda Južni tok i skladišta gasa Banatski dvor.

*Predsednici Srbije i Rusije Boris Tadić i Dmitrij Medvedev* potpisali su i zajedničku izjavu, koji će biti politička garancija za realizaciju svih projekata...

Dakle, svako ime treba da bude praćeno kompletnom funkcijom. Prema standardima *Novinske agencije Beta*, ime se obavezno piše ispred prezimena.<sup>52</sup> Imena nepoznatih (stranih) novina, partija, ili organizacija treba da budu bliže objašnjena na zgodnom mestu u tekstu (“*uticajni poljski dnevni list blizak desničarskoj partiji na vlasti*”, “*nikaragvanska stranka bliska komunistima*”...).

<sup>52</sup> Up. poglavlje o identifikaciji aktera.

Agencija je prema definiciji objektivna i nikada se ne stavlja ni na jednu stranu u sporu ili političkom ili vojnom sukobu. Raznovrsnost klijenata predstavlja u tom smislu povećanu obavezu. Zbog toga se u tekstovima ne mogu upotrebljavati izrazi kao što su “hegemonista”, “secesionista”, “bandit”, “saboter”, “oslobodilac”, “patriota”, koji sugerišu stav autora vesti. Nikada se ne smeju upotrebljavati nikakve političke kvalifikacije, kao što su, na primer: “izdajnik”, “imperijalista”, “fašista”, “revizionista”, “levičar” itd. Takvi izrazi koriste se samo u citatu. Ovakve kvalifikacije nisu poželjne ni u drugim tipovima novinarstva, kada su u pitanju osnovni žanrovi poput vesti ili izveštaja.

Svaka ideologizacija agencijskog diskursa nepoželjna je i ubraja se u domen manipulacije jezikom, poput ovog efektnog neagencijskog primera:

Primer 63:

Krvnici srušili Varadinski most

NOVI SAD, 1. aprila – Zlikovci, koji niti znaju šta je istorija i kultura niti su je ikad imali, srušili su jutros u 4.55 časova, najstariji most u gradu koji povezuje Novi Sad i Petrovaradin.

Identifikacija i kvalifikacija agensa u navedenom primeru prouzrokovane su situacionim i društvenim kontekstom i ubrajaju se u ideologizaciju diskursa (Vasić, Alanović, 2007: 153).<sup>53</sup>

Ovakvo izveštavanje za agenciju je nedopustivo a ideologizacija diskursa vodila bi značajnom gubitku poverenja kod korisnika, što se tokom devedesetih godina 20. veka dogodilo domaćoj nacionalnoj agenciji *Tanjug*. Agencijska vest namenjena je veoma širokom spektru korisnika, među kojima je svakako veliki broj onih koji nisu sličnog ideološkog stava kao što je bila, recimo, većina građana Srbije u vreme NATO bombardovanja 1999. godine, otkada datira i gore navedena vest. U to vreme, uprkos činjenici da je i život agencijskog novinara potencijalno bio ugrožen bombama koje su padale, njegova obaveza bila je da zadrži objektivnost u izveštavanju. Jedini njegov zadatak tada, kao i uvek, bio

---

<sup>53</sup> Primer 63 je preuzet iz lista Dnevnik.

je da ne samo domaćoj već i svetskoj javnosti saopšti da je srušen most u Novom Sadu:

Primer 64:

NOVI SAD, 1. aprila 1999. (Beta) – Varadinski most preko Dunava u Novom Sadu srušen je jutros oko 5 sati u NATO bombardovanju SR Jugoslavije, javio je izveštač Bete sa lica mesta.

Reč je o jednom “hladnom” lidu, u stvari o pravom početku jedne agencijske vesti koja teži da bude razumljiva svima i svugde u svetu. U te svrhe, svetske agencije su mogle da prilagode vest svetskom medijskom tržištu sledećom dopunom:

Primer 65:

Novi Sad je drugi po veličini grad u Srbiji, 70 kilometara severno od prestonice Beograda.

Kada govorimo o ideologizaciji diskursa, valja napomenuti da je i uspostavljanje empatičnog odnosa prema akteru nekog događaja u agenciji zabranjeno, opet zbog toga što naša vest nije namenjena samo domaćem tržištu. Van agencijskog standarda je ukoliko vesti damo sledeći naslov:

Nole u finalu Rolan Garosa!

Jedino što jeste u skladu sa agencijskim standardima je sledeći naslov:

Doković se plasirao u finale Rolan Garosa.

Agencijski novinar mora da se uzdrži od svakog vida navijanja, pristrasnosti, empatije i ideološkog diskursa.

#### 4.3.2. LOCIRANJE VESTI

Mesto odakle vest potiče, osnovni izvor informacije (agencija), kao i oblast na koju se odnosi definišu se pre svega kroz slag, a zatim i na samom početku vesti.

## Primer 66:

### SVT-KINA-REKORDER

Umro najniži čovek na svetu

PEKING, 16. marta 2010. (*Beta-AFP*) – Kinez He Pingping, visok manje od 75 centimetara i upisan u Ginisovu knjigu rekorda kao najniži čovek na svetu, umro je u Rimu u 22. godini.

Kinez je učestvovao je jednoj televizijskoj emisiji kad je osetio snažne bolove u grudima zbog kojih je odveden u bolnicu gde je preminuo proteklog vikenda, saopštilla je Ginisova knjiga rekorda.

He Pingping bolovao je od jednog koštanog oboljenja koje je na 74,61 centimetar zaustavilo njegov rast.

Slag je deo agencijske vesti koji korisnicima поближе objašnjava iz koje je vest rubrike (svet-SVT), iz kojeg grada/države (KINA) i najčešće u jednoj reči o čemu se u vesti zapravo radi (REKORDER). Na samom početku vesti korisnici dobijaju informaciju da je vest iz Pekinga, zatim vremensku odrednicu (datum), kao i izvor vesti. U ovom slučaju, kada piše (*Beta-AFP*), to znači da je agencija Beta putem razmene preuzela vest od Agencije Frans pres. U sledećim primerima, *Beta* je preuzimala vesti od *Rojtersa* i od *AP-a*:

## Primer 67:

PEKING, 1. decembra 2008. (*Beta-Rojters*) – Najmanje troje spasilaca poginulo je danas kada su pokušali da izvuku tela 15 stradalih rudara iz rudnika uglja na severoistoku Kine, javila je agencija Sinhua.

AMAN, 1. decembra 2008. (*Beta-AP*) – Jordanski sud je danas osudio jednog Jordanca na sedam i po godina zatvora, jer je ubio svoju 16-godišnju sestru u takozvanom “ubistvu iz časti”.

Ako se tekst priprema na osnovu pisanja nekoliko agencija, u zagradi se neće navoditi njihova imena, već će u telu vesti da piše *prenose svetske agencije*:

### Primer 68:

Na pitanje koji će proizvodni pogoni slati radnike kući, portparol Arcelor Mittala je odgovorio da će otpuštanja biti po čitavom svetu, *prenose svetske agencije*.

Ako tekst potiče iz dva izvora, mogu se navesti dva grada:

### Primer 69:

BEOGRAD/NOVI SAD – Nizom manifestacija u Beogradu i još 16 gradova Srbije obeležava se Svetski dan borbe protiv HIV/AIDS-a pod sloganom “Moj izbor: koristim kondom i prihvatam drugačije od sebe”.

Ako se telefonom uzima nečija izjava iz inostranstva, vest se datira: MESTO U INOSTRANSTVU/BEOGRAD, a u tekstu se navodi da je izjava dobijena preko telefona.

Ako, na primer, crnogorski premijer iz Brisela daje izjavu telefonom za *Betu*, na početku vesti će stajati BRISEL/BEOGRAD, a u tekstu će biti rečeno *u telefonskoj izjavi agenciji Beta iz Brisela...*

Ako crnogorski premijer, recimo, iz Brisela daje izjavu za Radio Crne Gore a Beta prenosi tu vest, na početku vesti će stajati:

BRISEL/PODGORICA, a u tekstu će biti rečeno *u izjavi za Radio Crne Gore iz Brisela...*

Ako premijer Srbije govori u Savetu bezbednosti a to se prati preko direktnog televizijskog prenosa, kao mesto biće navedeno UJEDINJENE NACIJE/BEOGRAD.

U vesti se podaci o mestu dešavanja unose u odnosu na već poznata odredišta: glavne gradove, veoma važne gradove, granice itd. Podaci o prostiranju i razdaljini unose se u kilometrima. (Npr: ...“Sartid“, željezara u Smederevu, gradu 80 kilometara jugoistočno od Beograda).

Poznate građevine i lokaliteti mogu se pominjati bez dodatnih objašnjenja (Bela kuća, Kremlj, Jelisejska polja, Dauning strit), ali manje poznate treba izbegavati.

#### 4.3.2. Pravilo upotrebe skraćenica<sup>54</sup>

Skraćenice se prema standardima *Novinske agencije Beta* pišu uvek u zagradi, nakon napisanog punog imena institucije, kompanije, političke partije...<sup>55</sup> Za ovakvo pravilo *Beta* se odlučila jer polazi od pretpostavke da je moguće da, ono što je jasno novinaru koji piše agencijsku vest, nije jasno čitaocu/slušaoocu/gledaocu koji prima tu vest. Tako će u vesti uvek pisati Demokratska stranka (DS), Srpsko narodno pozorište (SNP)... Izuzetak od ovih pravila moguć je pri upotrebi onih skraćenica za koje je procenjeno da su već dovoljno ušle u jezik pa su poznate svima, poput EU, UN, SAD, NATO, OEBS, BiH...

##### Primer 70:

Predstavnik Misije *OEBS-a* Dušan Vasiljević izjavio je danas da Srbija ima zabrinjavajući stepen energetske zavisnosti i da zato mora da ima koordinisanu akciju i strateški cilj u oblasti energetike.

Premijer Crne Gore Milo Đukanović izjavio je danas u Sarajevu da će Crna Gora podržati svako ustavno rešenje u *BiH*, koje se donese unutrašnjim dijalogom i konsenzusom unutar *BiH*.

Skraćenice se u tekst uvode samo onda kada će se određeni termin u tekstu još neki put ponoviti. Ukoliko ponavljanja nema, onda nema potrebe ni za uvođenjem skraćenica.

##### Primer 71:

Danas se navršava 90 godina od osnivanja prve zajedničke države Južnih Slovena – Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca (*SHS*). –

Od osnivanja kraljevine, država je promenila osam naziva i iz monarhističkog uređenja prešla u republiku.

<sup>54</sup> Skraćenice su kraći oblici reči i izraza, kao i jednočlanih i višečlanih vlastitih imena, nastale redukcijom njihove normalne glasovne strukture na jedan ili više slovnih znakova, čime se postiže ušteda u čitanju i pisanju, a u nekim slučajevima i u usmenom govoru, (Šipka, 2010: 1388).

<sup>55</sup> Ovakvo pravilo, međutim, nije univerzalno za sve agencije, pa ga recimo hrvatska *HINA* ne primenjuje. Na primer: "Općinski odbor *HDZ* Gradačca optužio je u nedjelju bošnjačke političke predstavnike da provode diskriminaciju i političko nasilje ne dopuštajući imenovanje hrvatskih predstavnika u tijela vlasti ove općine." *HINA* je dakle već u liđu koristila skraćenicu (*HDZ*), bez navođenja punog naziva te političke partije.



Kraljevina *SHS* zauzimala je teritoriju današnje Srbije, Bosne i Hercegovine, Makedonije i Crne Gore, i najveći deo današnje Hrvatske i Slovenije. Na čelu monarhije bila je dinastija Karađorđevića.

Agencija ne pribegava skraćenicama po svaku cenu, odnosno ne uvodi nove skraćenice, već koristi isključivo one koje su već široko prihvaćene među publikom.

Primer 72:

Za kupovinu nedeljnika *Nin*<sup>56</sup> ponude su dali *Večernje novosti* i kompanija *Ringier* (*Ringier*) *Srbija*, u čijem je vlasništvu dnevni list *Blic*, saznaje danas *Beta*.

U analiziranom korpusu *Betinih vesti*, međutim, uočili smo i izvesna odstupanja od ovog pravila:

Primer 73:

Poslanici *Demokratske stranke Srbije* zatražili su amandmanom da se dosadašnjih 138 sudova preimenuje u osnovne sudove i ocenili da je uklanjanje opštinskih sudova učinjeno nasumično, bez uvažavanja osnovnih kriterijuma poput broja predmeta i veličine opština.

Šef poslaničke grupe *DSS* Miloš Aligrudić kazao je da predlog zakona loš i da će "sa zadovoljstvom pritisnuti crveni taster" kada se bude glasalo o tom zakonu.

Agencijski novinar na ovom je mestu očigledno prekršio interni standard koji je propisalo uredništvo njegove agencije.

#### 4.3.3. Pravilo pisanja stranih imena

Prema Betinim standardima, strana imena i nazivi se pišu onako kako se izgovaraju u srpskom jeziku, ali se potom u zagradi napiše i kako se ta

---

<sup>56</sup> *Nin* je zapravo skraćenica za *Nedeljne informativne novine*, ali se već odavno kao njegov zvanični naziv koristi isključivo skraćenica. Slično kao i *Tanjug*, čije ime je skraćenica od *Telegrafska agencija nove Jugoslavije*. Reč je zapravo o *leksikalizovanim* skraćenicama koje imaju oblik, naglasak i promenu kao i sve druge reči srpskog jezika, (Šipka, 2010: 1391).

imena i nazivi pišu u jeziku iz kojeg dolaze: Džon Mejdžor (John Major), *Mađar so* (*Magyar Szo*), Gete (Goethe), „Bitlsi” („Beatles”)...<sup>57</sup>

Primer 74:

Ministar inostranih poslova Frank-Valter Štajnmajer (Frank-Walter Steinmeier) rekao je za dnevnik *Handelsblat* (*Handelsblatt*) da “nemačka pozicija ostaje ista kao i na samitu NATO-a u Bukureštu u proleće ove godine”.<sup>58</sup>

Kada su u pitanju neevropski jezici u posmatranom korpusu primećuje se da transkripcija izostaje:

Primer 75:

Japanski premijer Taro Aso imaće bilateralne susrete s južnokorejskim predsednikom Li Mjung-bakom i kineskim premijerom Ven Điabaom.

U analiziranom korpusu *Betinih* proizvoda, međutim, uočeni su brojni primeri nedoslednosti u primeni pravila o pisanju stranih imena i institucija, što znači da se ovo interno agencijsko pravilo veoma često ne primenjuje.

#### 4.3.4. Pravilo pisanja brojeva

Prema standardima *Novinske agencije Beta*, brojevi od 0 do 10 pišu se slovima, a svi brojevi veći od deset pišu se brojkama. Brojevi od 1.000 pa na više pišu se sa tačkom između, u ovom slučaju, jedinice i nula:

1000=1.000

1234567=1.234.567

<sup>57</sup> Strane agencije, kao i hrvatska *HINA*, imena navode u originalu, to jest u engleskoj transkripciji kada je u pitanju neki od neevropskih jezika.

<sup>58</sup> U *Pravopisnom rečniku srpskoga jezika* (2010), Milan Šipka navodi, pozivajući se i na *Pravopis Matice srpske*, da se u srpskom standardnom jeziku mogu, izuzetno, u izvornoj latiničnoj grafiji pisati strana imena kada je to potrebno radi potpunije identifikaciječnosti koja ta imena nose. On, međutim, kaže da se tome pribegava uglavnom u naučnim delima, kao i u enciklopedijama i leksikonima. Šipka, dakle, ne navodi novinarstvo kao oblast u kojoj je uobičajena izvorna latinična grafija za strana imena. Agencija *Beta* očigledno transkribuje imena u originalu zato što ima razmenu i sa svetskim novinskim agencijama.

Ovo pravilo uvedeno je iz čisto praktičnih razloga, da bi korisnicima bilo lakše da pročitaju brojku koju imaju pred sobom (Priručnik *NA Beta*, 2009).

Takođe, dozvoljeno je i zaokruživanje cifara na “okrugle” brojeve pa milionski iznos iz gornjeg primera (1.234.567) može da se napiše i kao 1,235 miliona, ili “više od 1,2 miliona” (dinarara, stanovnika...). Kada su u pitanju procenti, umesto znaka % treba pisati “odsto” ili “procenata”, pre svega zbog mogućnosti zabune pri konverziji različitih kompjuterskih fontova.

Pri pisanju iznosa u brojkama treba biti veoma pažljiv zbog mogućih grešaka. Zbog toga se preporučuje da se iznosi pažljivo provere, pre nego što se emituju.

U agencijskim vestima upotrebljava se metrički sistem koji je već u ustaljenoj upotrebi svuda u svetu. Anglosaksonske mere (milja, jard, stopa) polako izlaze iz upotrebe, a ukoliko se pojavljuju u vestima koje se preuzimaju od stranih agencija, potrebno ih je prevesti u metrički sistem.<sup>59</sup> Temperatura se navodi u stepenima Celzijusa. U anglosaksonskim zemljama ona se izražava u Farenhajtima pa te vrednosti uvek treba pretvoriti u stepene Celzijusa.

Novčani iznosi u vestima koje su namenjene za domaće medijsko tržište navode se u dinarima, a ukoliko je to potrebno, izražavaju u evrima u zagradi. Valute stranih zemalja navode se u domaćoj valuti, sa evrima u zagradi. U istoj vesti ne treba kombinovati vrednosti izražene u različitim stranim valutama, recimo u evrima<sup>60</sup> i dolarima<sup>61</sup>, već ih sve treba izraziti u jednoj valuti da bi bile uporedive.

#### 4.3.5. Ovremenjavanje radnje

Svi tekstovi, izuzev onih za koje nije posebno naznačeno drugačije (tekstovi za pojedine posebne servise, za internet sajtove) počinju osnovnim elementima datiranja, tj. nazivom mesta odakle je tekst poslat, datumom i imenom agencije koja ga prenosi:

<sup>59</sup> *Beta* ne koristi ni izraze poput vagona i metričkih centi. Vagon je 10 tona.

<sup>60</sup> Evro ne treba nazivati “euro” (Šipka 2010: 254).

<sup>61</sup> Standardi agencije *Beta* nalažu da se u vesti uvek napomene o kojima je dolarima reč: američkim, kanadskim, australijskim...

BEOGRAD, 24. aprila 2003. (*Beta*) – Prvi pasus

U lidu agencijske vesti u velikoj većini posmatranih slučajeva navodi se priloška odredba za vreme danas, odnosno večeras, jutros:

Primer 76:

Dinar je danas oslabio za 0,35 odsto prema evru i time pao na najniži nivo od početka godine, a zvanični srednji kurs je 89,5083 dinara za evro.

Sin legendarnog vozača Formule jedan Alana Prosta Nikolas izjavio je danas da želi da krene očevim stopama i, za početak, pokuša da dođe do mesta test vozača „Ferarija”.

Španski klub objavio je jutros na svom zvaničnom sajtu da će umesto Markeza ekipu do daljeg voditi njegov pomoćnik Oskar Perarnau.

Zbog vremenske razlike, kao i zato što njihove vesti prenosi štampa na različitim kontinentima, svetske agencije nekad izbegavaju reč “danas” i koriste naziv dana u kojem se događaj desio.

Iako ređe, u posmatranom korpusu u lidu vesti susrešćemo i noćas i to u vestima koje se emituju iz delova sveta sa velikom vremenskom razlikom:

Primer 77:

Najveća banka u SAD, Banka Amerike (Bank of America Corp) saopštila je noćas da ukida između 30.000 i 35.000 radnih mesta u naredne tri godine pošto okonča udruživanje sa finansijskom kućom Meril Linč (Merrill Lynch & Co) koju je nedavno kupila.

Priloške odredbe za prošlo vreme kao što su *juče* i *sinoć* ne susreću se u lidu, već uglavnom u bekgraundu vesti ili izveštaja:

Primer 78:

Nekoliko stotina antivladinih demonstancija napustilo je jutros međunarodni aerodrom u Bangkoku, gde su protestovali više od nedelju dana, saopštila je danas aerodromska služba u tajlandskoj prestonici.

Lider opozicione Narodne alijanse za demokratiju (PAD) Sondhi Limthongkul izjavio je *sinoć* da će se demonstranati koji su blokirali međunarodni aerodrom Suvarnabhumi i domaći aerodrom Don Muang povući ujutro.

Pakistanski predsednik Asif Ali Zardari izjavio je danas da će teroristima, osumnjičenim za napade u Mumbaju, biti suđeno u Pakistanu ako za to postoje dokazi.

Zardarijeva izjava je odgovor na zahtev Indije da isporuči osobe osumnjičene za prošlonedeljni napad u Indiji.

Indija je *juče* zatražila od Pakistana da joj isporuči teroriste, osumnjičene za napade u Mumbaju.

Potreba da se već u lidu istakne priloška odredba za sadašnje vreme proističe iz činjenice da agencija uvek mora da bude aktuelna i da to jasno predoči korisnicima svojih proizvoda.

U slučaju kada se izveštava o nečemu što se desilo juče, treba objasniti klijentima otkud kašnjenje. Ako je u pitanju saopštenje o nečemu što se desilo dva dana ranije, onda treba reći odmah da je to “saopšteno danas”.

#### Primer 79:

Nebojši S. (48) iz leskovačkog sela Bogojevce određen je pritvor do mesec dana zbog nanošenja teških telesnih povreda opasnih po život svojoj majci Danici S. (81), *saopšteno je danas* u Policijskoj upravi u Leskovcu.

Danica S. je sa teškim povredama po glavi i telu smeštena u Klinički centar u Nišu.

Nebojša S. je svoju majku premlatio *pre dva dana* u zajedničkoj porodičnoj kući u kojoj su živeli sami.

Inače, u načelu, jučerašnja vest je za “koš”, odnosno ne objavljuje se.

Precizna satnica karakteristična je pre svega za agencijsku najavu događaja:

#### Primer 80:

U 11.30 na Fakultetu tehničkih nauka, svečanost povodom otvaranja prvog opšteg Informacionog centra o Evropskoj uniji u Srbiji. Učestvuju: direktorka Kancelarije za evropske integracije Vlade Srbije Milica Delević, šef Delegacije Evropske komisije u Srbiji Žozep Ljoveras i rektorka Univerziteta u Novom Sadu Radmila Marinković-Nedučin.

Navođenje precizne satnice karakteristično je za vesti i izveštaje o prirodnim katastrofama ili o tragedijama:

#### Primer 81:

Eksplozija je odjeknula *oko osam časova*, po lokalnom vremenu, u šiitskom kvartu Šola, na severoistoku Bagdada.

Najčešće glagolsko vreme koje se koristi u agencijskim vestima je perfekt, pošto se izveštava o događajima koji su se desili u prošlosti:

#### Primer 82:

Najmanje četvoro Iračana *je* jutros *poginulo* u eksploziji automobila bombe ispred jednog restorana u Bagdadu, saopšteno je iz iračkog ministarstva unutrašnjih poslova i odbrane.

Kako se dodaje, najmanje 13 osoba *je povređeno* u napadu, među kojima ima žena.

Eksplozija *je odjeknula* oko osam časova, po lokalnom vremenu, u šiitskom kvartu Šola, na severoistoku Bagdada.

Automobil u kojem *je bila* postavljena bomba *bio je* parkiran ispred ulaza u restoran.

Upotreba futura karakteritična je za agencijske najave događaja i za najavne vesti:

#### Primer 83:

U 11.00 u Institutu za srpski jezik (Đure Jakšića 9) konferencija za novinare na kojoj *će biti* saopšteno ime dobitnika nagrade za najbolje de-

lo iz nauke o srpskom jeziku u 2008. godini koju dodeljuje Slavističko društvo Srbije.

U beogradskom Sava centru sutra *će biti* održana konferencija pod nazivom “Suđenja za ratne zločine – aktuelni trenutak, rezultati i perspektive”.

Skup organizuje Veće za ratne zločine Okružnog suda u Beogradu u saradnji sa Misijom OEBS-a u Srbiji i uz podršku Ministarstva pravde i Nacionalnog saveta za saradnju sa Haškim tribunalom.

Učesnici konferencije *će* pored sudija Veća za ratne zločine i Vrhovnog suda Srbije (VSS) *biti* i sudije iz Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Haškog tribunala Fausto Pokar i Karmel Adžijus (Carmel Agius).

Na skupu *će govoriti* ministarka pravde Srbije Snežana Malović, šef Nacionalnog saveta za saradnju sa Haškim tribunalom Rasim Ljajić, predsednica VSS Vida Petrović-Škero, tužilac za ratne zločine Srbije Vladimir Vukčević i šef Misije OEBS-a Hans Ula Urstad.

Prezent se uglavnom sreće u agencijskim člancima, koji su često pisani stilom koji je sličan novinskoj reportaži, odnosno žanrovima koji su bliži književnom stilu izražavanja:

Primer 84:

Senka globalne krize nadvila se i nad Kazahstanom. Kako nad stepom i usamljenim stočarima koji *napasaju* stada, tako i nad stanovnicima velikih gradova naviknutim na šampanjac i “firmirane” stvari.

Prodaja „poršea” i „mercedesa” je prepolovljena a ni “Luj Viton” tašne *ne idu* kao pre.

Za Danaibeka Saidenova, koji kao i generacije pre njega živi nomadski sa svojim stadom, sa svetskom finansijskom krizom ionako težak život postao je još teži. Potražnja za njegovim proizvodima *pada* i Saidenov se suočava sa mnogo opasnijim neprijateljem od onih iz stepe.

Sati se u vestima i izveštajima novinskih agencija navode po lokalnom vremenu, uz naznaku o kojem je vremenu reč i u zavisnosti od toga gde se nalazi centrala neke agencije. To je posebno važno u sportskim vestima i najavama utakmica. Vreme se navodi od 0 do 24 časa, a ne u periodima od

po 12 časova za pre i posle podne. Ako se vreme iskazuje brojkama onda se mora poštovati važeći pravopis. Ne treba se povoditi za oznakama iz engleskog, francuskog ili nekog drugog jezika.

#### 4.3.6. Direktan i indirektan govor

U agencijskim vestima zastupljeni su i direktan i indirektan govor, uz određene ustaljene standarde. Agencijska vest gotovo po pravilu počinje indirektnim govorom, odnosno parafraziranjem onoga što je neko izrekao ili prepričavanjem nekog događaja. Direktan govor koristi se najčešće prilikom uzimanja izjave, pravljenja intervjua, prilikom prenošenja reči sa konferencije za novinare i sl.

Primer 85:

Klipa: Očekujem, napokon, da se probudimo protiv „Artlanda“

BEOGRAD, 1. decembra 2008. (*Beta*) – Trener košarkaša „FMP“-a iz Železnika Slobodan Klipa izrazio je danas očekivanje da njegova ekipa u meču drugog kola Evrokupa sa nemačkim „Artlandom“ pokaže da je u stanju da izađe iz krize i da prekine seriju poraza.

“Očekujem da se napokon probudimo iz lošeg stanja, posle nokauta u Zadru. Tamo smo preživeli šok i očekujem da sutra odigramo dobro utakmicu. Daćemo sve od sebe, a znam da imamo kvalitet da savladamo Nemce”, rekao je Klipa agenciji *Beta*...

U gornjem primeru agencijski novinar odlučio se za upotrebu direktnog govora u drugom pasusu jer na taj način postiže višestruki efekat po publiku: direktni govor vest čini kredibilnijom i pokazuje da je novinar ili bio na nekom događaju sa kojeg izveštava ili da je lično razgovarao sa, u ovom slučaju, trenerom jedne sportske ekipe. Direktni govor se u ovom slučaju, kao i u mnogim drugim, koristi kada novinar raspolaze efektnim citatom, koji je samim tim i vrlo ilustrativan i prepun izraza koji prikazuju jak emotivni naboj govornika, poput: *da se napokon probudimo iz lošeg stanja, posle nokauta u Zadru, preživeli šok, daćemo sve od sebe.*



## Primer 86:

Lajčak: Srbija ima posebnu odgovornost u regionu

BEOGRAD, 10. decembra 2008. (*Beta*) – Visoki predstavnik u BiH Miroslav Lajčak, koji je danas došao u jednodnevnu posetu Beogradu, izjavio je da Srbija kao potpisnica Dejtonskog sporazuma ima posebnu ulogu i odgovornost u nastojanju zemalja regiona da se priključe Evropskoj uniji i NATO.

“Mi smo danas 13 godina nakon Dejtona. BiH je potpisala Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju, ima jasne evropske ambicije i u tim ambicijama je jako važno da imamo dobru regionalnu atmosferu. Srbija kao potpisnik Dejtonskog sporazuma ima posebnu ulogu i posebnu odgovornost u odnosu na BiH”, rekao je Lajčak u intervjuu agenciji *Beta*...

Ovaj primer je zapravo klasičan agencijski intervju gde se, uglavnom, pasusi smenjuju u ritmu indirektni govor (parafraziranje intervjuisanog) – direktni govor (efektni citati, koji obiluju subjektivnim stavovima i ocenama intervjuisanog).

U sledećem primeru, vidimo da je i izveštaj sa konferencije za novinare sročen na sličan način kao i izjava i intervju:

## Primer 87:

Koncert za Ahtisarija otvara Dajana Ros

OSLO, 11. decembar 2008. (*Beta-AP*) – Američka glumica Skarlet Johanson, britanski glumac Majkl Kejn i drugi umetnici izjavili su da se nadaju da će njihovi nastupi na večerašnjem koncertu u čast Nobelove nagrade za mir privući pažnju na stil laureata, Martija Ahtisarija, u pregovorima kao rešenju konflikata.

“Važno je da podsetimo mlade ljude da je mir jedina prava pobeda”, rekla je Skarlet Johanson na konferenciji za novinare pred koncert...

Na ovom mestu na scenu stupa direktni govor kao “oružje” da se iznesu ocene o nekim aktuelnim temama a da se zadrži agencijska objektivnost:

## Primer 88:

Kompanije će ulagati u internet softver i zaštitu računara

NJUJORK, 23. decembra 2008. (*Beta*) – Kompanije će u 2009, zbog ekonomske krize, manje ulagati u informacione tehnologije, ali će povećati ulaganja u pojedine segmente tržišta, poput internet softvera, aplikacija za mobilne uređaje i zaštite računara.

“Kompanije će biti opreznije i selektivnije će investirati u tehnologije”, kazala je analitičarka kompanije za istraživanje tržišta „Forester riserča” („Forrester Research”) Mišel Pelino, preneo je danas *Vol strit žurnal*...

Direktni govor koristi se i kada, na primer, političari imaju dva različita viđenja o istoj stvari ili problemu. U primeru 89 kurzivom je označen deo koji se odnosi na novinarski princip *za i protiv* (pro et contra). Kao što se vidi, i ovde je upotrebljen direktni govor, odnosno citat jednog političkog zvaničnika, pošto je subjektivan i ilustrativan.

## Primer 89:

Manaj: Sa Srbijom se može razgovarati samo kao sa susedom

PRIŠTINA, 1. decembra 2008. (*Beta*) – Srbija i Kosovo mogu razgovarati samo kao dve susedne zemlje, dok su razgovori o statusu okončani, izjavio je zamenik premijera Kosova Ram Manaj.

“Za institucije i narod Kosova politički status je rešen 17. februara. To je nezavisnost Kosova. Nezavisnost je proglašena u koordinaciji sa međunarodnim faktorima i priznale su je 52 države.

Što se tiče političkog statusa, svi razgovori su okončani”, rekao je Manaj za današnji dnevnik *Koha ditore*.

*Odgovarajući na pitanje povodom izjave predsednika Srbije Borisa Tadića da o statusu Kosova za izvesno vreme treba razgovarati sa predstavnicima kosovskih Albanaca, Manaj je kazao da se sa Srbijom može razgovarati samo kao dve nezavisne i suverene države.*

“Unutar takve realnosti Kosovo je zainteresovano da neguje i razvija dobre odnose sa svim susedima iz regiona i sveta što je interes i tih zemalja”, rekao je Manaj i ocenio da su izjave poput Tadićeve “više za unutrašnje potrebe”...

Prema agencijskim standardima idealna vest je zapravo kombinacija indirektnog i direktnog govora. Direktni govor čini da agencijska vest bude dinamična. Citat je za agencijsku vest isto što i ubacivanje tonova i slika u, recimo, radijski ili televizijski izveštaj.

#### 4.3.7. Upotreba leksema iz standardnojezičkog fonda u osnovnom i u ekspresivnom značenju

U mnogim novinarskim priručnicima ističe se da je upotreba sinonimičnih leksema ne samo potrebna nego i poželjna u novinskom tekstu. To proizlazi iz pravila po kojem novinar u istoj vesti ili izveštaju treba da izbegava ponavljanja reči i izraza.

Tako će, na primer, u izveštaju o stanju na putevima u Srbiji za reč *put* biti upotrebljeno nekoliko različitih izraza: *kolovoz*, *deonica*, *magistrala*, *autoput*... U istom izveštaju *planine* će biti označene i kao *viši predeli*. U sportskoj vesti o pripremama ženske rukometne reprezentacije Srbije, taj tim je označen sa više različitih leksema:

*reprezentacija Srbije*, *ekipa*, *rukometašice*, *rukometašice Srbije*. U vestima i izveštajima *plata* će često biti *zarada*, *dinar* je *domaća valuta*, a *opština* je i *lokalna samouprava*, dok su *nevladine organizacije* zapravo *civilno društvo*.

U navedenim primerima reč je o osnovnim leksemama i pravim ili češće kontekstualnim sinonimima. Slično stoje stvari i kada je reč o, recimo, održavanju *konferencija*, jer se ona u vesti naziva i *skup*. Ali, kada je u poljskom gradu Poznanju u decembru 2008. godine bila održana Konferencija UN o klimatskim promenama, agencijski novinar ju je u svome izveštaju nazvao *samit*, *konferencija* i na kraju – *mamutska klimatska konferencija*. Poslednji izraz u sebi ima i dosta frazeološkog, gde *mamutski* znači velik.

Kada se izveštava sa *suđenja*, u vestima se često pojavljuje leksema *glavni pretres*, koja je termin koji dodatno objašnjava fazu sudskog procesa. Slično važi i za *advokate*, koji, ukoliko su zastupnici odbrane, u nastavku vesti postaju *branioci*. To je odnos hipernima i hiponima: svaki branilac je advokat, ali svaki advokat nije branilac. Sindikat u vesti

postaje reprezentativni sindikat čime se zapravo jasno sugerije da je reč o sindikatu koji ima dovoljan broj članova i koji je uticajan u borbi za radnička prava. A radnici koji su dobili otkaz su *otpušteni*, ali ih novinar zbog potrebe da se ne ponavlja dalje u vesti naziva i *tehnološkim viškom*, što je zapravo prilično nejasan eufemizam za radnike koji su ostali bez posla. Konkretni rudnici u vesti postaju *ugljenokopi*, čime se kratko i jasno opisuje da je reč o rudnicima uglja. Oni koji boluju od side u vestima se označavaju kao *zaraženi virusom HIV-a*, odnosno *HIV pozitivni* ili prosto *oboleli od side*. Prva dva izraza takođe su eufemizmi za bolest, jer nose sa sobom i stručno, medicinsko značenje, koje nije razumljivo širokoj publici. Slična je stvar i sa *nezaštićenim heteroseksualnim odnosom* koji je glavni uzročnik side, a koji je u stvari, kako nam to novinar kasnije u tekstu saopštava – *nezaštićen seksualni odnos* između muškarca i žene.

Na 90. godišnjicu stvaranja Kraljevine SHS čitamo vest u kojoj se ta država naziva *prva zajednička država Južnih Slovena*, zatim *Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca*, potom *kraljevina, država, monarhija*. Sve ove lekseme nas upućuju u to da je reč o nečemu što se po prvi put u istoriji desilo, a saopštavaju nam i kakvo je društveno uređenje bilo u toj državi.

U sportskim vestima *Novinske agencije Beta* jasno se kaže *američka profesionalna košarkaška liga* pa tek potom *NBA*, da bi se publici objasnilo o čemu je reč. Slično je i sa timom iz NBA lige, Torontom, koji se, sem po svom imenu, označava i ekspresivno – *tim iz Kanade*, čime se zapravo naglašava da u američkoj profesionalnoj ligi igra i jedan tim iz susedne države. U želji za izbegavanjem ponavljanja, agencijski novinar u sportskim vestima *trenera* često naziva i *šefom stručnog štaba*, što takođe ima ekspresivno značenje, jer čitaoca/slušoca/gledaoca upućuje na činjenicu da je trener zapravo osoba iza koje stoji čitav tim sportskih stručnjaka. Doduše, ovaj sinonim nije dobro izabran, jer *šef stručnog štaba* ne mora da znači u svim sportskim klubovima isto što i *trener*.

*Skupština Srbije* u agencijskim vestima često se označava kao *srpski parlament*, baš kao što se, recimo, *premijer Rusije* Vladimir Putin često naziva i *ruski premijer*. Upotreba prisvojnih prideva srpski i ruski, iako sintaksički ispravna, može da ima i pomalo problematičnu semantiku: da li je to parlament koji je rezervisan samo za Srbe, odnosno da li je Putin premijer samo za Ruse? Jer i Srbija i Rusija jesu multietničke a ne nacionalno homogene države. Sličan je slučaj i sa engleskim parlamentom, u kojem ne sede samo Englezi.

U vreme hladnog rata nije bio redak slučaj takozvanih suptilnih manipulacija javnim mnjenjem i u izveštavanju novinskih agencija. Tako

je, na primer, u izveštavanju zapadnih agencija predsednik tadašnje SFRJ Josip Broz Tito često bio nazivan *maršal Jugoslavije Tito*, čime se, zapravo, slala prilično jasna poruka: reč je o državi kojom vlada vojska. Nisu bili retki slučajevi ni kada su zapadne agencije Tita označavale kao *doživotnog predsednika*, što on i jeste bio, ali se na taj način javnosti šalje poruka da je reč o nedemokratskoj državi sa primesama diktature. S druge strane, državni *Tanjug* Tita je nazivao predsednikom a neretko i *drugom Titom*, čime se zapravo izražavala neka vrsta prisnosti između medija i predsednika.

U današnjem svetu, koji više nije blokovski podeljen, agencije izbegavaju ovakve kvalifikacije i staraju se da ostanu što je moguće neutralnije, sem kada citiraju stavove pojedinaca ili organizacija:

Primer 90:

“Izveštavanje mnogih medija u Srbiji povodom smrti bivšeg diktatora i optuženika za najteža krivična dela Slobodana Miloševića, daleko je ispod svih profesionalnih kriterijuma, ali i dobrog ukusa, te se može imenovati propagandnom morbidnošću koja se graniči sa nekrofilijom”, ocenio je NDNV.

S obzirom na to da Miloševiću nikada nije presuđeno za dela za koja je bio optužen, jer je u međuvremenu umro, agencijski novinar u svojoj rečenici neće koristiti kvalifikacije tipa *ratni zločinac* a pogotovo ne *diktator*, sem, kako smo videli, u citatu.

U posmatranom korpusu vesti dalaj-lama se, na primer, označava kao *duhovni vođa tibetanskih budista* ili kao *tibetanski duhovni vođa*. Predsednik Južne Koreje, koji namerava da zauzme oštrij stav prema Severnoj Koreji je *konzervativni predsednik Li Mjung-bak*, dok je Severna Koreja – *komunistički sever*. I u slučaju dalaj-lame i u slučaju dvaju Koreja uloga leksema u ekspresivnom značenju je u svojstvu dodatnog objašnjavanja onoga što je u vesti rečeno, bez ulaženja u to da li je, na primer, dalaj-lama za Kineze omražena ličnost ili vođa pobornika nezavisnog Tibeta, odnosno da li je u Severnoj Koreji na snazi diktatura a u Južnoj demokratija.

Slično stoje stvari i sa zbivanjima u Meksiku, gde su česti obračuni između pripadnika narko-kartela, a koji se u agencijskim vestima nazivaju *bande preprodavaca droge, naoružane grupe ljudi*. Agencijski novinar ne ulazi u to kakvu ideologiju možda zastupaju ove bande, već ga isključivo

zanima da publici na jasan način saopšti ono što jesu notorne i utvrđene činjenice: da Meksiko ima velikih problema sa moćnim švercerima droge, koji se neprestano bore za primat a u toj borbi najčešće stradaju nevini. U jednoj od vesti iz našeg korpusa čitamo i o hapšenju na Kosovu *trojice saradnika Savezne obavestajne službe (BND) Nemačke*, a kasnije u tekstu nailazimo i na leksemu *agenti*, koja ima ekspresivno značenje u smislu *strani špijuni*, koji u širokoj javnosti nisu baš omiljeni na način na koji filmofili vole Džejmisa Bonda.

U vesti koju je agencija *Beta* preuzela od *AFP-a* o bombaškim napadima u Pakistanu navodi se da su odgovornost za njih preuzeli talibani, koji se kasnije u tekstu nazivaju i *pobunjenici*. U ovom slučaju i jedna i druga leksema su, zapravo, ekspresivne. Leksema *talibani*, barem u zapadnom svetu, sobom nosi negativnu konotaciju. *Pobunjenici*, pak, mogu da asociraju na borbu za slobodu. Odnosno i jedna i druga leksema može da nosi određenu ideološku poruku i može da se tumači na različite načine, u zavisnosti od toga na kojem se delu planete ova vest čita/sluš/gleda.

Zanimljiv je i sledeći primer, o terorističkim napadima u Indiji (i ovu vest *Beta* je preuzela od *AFP-a*):

Primer 91:

Od ukupnog broja izraelskih žrtava terorističkih napada u Mumbaju, osam ih je stradalo u Jevrejskom centru kao taoci ekstremista.

*Izraelske žrtve* su u lidu ove agencijske vesti označene i kao taoci, a teroristi su ujedno i *ekstremisti*. Dalje u vesti srećemo i izraz *islamski ekstremisti*, čije značenje nije lišeno izvesne problematičnosti, s obzirom na poznate predrasude koje na Zapadu vladaju prema islamu, naročito nakon napada Al kaide na zgrade Svetskog trgovinskog centra u Njujorku, 11. septembra 2001. godine.

Agencijskom novinaru u Srbiji nije lako ni kada piše o ovdašnjim biznismenima koji su se tokom devedesetih godina prošlog veka obogatili na sumnjiv način. Budući da većini njih nikada nije suđeno, iako je širokoj javnosti poznato da njihovo bogatstvo potiče od šverca akcizne robe u vreme sankcija i ratova, agencijski novinar bez pravosnažne sudske presude njih ne može nazvati kriminalcima, mafijašima i tome slično, pa pribegava izrazu *kontroverzni biznismen*, koji nije običan *biznismen*,

već je *tajkun*, što je opšteprihvaćena reč za imenovanje biznismena koji su na brzinu stekli bogatstvo. Ipak, kada su tajkuni u pitanju, valja primetiti da u posmatranom korpusu agencija *Beta* taj izraz ne koristi, barem ne kao autorski stav novinara, već ga koristi isključivo u citatima i prilikom prenošenja vesti drugih agencija i drugih medija iz, na primer, Rusije ili Crne Gore.

*Haški tribunal* je u agencijskim vestima *Međunarodni sud za ratne zločine za bivšu Jugoslaviju ili Haški sud*. U jeziku naših medija on se odomaćio kao *Tribunal* i to većinom sa negativnom konotacijom u domaćem javnom mnjenju pa se upotreba lekseme *Tribunal* može smatrati i vrstom suptilno izraženog novinarskog stava prema ovom sudu.

Kada piše vest o, na primer, protestima ratara, agencijski novinar će se naći u nevolji kakve sve sinonime da obezbedi pa piše: *seljak*, *paor*, *poljoprivrednik* ili birokratski rečeno *individualni poljoprivredni proizvođač*. Sem ratara i poljoprivrednika, svaka sledeća leksema ima ekspresivno značenje. *Seljak* se, recimo, u delu domaće gradske javnosti percipira i kao primitivac, a *paor* sobom nosi i ideološku konotaciju. Naime, nijedan drugi seljak sem vojvođanskog ne naziva se paorom. U vreme socijalizma, paor je imao direktno negativno značenje i koristio se kada se želeo označiti ratar koji je veleposednik i izrabljivač radnika. U postsocijalističkom vremenu kada se kaže *paor* misli se zapravo na ratare kojima su komunisti oduzeli svu zemlju a nove vlasti im još uvek nisu vratile sve.

Pogledajmo naredne primere u kome se u različitim kontekstima koriste leksema *seljak*:

Primer 92:

“Takve se stvari događaju kada se vodi *seljačka politika*”, kazao je Maljoku i dodao da Kosovo nema predsednika jer i njega kontroliše premijer.

Kina je prošlog meseca objavila stimulatívni paket vredan 4.000 milijardi juana (blizu 500 milijardi dolara) koji predviđa veća ulaganja u infrastrukturu, smanjenje poreza i pomoć *seljacima* i sirotinji.

“U suprotnom će neko iz Vlade morati da objasni građanima kako će *seljaci* sledeće godine prihraniti žito ako Azotara ne radi i koliko će koštati hleb”, dodao je.

U prvom primeru srećemo sintagmu *seljačka politika*, dakle imamo očigledno negativnu pa i uvredljivu upotrebu lekseme *seljak*, od čega se agencijski novinar ograđuje navodeći je u citatu. Iz drugog primera jasno nam je da je reč o ratarima u Kini koji očigledno teško žive, pa leksema *seljak* ima i socijalnu konotaciju, odnosno konotaciju klasnog pripadanja. U trećem primeru, gde je reč o ratarima iz Pančeva koji imaju problema u nabavci mineralnih đubriva, leksema *seljak* zapravo nas upućuje na probleme koje poljoprivrednici imaju u proizvodnji osnovnih namirnica poput hleba.

U jednom posmatranom članku, koji govori o tome kako se kri-za odražava na naftom bogati Kazahstan, dobar deo teksta posvećen je *stočarima* iz te države, koji se označavaju kao *nomadi*, *usamljeni stočari* i na kraju i kao *stočari-nomadi*. U ovom slučaju, za razliku od prethodnog primera sa upotrebom lekseme *seljak*, reč je o sinonimima koji samo dodatno opisuju (dočaravaju sliku) o kakvim je stočarima ovde reč.

Agencijski novinar mora da bude na oprezu i kada koristi lekseme koje potencijalno sobom mogu nositi i uvredljive kvalifikacije o materijalnom i socijalnom položaju recimo starijih osoba. Tako agencijski novinar, za razliku od novinara nekih drugih medija, nikada neće u vesti napisati da je starac *pretraživao kontejnere*, s obzirom da takva poruka može da bude protumačena i da su svi stari ljudi, zapravo, toliko siromašni da nemaju šta da jedu. U sledećem primeru srećemo dobar način upotrebe lekseme *starica*:

### Primer 93:

Novosadska policija uhapsila je Samira G. (23) i Gzima G. (25), jer su opljačkali i pretukli Novosađanku B. R. (82), saopštila je danas policija. Oni se terete da su na ulici fizički napali *staricu*, oborili je na trotoar, oduzeli joj torbu i slomili levu ruku...

Drugim rečima, nema sumnje da je žena koja ima 82 godine *starica* i nema sumnje da je činjenica da su je opljačkali dvojica mladića primer brutalne pljačke. Stoga se može reći da leksema *starica* u ovom kontekstu kod publike može da izazove i empatiju, odnosno da ima i ekspresivno značenje.

Na osnovu svih navedenih primera možemo zaključiti da agencijski stil teži upotrebi leksema u osnovnom značenju, kao i upotrebi sinon-



ima koji često nemaju drukčije značenje od osnovnog. U agencijskim vestima, međutim, neretko srećemo i lekseme u ekspresivnom značenju, koje zapravo samo dodatno objašnjavaju leksemu u osnovnom značenju. Pritom, agencijski novinar se kloni leksema u ekspresivnom značenju iz kojih može da se iščita da određena agencija zastupa i zagovara, na primer, određeni politički ili ideološki stav. Ipak, u posmatranom korpusu moguće je, kako smo napred i pokazali, pronaći ekspresivne lekseme koje ne bi trebalo da se pojavljuju u agencijskom novinarstvu i koje liče na, namerne ili nenamerne, mehanizme suptilne manipulacije javnim mnjenjem.

#### 4.3.8. Pravilo ograničavanja upotrebe frazeologizama

Novinari se često neodmereno koriste frazeološkim sredstvima što vodi ka šablonizaciji izraza i banalizaciji poruke. Novinar se frazeološkim sredstvima služi verovatno da bi svoje kazivanje učinio izražajnijim, ubedljivijim, slikovitijim i bližim narodnom vrelu mudosti i rečitosti. Jer tako prezentovana poruka može se brže i lakše usvojiti, zapamtiti, što i jeste krajnji cilj. Međutim, sve je učestalija upotreba frazeologizama, naročito u informativno-političkim i u sportskim rubrikama u štampanim medijima (Petrović 1989: 5-6). Sličan nalaz, na osnovu posmatranog korpusa, ne vredi za agencijske vesti i izveštaje.

Frazeologiju čine ustaljeni frazeologizirani skupovi reči koji potiču iz različitih oblasti upotrebe jezika. Osnovno kategorijalno obeležje frazeološke jedinice jeste ekspresivnost, jer se njome izražava stav govornika u odnosu na označeni predmet. Izbor jezičkih sredstava u novinama manje-više je uslovljen karakterističnim obeležjima novinarskih žanrova pa je tako veća sloboda izbora u onim žanrovima koji su bliži književnosti, dok je u ostalim, tipično novinarskim žanrovima (vesti, izveštaji, članci), izbor frazeologizama ograničen potrebom da se kratko i precizno, bez redundantnih elemenata, saopšti predmet informacije, a da se pritom ne ističe subjektivni odnos prema saopštenoj informaciji (Petrović, 1989: 32-33).

Naslovi u novinama često su frazeologizmi. U agencijskim naslovima uglavnom to nije slučaj. Razlika se vidi u sledećem primeru, u načinu na koji je *Blic* obradio *Betin* naslov:

Primer 94:

*Beta*: Spoljni dug Srbije u 2008. povećan za 15 odsto

*Blic*: Porastao spoljni dug Srbije

U posmatranom korpusu vesti primećeno je malo frazeologizama u izvornim Betinim vestima, iako ima i takvih primera:

Primer 95:

SVT-POLJSKA-EKOLOGIJA

*Svetska kriza nije izgovor da se dignu ruke od ekologije*

VARŠAVA, 1. decembra 2008. (*Beta*) – *Svetska finansijska kriza ne sme da bude izgovor da se dignu ruke od zaštite životne sredine* i borbe protiv ubrzanih klimatskih promena, upozorio je danas u Poznanju na klimatskom samitu UN poljski premijer Donald Tusk.

“Moramo da shvatimo da se finansijske krize dešavaju i dešavaće se, ali rad na zaštiti životne sredine ne zavisi od privredne konjunktura”, rekao je Tusk otvarajući XIV konferenciju UN o klimatskim promenama (COP14).

*Mamutska klimatska konferencije* od 1. do 12. decembra sa preko 190 delegacija iz 156 zemalja sa oko 10.000 učesnika već je nazvana “dvanaestodnevna bitka za dva stepena Celzijusa.”

Moguće je pronaći još delova Betinih vesti koji sadrže frazeologizme, naročito u vestima iz politike:

Primer 96:

...prekidanje državne podrške za poljoprivredu znači *korak unazad*...

Papa Benedikt XVI će danas održati tradicionalni božićni govor “gradu i svetu” (urbi et orbi), sa balkona crkve Svetog Petra, u kome se najčešće osvrne na goruće *svetske teme*, kao i na pitanja koja se tiču Vatikana.

Razlog je to što su grčke vlasti uvek radije ostavljale stvari u statusu kvo – u nadi da će konkretne probleme, odnosno “*vruć krompir*” uzeti u ruke neka sledeća vlada.

Frazeologizmi se nešto češće sreću u vestima i izveštajima koje *Beta* preuzima od stranih agencija:

Primer 97:

„Real” iz Madrida *uključio se u trku* za dovođenje krilnog fudbalera srpske reprezentacije i „Standarda” iz Liježa Milana Jovanovića, objavili su čelnici belgijskog kluba.

Najviše frazeologizama ima u vestima, izveštajima i člancima koje *Beta* preuzima od američke novinske agencije AP, što verovatno može da se objasni činjenicom da su AP i osnovali pre svega američki štampani mediji za svoje potrebe. Pronašli smo mnoštvo primera i u naslovima:

Primer 98:

SVT-ŠRI LANKA-SUKOBI

Vojska na korak od osvajanja prestonice Tamijskih tigrova.

Ili već u lidu *AP-ove* vesti koju je preuzela *Beta*:

Pregovarači u razgovoru o nuklearnom razoružanju Severne Koreje pokušali su danas da *izađu iz ćorsokaka*...

Upotreba stereotipnih frazeologizama koje srećemo u gornjim primerima opravdana je u izvesnoj meri, ali njihovo nizanje nije dobro, pošto dovodi do banalizacije poruke. Ipak, u posmatranom korpusu vesti veoma retko smo uočavali tu pojavu:

Primer 99:

Na samom početku te kombinatorike se spekulisalo da će Medvedev, predlogom izmene ustava, *prokrčiti put* Putinu ka trećem predsedničkom mandatu.

U Moskvi se smatra da se time *utire put* premijeru Vladimiru Putinu za ponovni dolazak na mesto šefa države, i to na rok od šest godina.

U novinskom stilu mogu se uočiti različiti funkcionalnostilski slojevi frazeologije, upravo zbog njegove funkcionalne i žanrovske raznorod-

nosti (Petrović, 1989: 34). U posmatranom korpusu pronašli smo primere za interstilski sloj frazeologije:

Primer 100:

Članak Hribarove je prvobitno bio zabranjen u bivšoj Jugoslaviji, ali je ipak *izašao na svetlo dana* posle tri godine od nastanka - 1987.

On je istakao da je država bankrotirala i da je prazan trezor i ocenio da predsedniku Srbije Borisu Tadiću ništa *ne ide od ruke*.

Ministar policije Srbije je rekao da će unapređivati saradnju i da će srpska policija *izaći u susret* da se svako krivično delo u regionu rasvetli i da se počinioci pohapse.

Kao i primere naučne, odnosno administrativne frazeologije:

Primer 101:

Srpski teniser i treći igrač sveta Novak Đoković je istakao da želi mesto *broj jedan* u svetskom tenisu...

Dodao je da posle toga na red dolaze fiskalni zakoni, a odmah potom *na dnevni red dolazi* Statut Vojvodine i zakon o nadležnostima Vojvodine.

Najviše je primera profesionalne frazeologije:

Primer 102:

Dokument "Dostojanstvo osobe, Uputstvo za izvesna bioetička pitanja" predstavlja pokušaj katoličke crkva da ide u korak sa savremenom naukom i medicinom. Dugočekani doktrinarni dokument, prvi takav nakon 20 godina, predstavlja iskorak Vatikana u svet biotehnologije, oblasti u kojoj se *lome koplja* širom sveta.

Putnički brod će sa minimalnim brojem posade uputiti ka Dubaju, kroz Adenski zaliv gde su *na meti* somalskih pirata trgovački brodovi, kruzeri i jahte.

Zemlje EU su *dale zeleno svetlo* za tu misiju, na današnjem sastanku u Briselu, naveo je neimenovani portparol Francuske, kao predsedavajuće EU.

Rizvo je izrazio nadu da će Evropska komisija (EK) krajem juna naredne godine *dati pozitivnu ocenu*, odnosno preporuku da za građane BiH bude ukinut vizni režim.

U agencijskim vestima iz posmatranog korpusa nema primera vesti i izveštaja u kojima sam novinar koristi razgovornu i književnu frazeologiju.

Najčešći primeri frazeologizama u analiziranom korpusu jesu u vezi sa upotrebom imenice *korak*:

Primer 103:

Ovakav *korak* bi nesumnjivo *pogodio* prištinske vlasti...

Na tribini je istaknuto da prekidanje državne podrške za poljoprivredu znači *korak unazad*...

Nove članice EU *učinile su korak* ka kompromisu...

Nemačka kompanija, koja je organizovala krstarenje, saopštila je da se *odlučila za ovaj korak*...

Većinom glasova odbornika usvojen je Statut novog preduzeća, a imenovani su predsednik i članovi Upravnog i Nadzornog odbora, što je prvi korak u formiranju tog preduzeća pod ingerencijama gradske uprave.

A neretko i u vezi sa imenicom *udar*:

Primer 104:

On je dodao da će se *na udaru* najviše naći mala i srednja preduzeća, a to će povećati i broj nezaposlenih.

Južna, zapadna i centralna Slovenija su *na udaru* poplava...

Na osnovu napred rečenog, a pošto su frazeologizmi dominantno sredstvo autorovih ocena, može se zaključiti da su samim tim neprimereni za agencijsko novinarstvo. Na osnovu analiziranog korpusa agencijskih ves-

ti, a naročito na osnovu poređenja sa drugim lingvističkim istraživanjima koja su se ticala pre svega štampanih medija, može se zaključiti da su frazeologizmi znatno manje prisutni u agencijskom funkcionalnom pod-stilu, nego što je slučaj sa novinskim podstilom izražavanja.

#### 4.4.1. Birokratski stil izražavanja

Neretko se dešava da se birokratski stil iz saopštenja za javnost različitih institucija ili iz pripremnih materijala za različite skupove pre-liva i u agencijske vesti i izveštaje i tako postaje sredstvo agencijskog jezika i stila.

Izraz *birokratski jezik* u našoj literaturi je uobičajen termin za jezik političke birokratije koji se kod nas putem masovnih medija veoma proširio osamdesetih godina 20. veka. Iako se politički jezik početkom devedesetih godina prošlog veka promenio, javni jezik je ostao u velikoj meri birokratizovan do danas (Klikovac 2008: 23). Takav jezik je i dan-as veoma čest u domaćim medijima, a od njega nisu imune ni novinske agencije pa tako ni *Beta*.

Birokratski jezik ima sledeće osobine: nominalnost, opštost, neodređenost, eksplicitnost, eufemizam, višak reči, kvazinaučnost, upotrebu reči stranog porekla i pomodnih reči (Klikovac, 2008: 51)<sup>62</sup>. Te se osobine donekle podudaraju sa osobinama publicističkog stila pa tako i novinarskog stila izražavanja. Ovde ćemo navesti neke primere kada agencijski novinar sklizne u birokratski način izražavanja:

##### Primer 105:

“Mi smo izabrani da *obavljamo posao* u njihovo ime i ne bi bilo dobro da se *pravi platforma* za izlazak iz odgovornosti”, istakao je predsednik Srbije, dodajući da je Dinkić čovek koji ima izrazite *rezultate* i da očekuje da će on *nastaviti da bude uspešan* u ovoj vladi.

Predsednik Srbije (Boris Tadić) na ovom mestu kaže *izabrani smo* da *obavljamo posao*, umesto jednostavnog *izabrali su nas da radi-mo*. Zanimljivo je da on koristi pasiv *izabrani smo* umesto aktivnog oblika *izabrali su nas*. A između ta dva oblika postoji suptilna razlika:

<sup>62</sup> O birokratskom jeziku pisali su još dosta davno Slobodan Inić, Govorite li politički (1984), kao i Milorad Pupovac, Lingvistika i ideologija (1986) i Jezik i djelovanje (1990).

ukoliko je neko izabran da radi nešto, fokus je na anonimizaciji izvršioca pa se ne zna ko ih je izabrao za taj posao. A ukoliko su ga *izabrali*, onda je jasno i da je odgovoran prema onima koji su ga na to mesto postavili.

Gotovo je potpuno nerazumljiv deo Tadićevog iskaza *da se pravi platforma za izlazak iz odgovornosti*, ali bi svakako zgodnije bilo ukoliko bi se kazalo *nije dobro bežati od odgovornosti* ili *nije dobro biti nedgovoran*. Tadić dalje nastavlja: *...Dinkić čovek koji ima izrazite rezultate i da očekuje da će on nastaviti da bude uspešan u ovoj vladi*, čime je valjda hteo da kaže da je *Dinkić sposoban i uspešan ministar*. Odluka novinara koji je obrađivao ovu predsednikovu izjavu da je iskoristi kao citat bila je veoma pogrešna, pre svega zbog toga što agencijski novinar (i ne samo agencijski) ima zadatak da čitaocima/slušaoocima/gledaocima što je moguće više približi ono o čemu je u vesti, izveštaju, izjavi i ostalim žanrovima zapravo reč. Da stvar bude gora, ni u delu koji je zapravo parafraza Tadićevih reči novinar nije uspeo da na odgovarajući način čitaocu/slušaoocu/gledaocu “prevede” sagovornikove reči.

Pogrešna je bila i novinarsko-urednička odluka da se navede i sledeći citat:

Primer 106:

“Naš zahtev se zasniva na činjenici da je Zaidi prosto izrazio svoje odbacivanje okupacije i represivne politike protiv Iračana”, objasnio je advokat.

Šta bi trebalo da znači da je *Zaidi prosto izrazio svoje odbacivanje okupacije i represivne politike protiv Iračana*? Verovatno da se dotični *usprotivio okupaciji i represalijama protiv Iračana*.

Nije potpuno jasno ni šta je ovde sagovornik želeo da kaže u parafraziranom delu njegove izjave:

Primer 107:

“Nijednu grupu, nijedan problem ne treba potcenjivati. One su za respekt. Prate se, apsolviraju i opserviraju”, rekao je Nikač *dodajući da se stalno mora ukazivati na lošu poziciju tih grupa*.

Birokratski jezik veoma često srećemo u vestima iz ekonomije, koje su zbog toga ponekad teško razumljive. Recimo, šta publika može da zaključi iz sledeće vesti:

Primer 108:

Skupština Srbije usvojila budžet za 2009. godinu

BEOGRAD, 29. decembra 2008. (*Beta*) – Skupština Srbije usvojila je večeras budžet za 2009. godinu i time završila redovno jesenje zasjedanje...

Budžetom su predviđeni prihodi u iznosu od 698,7 milijardi dinara, a rashodi od 748,3 milijarde dinara, tako da će deficit iznositi 49,6 milijardi dinara.

Budžetom za 2009. godinu planirano je smanjenje javne potrošnje i njeno svođenje na 43 odsto bruto društvenog proizvoda (BDP).

Izdaci za plate, penzije i socijalna davanja čine 70 odsto budžetskih rashoda...

Pokrivanje budžetskog deficita od 49,6 milijardi, kao i otplata duga od 42 milijarde, predviđeno je iz prihoda od privatizacije u iznosu od 50 milijardi, u šta je uračunat i novac od prodaje Naftne industrije Srbije.

Osim toga, planirano je i zaduživanje na domaćem tržištu u iznosu od 13,3 milijarde i na stranom tržištu u iznosu od sedam milijardi, kao i trošenje državnih depozita u vrednosti od 22,1 milijarda dinara.

Predlog budžeta za 2009. godinu rađen je na osnovu pretpostavki da će rast BDP-a biti 3,5 odsto, a inflacije osam, plus-minus dva odsto...

U ovoj vesti srećemo veliki broj različitih cifara. Ali, šta nama, kao recipijentima, te cifre znače? Da li čitaoci uopšte znaju šta je budžet? Na koji način se puni? Šta znači ako su prihodi manji od rashoda? Šta je *deficit*? A šta znači da je planirano *smanjenje javne potrošnje*? Šta je *bruto društveni proizvod*? I tako dalje. Ovakav suviše stručan jezik karakterističan je za veliki broj vesti i izveštaja iz ekonomije u brojnim medijima pa tako i u agenciji *Beta*. I kao što je nekada, u doba socijalizma, takav birokratski jezik bio karakterističan za politički diskurs, danas se najviše može sresti u ekonomiji. A to verovatno nije slučajno, odnosno vrlo je verovatno da su u pravu oni lingvisti koji tvrde



da je birokratski jezik potencijalno sredstvo manipulacije ljudima<sup>63</sup>. Drugim rečima, sredstvo za prikrivanje suštine nekog iskaza. Uloga novinara uopšte pa tako i agencijskih novinara jeste da “raskrinkaju” birokratski jezik a ne da mu povlađuju i ne da ga usvajaju i prenose u novinarski podstil izražavanja. Zato je svaka informacija koja je opterećena birokratskim jezikom zapravo profesionalno loše napisana vest ili izveštaj, i ni manje ni više od toga.

Analizirani korpus, dakle, pokazuje da iz stalne potrebe za nominalizacijom iskaza, novinari neretko usvajaju nejasni birokratski jezik. Umesto da ga “prevedu” na jednostavni jezik komunikacije, oni ga, verovatno podsvesno, ugrađuju u svoje tekstove, što je velika profesionalna greška, koja se kasnije odražava i na jezik medija uopšte.

Tabela 2.

zdravstvo	zdravstveni sistem
lekari i medicinske sestre	zdravstveno i medicinsko osoblje
nastavnici/profesori	osoblje škole
bolnice	medicinske/zdravstvene ustanove
obdaništa	predškolske ustanove
škole	školske ustanove
fakulteti	visokoškolske ustanove
naučnici	naučni radnici
redari	radnici obezbeđenja
novac	finansijska sredstva
stvari	materijalna sredstva
protest	protestni skup
led	pojava poledice
industrija	sektor industrijske proizvodnje
smanjiti poreze	dati poreske olakšice
prošlost	protoklo razdoblje
vreme	vremenski period
leto/zima	letnji/zimski period
hrana	prehrambena roba
edukacija	edukativna akcija
rušiti	preduzeti akciju uklanjanja bespravno podignutih objekata
zakon	zakonodavni okvir

<sup>63</sup> O tome je pisao Dubravko Škiljan, *Lingvistika svakodnevice* (1991).

Upotreba primera koji su navedeni u Tabeli 2. u agencijskim vestima i izveštajima predstavlja značajnu profesionalnu grešku, budući da agencijski tekstovi, po definiciji i po zahtevima uredništva i klijenata, teže da budu što jednostavniji, kraći i jasniji. A korišćenjem birokratskih izraza zamagljuje se suština poruke.

## 5. PRILAGOĐAVANJE AGENCIJSKIH VESTI

Prilagođavanje agencijskih vesti medijima koji su korisnici agencijskog servisa odvija se po pravilima koja su regulisana pre svega ugovorom između medija i agencije. Ta pravila su veoma čvrsto postavljena, mada u Srbiji često ima i kršenja, koja se pre svega ogledaju u izbegavanju pojedinih medija da navedu da je određena agencija izvor određene vesti.<sup>64</sup> Ova problematika, međutim, pripada pre svega domenu povrede autorskih prava i neće biti predmet ove monografije.

### 5.1. AGENCIJSKA VEST I VRSTA MEDIJA

Bez obzira na vrstu medija, nijedan od njih po pravilu od agencije nikada neće preuzeti *slag* vesti. Uloga slaga je pre svega da olakša upotrebu agencijskog servisa korisnicima i da servis učini preglednijim.

Takođe, svi mediji će vest preuzetu od agencije potpisivati imenom te agencije, bilo na kraju teksta (list *Blic*), na početku (portal *B92*) ili u telu vesti (*Radio 021*, *Radio-televizija Vojvodine*). Nijedan medij neće potpisivati vest inicijalima agencijskih novinara i urednika koji rade na proizvodnji konkretne vesti.<sup>65</sup>

Štampani mediji, radio i televizije gotovo redovno skraćuju agencijsku vest, pre svega iz potrebe da budu ekonomični sa vremenom trajanja emisije (021, RTV) ili sa prostorom na stranicama štampanog medija (*Blic*). Vest ponekad skraćuju i internet portali, ali kako oni nisu ograničeni ni vremenom ni prostorom, veoma često su u mogućnosti da objave kompletnu agencijsku vest.

Za potrebe pisanja ove monografije, komparativno su analizirani tekstovi *Novinske agencije Beta* u izvornom obliku, sa agencijskim tekstovima koji su prilagođeni određenoj vrsti medija. Za rad je izabran korpus od 15 dana tokom decembra 2008. godine. Upoređivali smo izvorne agencijske tekstove sa prilagođenim tekstovima u beogradskom *Blicu*, na novosadskom *Radiju 021*, na *Radio-televiziji Vojvodine*, i na internet portalu beogradske *RTV B92*.

<sup>64</sup> Up. poglavlje o Medijske kuće i redakcije kao prvi primaoci vesti.

<sup>65</sup> Up. poglavlje o agencijskom novinaru.

U obzir smo uzimali samo vesti za koje su pomenuti mediji jasno naveli da su preuzete od *Bete*.

### 5.1.1. Agencijska vest i štampani mediji

Prilikom prilagođavanja agencijskih vesti štampanim medijima, osnovna razlika je u opremi samog teksta. Dok je agencijska vest napisana po principu fioka i grafički je predstavljena po odvojenim pasusima, štampani medij agencijsku vest gotovo po pravilu skraćuje i nije obavezan da odvaja pasus od pasusa.

Štampani medij agencijskoj vesti obično dodaje i nadnaslov, ponekad podnaslov, a veoma često interveniše i u samom naslovu vesti, jer je efekatan naslov jedan od presudnih faktora koji će privući čitaoca štampanog medija da pročita određeni tekst. Za razliku od toga, naslov u agenciji je “rutinski”, odnosno njegova uloga je tek da pobliže uputi korisnike o čemu se u vesti zapravo radi.

Štampani mediji uz agencijsku vest često ubacuju i ilustrativne fotografije, čija je uloga takođe da dodatno privuku pažnju čitalaca.

Štampani medij uglavnom iz agencijske vesti izostavlja prilog za vreme koji se obično nalazi u lidu agencijske vesti (“danas”, “večeras”, “jutros”). To je logična intervencija budući da sve ono što je za agenciju sadašnje vreme (“danas”) za štampane medije je to prošlo vreme (“juče”).

Primer 109:

*Beta:*

Kosovska policija *potvrdila* je danas da je iz zatvora Dubrava kod Istoka pobjegao dvostruki ubica Bedri Krasnići, osuđen na 27 godina zatvora zbog ubistva dva pripadnika Kosovske policijske službe.

*Blic:*

Kosovska policija *potvrdila* je da je iz zatvora “Dubrava” kod Istoka pobjegao dvostruki ubica Bedri Krasnići, osuđen na 27 godina zatvora zbog ubistva dva pripadnika Kosovske policijske službe.

Nije neuobičajeno da se u lidu agencijske vesti u štampanom mediju priloška odredba za vreme *danas* menja u *juče*:

Primer 110:

*Beta:*

Načelnik odeljenja za sport u Ministarstvu omladine i sporta Dragan Atanasov *rekao je danas* da su uslovi za bavljenje sportom u osnovnim i srednjim školama u Srbiji katastrofalni.

*Blic:*

Načelnik odeljenja za sport u Ministarstvu omladine i sporta Dragan Atanasov *rekao je juče* da su uslovi za bavljenje sportom u osnovnim i srednjim školama u Srbiji katastrofalni.

U posmatranom korpusu uočili smo, međutim, i izvesne greške, kada je štampani medij u lidu zadržao *danas*, iako je u pitanju vest od *juče*:

Primer 111:

Spoljni dug Srbije je na kraju septembra ove godine iznosio 20,53 milijarde evra, što je 15,4 odsto više nego na kraju 2007. godine, saopštila je *danas* Narodna banka Srbije.

Spoljni dug Srbije je na kraju septembra ove godine iznosio 20,53 milijarde evra, što je 15,4 odsto više nego na kraju 2007. godine, saopštila je *danas* Narodna banka Srbije.

U pitanju je, očigledno, nedovoljna pažnja urednika dnevnih novina prilikom prenošenja agencijskih vesti.

#### 5.1.1.1. *Agencijska vest i Blic*

Vest u Blicu je opremljena u skladu sa pravilima štampanih medija: ima nadnaslov i naslov. U agenciji ne postoji pojam nadnaslova.

Primer 112:

Beta:  
Slag: ZEM-KOSOVO-POLICIJA  
Naslov: Iz zatvora Dubrava pobjegao  
dvostruki ubica

EKO-SRBIJA-FIJAT  
Ćirić: Posao sa Fijatom nije ugrožen

EKO-SRBIJA-DUG  
Spoljni dug Srbije u 2008. povećan  
za 15 odsto

EKO-SRBIJA-TURIZAM  
U Srbiji od januara do oktobra 1,98  
miliona turista

ZEM-MUP-NEONACISTI  
Nikač: Nacističke grupe ne mogu da  
ugroze bezbednost

ZEM-OPŠTINE-RAZVOJ  
Nova klasifikacija razvoja opština

SPT-ISTRAŽIVANJE-SRBIJA  
Većina škola nema adekvatne uslove  
za bavljenje sportom

EKO-SRBIJA-JELAŠIĆ  
Jelašić: Verujem da će MMF odobriti  
aranžman sa Srbijom

ZEM-VRANJE-OBDUKCIJA  
Izvor: Nema tragova nasilja nad  
Bogdanovićima

REG-HRVATSKA-SRBIJA  
Bez viza za Hrvatsku i u 2009.

ZEM-BUJANOVAC-POLICIJA  
Bujanovčanin uhapšen zbog krađe

Blic:  
Nadnaslov: PRIŠTINA  
Naslov: Pobjegao ubica

ĆIRIĆ  
Posao sa Fijatom nije ugrožen

NBS  
Porastao spoljni dug Srbije

TURIZAM  
Manje stranih gostiju

Željko Nikač, pomoćnik načelnika  
Uprave policije  
Sedam grupa s obeležjima nacizma

PROJEKTI  
Opštine da odrede prioritete

ŠKOLE  
Nema uslova za bavljenje sportom

JELAŠIĆ  
Aranžman sa MMF biće odobren

VRANJE  
Supružnici nisu ubijeni

ZAGREB  
Bez viza u Hrvatsku

BUJANOVAC  
Obio magacin

Iz primera 112 vidljivo je da urednici u *Blicu* skraćuju agencijske naslove. Takođe, u novinskim naslovima možemo da primetimo i upotrebu redukovanih oblika glagolskih vremena, poput primera krnjeg perfekta *Obio magazin, Porastao spoljni dug Srbije, Pobegao ubica*, što prouzrokuje promenu modaliteta poruke u naslovu ili fokusa; npr. prema agencijskom naslovu u kojem je u citiranoj izjavi guvernera Narodne banke tvrdnja relativizirana uvođenjem glagola verovati i tako svedena na pretpostavku (*Jelašić: Verujem da će MMF odobriti aranžman sa Srbijom*), u naslovu u *Blicu* taj glagol je ispušten, a time iskaz i formulisan kao kategorička tvrdnja (*JELAŠIĆ Aranžman sa MMF biće odobren*); ispuštanje kvantifikatora većina u primeru (*Većina škola nema adekvatne uslove za bavljenje sportom*) implicira prisustvo univerzalnog kvantifikatora sve (*ŠKOLE Nema uslova za bavljenje sportom*), itd.

Od cele vesti, list *Blic* ponekad preuzima samo njen početak (glavu vesti ili lid), što je u skladu sa pravilima korištenja agencijskog servisa.

Primer 113:

*Beta:*

Kosovska policija potvrdila je danas da je iz zatvora Dubrava kod Istoka pobegao dvostruki ubica Bedri Krasnići, osuđen na 27 godina zatvora zbog ubistva dva pripadnika Kosovske policijske službe.

U saopštenju se navodi da je u policiji zadržano devet pripadnika Korektivne službe Kosova, osumnjičenih da su pomogli u bekstvu Krasnićija.

Portparol Regionalne policije u Peći, Avni Đevukaj, izjavio je da je bekstvo Krasnićija primećeno sinoć oko 19.55 kada je izvršeno prebrojavanje zatvorenika.

Policija sumnja da je zatvorenik pobegao u noći između subote i nedelje, što prema njima, otežava istragu.

Policija je izvršila pretres nekoliko objekata i kuće zatvorenika, ali nije uspela da ga pronađe, rekao je Đevukaj dodajući da je u toku opsežna poraga.

Krasnići je u septembru prošle godine proglašen krivim za ubistvo dva pripadnika policije, Sebahate Toljaja i Isufa Hakljaja, kao i za ranjavanje policajca Hisena Ljataja 24. novembra na putu Peć-Dečane.

*Blic:*

Kosovka policija potvrdila je da je iz zatvora “Dubrava” kod Istoka pobjegao dvostruki ubica Bedri Krasnići, osuđen na 27 godina zatvora zbog ubistva dva pripadnika Kosovske policijske službe.

Vest u *Blicu* potpisana je sa *Beta*. Vest u agenciji potpisana je inicijalima novinara i urednika.

Primer 114:

*Beta:*

EKO-SRBIJA-FIJAT

Ćirić: Posao sa Fijatom nije ugrožen

BEOGRAD, 10. decembra 2008. (Beta) – Posao između „Fijata” i Vlade Srbije nije ni na koji način ugrožen bez obzira na globalnu ekonomsku krizu, izjavio je danas Nebojša Ćirić, državni sekretar u Ministarstvu ekonomije i regionalnog razvoja.

Najave iz tog italijanskog giganta o traženju strateškog partnera treba shvatiti kao potrebu povezivanja proizvođača u auto-industriji kako bi se preživela kriza, rekao je novinarima u Skupštini Ćirić komentarišući napise u štampi(...)

(Kraj) len/bos

*Blic:*

ĆIRIĆ

Posao sa „Fijatom” nije ugrožen

Posao između „Fijata” i Vlade Srbije nije ni na koji način ugrožen bez obzira na globalnu ekonomsku krizu, izjavio je danas Nebojša Ćirić, državni sekretar u Ministarstvu ekonomije i regionalnog razvoja. Najave iz tog italijanskog giganta o traženju strateškog partnera treba shvatiti kao potrebu povezivanja proizvođača u auto-industriji kako bi se preživela kriza, rekao je on, komentarišući napise u štampi.

(BETA)

U gornjem primeru, *Blic* je u drugoj rečenici izostavio “novinarima u Skupštini”, s namerom da “uštedi prostor”, što je takođe u skladu sa



pravilima korištenja agencijskog servisa. U agencijskoj vesti uvek mora da se potpuno precizira gde je nešto rečeno (“u Skupštini”) i kome je nešto rečeno (“novinarima”).

Kao što je navedeno, agencijske vesti se pišu po “sistemu fioka” iz praktičnih razloga: da bi bile preglednije i da bi ih korisnici lakše skraćivali. O tome svedoči i sledeći primer, u kome je Blic od agencijske vesti preuzeo samo prva dva pasusa:

Primer 115:

*Beta:*

EKO-SRBIJA-DUG

Spoljni dug Srbije u 2008. povećan za 15 odsto

BEOGRAD, 11. decembra 2008. (Beta) – Spoljni dug Srbije je na kraju septembra ove godine iznosio 20,53 milijarde evra, što je 15,4 odsto više nego na kraju 2007. godine, saopštila je danas Narodna banka Srbije.

Dug javnog sektora porastao je za 2,47 odsto, a privatnog za 22,21 odsto. Spoljni dug banaka je smanjen, a najviše su se zadužila privatna preduzeća, čiji dug je povećan za 40 odsto.

Spoljni dug javnog sektora dostigao je 6,28 milijardi evra, što je 43,86 miliona evra više nego na kraju 2007. godine, a njegovo učešće u ukupnom spoljnom dugu Srbije iznosilo je 30,6 odsto, što je 3,86 poena manje nego na kraju prošle godine.

Dug privatnog sektora je 30. septembra dostigao 14,25 milijardi evra, što je 22,21 odsto više nego na kraju 2007. godine, navodi se u saopštenju...

*Blic:*

NBS

**Porastao spoljni dug Srbije**

Spoljni dug Srbije je na kraju septembra ove godine iznosio 20,53 milijarde evra, što je 15,4 odsto više nego na kraju 2007. godine, saopštila je danas Narodna banka Srbije.

Dug javnog sektora porastao je za 2,47 odsto, a privatnog za 22,21 odsto. Spoljni dug banaka je smanjen, a najviše su se zadužila privatna preduzeća, čiji dug je povećan za 40 odsto.

U primeru 115 nadnaslov u *Blicu* je “NBS”, što je skraćena za “Narodna banka Srbije”. Prema *Betanim* standardima, uvek se prvo napiše puni naziv određene institucije, političke partije i slično, a potom se u zagradi napiše skraćena, ukoliko će se taj naziv koristiti u nastavku teksta vesti. U ovom slučaju Beta bi to napisala na sledeći način: “Narodna banka Srbije (NBS)”, i u daljem tekstu bi se koristila samo skraćena.

U primeru 116, *Blic* je preuzeo samo lid iz agencijske vesti, i dopunio ga informacijom, za koju nije jasno da li je agencijska, s obzirom na to da je u originalnoj agencijskoj vesti nema. Ovakav postupak nije uobičajen u pravilima o korištenju agencijskih vesti:

Primer 116:

*Beta:*

SVT-TRIBUNAL-KOSOVO

Tribunal odbio zahtev Lazarevića za privremeno oslobađanje

HAG, 11. decembra 2008. (*Beta*) – Haški tribunal odbio je zahtev penzionisanog generala Vojske Jugoslavije Vladimira Lazarevića za privremeno oslobađanje iz zdravstvenih razloga, iako je konstatovao da bi oslobađanje imalo pozitivan uticaj na Lazarevićev oporavak, saopšteno je danas u Hagu.

General Lazarević, bivši komandant Prištinskog korpusa VJ, optužen je za zločine nad kosovskim Albancima 1999. i u pritvoru u Sheveningenu čeka na presudu, posle suđenja okončanog u avgustu ove godine.

Pri kraju suđenja, Lazarević je, po rečima njegovih advokata, bio podvrgnut operaciji zbog čega nije prisustvovao procesu.

Krajem septembra, sudsko veće Ijana Bonomija (Iain Bonomy) odobrilo je da Lazarević bude privremeno oslobođen kako bi se ubrzao njegov oporavak, ali je apelaciono veće zatim usvojilo žalbu Tužilaštva i naložilo da Lazarević ostane u pritvoru.

Na ponovljeni Lazarevićev zahtev, sudsko veće je u danas objavljenoj odluci ocenilo da bi boravak u porodičnom okruženju imao pozitivan uticaj na njegov oporavak i dobrobit.

Veće je, međutim, odbilo da Lazarevića oslobodi, pozivajući se na prethodnu odluku apelacionog veća da to nije dovoljan razlog za privremeno puštanje na slobodu iz humanitarnih razloga.

Lazarević će stoga ostati u sudskom pritvoru u Sheveningenu.

Zajedno sa bivšim predsednikom Srbije Milanom Milutinovićem, Nikolom Šainovićem i generalima Dragoljubom Ojadanićem, Nebojšom Pavkovićem i Sretenom Lukićem, Lazarević je optužen za prisilno premeštanje, deportacije, ubistva i progon Albanaca sa Kosova u prvih šest meseci 1999.

Optuženi čekaju na izricanje presude, posle suđenja koje je pred Tribunalom trajalo od 10. jula 2006. do 27. avgusta ove godine.

Tužioci su zatražili da optuženi budu proglašeni krivim i da im budu izrečene kazne između 20 godina zatvora i doživotnog zatvora.

Branioци su, nasuprot tome, tvrdili da krivica optuženih nije dokazana i zatražili da ih Tribunal oslobodi.

(Kraj) rad/mar/bos

*Blic:*

TRIBUNAL

### **Lazarević ostaje u pritvoru**

Haški tribunal odbio je zahtev penzionisanog generala Vojske Jugoslavije Vladimira Lazarevića za privremeno oslobađanje iz zdravstvenih razloga, iako je konstatovao da bi oslobađanje imalo pozitivan uticaj na Lazarevićev oporavak, saopšteno je danas u Hagu. Penzionisani generali Vojske Republike Srpske Radivoj Miletić i Milan Gvero biće krajem decembra privremeno oslobođeni iz pritvora.

(BETA)

U sledećem slučaju, reč je o agencijskom intervjuu. Blic je skratio originalnu agencijsku vest (intervju), što je u skladu sa pravilima korištenja agencijskog servisa. Vest (intervju) nije potpisana, već je u samom tekstu naznačeno da je reč o intervjuu koji je sagovornik dao agenciji Beta. To je u skladu sa pravilima korištenja agencijskog servisa.

Primer 117:

*Beta:*

ZEM-MUP-NEONACISTI (VIDEO)

Nikač: Nacističke grupe ne mogu da ugroze bezbednost

BEOGRAD, 13. decembra 2008. (*Beta*) – U Srbiji deluje nekoliko neformalnih društvenih grupa koje imaju obeležja nacizma i neonacizma, ali one ne mogu ugroziti bezbednost u zemlji, izjavio je pomoćnik načelnika Uprave policije Željko Nikač.

Nikač je u intervjuu agenciji Beta rekao da ima šest ili sedam takvih organizacija i naveo Nacionalni stroj, Krv i čast, Obraz, Skinheds i navijačku grupu Rad junajtid fors (United force).

Ukazao je da smatra da te grupe nemaju snagu da bi ugrozile nacionalnu bezbednost, ali nisu za potcenjivanje.

“Nijednu grupu, nijedan problem ne treba potcenjivati. One su za respekt. Prate se, apsolviraju i opserviraju”, rekao je Nikač dodajući da se stalno mora ukazivati na lošu poziciju tih grupa.

Nacionalni stroj je, kako je dodao, pokazao veliku netoleranciju, a njenim članovima je i suđeno zbog delovanja.

Nikač je ukazao da MUP ima podatke da je vođa te grupe Goran Davidović trenutno u inostranstvu.

“Klasifikacija grupe Obraz nije takva da bi se nazvala klerofašističkom i fašističkom na podlozi neke nomenklature”, već joj se, na osnovu “spoljnih manifestacija daju neke druge operativne kvalifikacije”, rekao je Nikač.

On je kazao da se skinhedsi uslovno mogu nazvati neonacističkom organizacijom jer imaju ideološke okosnice u knjigama Adolfa Hitlera, posebno u knjizi "Moja borba" („Mein Kampf“).

“Problem je manifestacioni, fenomenološki element – to je veliki broj mladih ljudi, nasilje na ulicama”, naveo je Nikač podsećajući da su pripadnici te grupe ubili trinaestogodišnjeg Dušana Jovanovića u centru Beograda i preukli glumca Dragana Maksimovića koji je umro od povreda.

Prema Nikačevim rečima, navijači su posebna grupa mladih, mahom nezaposlenih koji, ne shvatajući značaj svog delovanja, nose kukaste krstove i pozdravljaju nacistički.

Dodao je da te grupe čekaju povod da nastupe, kao posle proglašenja nezavisnosti Kosova kada su razbijale i palile po Beogradu.

Na većim skupovima može se naći između 300 i 400 navijača, rekao je Nikač.

“Tim ljudima treba objasniti šta rade. Jedan broj koristi sindrom mase i instrumentalizacijom deluju na ostale. Neki od njih se ne pronalaze sami u kolektivu. Čovek kao individua treba da bude u kolektivu, a ne kolektivno zastupljen i po tome se ljudi razlikuju od stada”, rekao je on.

Prema njegovim rečima, pripadnici tih grupa su mladi, iz radničkih porodica, a mnogi su studenti.

Podsetio je da MUP ne obavlja registraciju udruženja građana, ali ima operativne podatke o grupama koje deluju nacistički i nasilno.

Nikač je rekao da policija dobija operativne podatke od saradnika, informatora i drugih, i iz novinskih tekstova. Ti podaci se razmatraju i analiziraju.

“Javni red i mir je snažna jedinica MUP-a i ona potpuno kontroliše tu materiju”, istakao je Nikač.

Prema rečima pomoćnika načelnika Uprave policije, Srbija je društvo u tranziciji u kojem se dešavaju neke nove stvari – kao što su gej parade, i to se mora prihvatiti kao neminovnost.

Ako se neminovno ne prihvati, “razvijene zemlje EU će za nekoliko godina reći da Srbija ne ispunjava određene standarde. Moramo ići u susret pojavama, kontrolisati ih i kanalisati”, ukazao je Nikač.

(Kraj) ank/ssm

*Blic:*

Željko Nikač, pomoćnik načelnika Uprave policije  
**Sedam grupa s obeležjima nacizma**

U Srbiji deluje nekoliko neformalnih društvenih grupa koje imaju obeležja nacizma i neonacizma, ali one ne mogu ugroziti bezbednost u zemlji, izjavio je pomoćnik načelnika Uprave policije Željko Nikač.

Nikač je u intervjuu agenciji Beta rekao da ima šest ili sedam takvih organizacija i naveo Nacionalni stroj, Krv i čast, Obraz, Skinheds i navijačku grupu Rad junajtid fors (United force).

Ukazao je da smatra da te grupe nemaju snagu da bi ugrozile nacionalnu bezbednost, ali nisu za potcenjivanje.

“Nijednu grupu, nijedan problem ne treba potcenjivati. One su za respekt. Prate se, apsolviraju i opserviraju”, rekao je Nikač dodajući da se stalno mora ukazivati na lošu poziciju tih grupa.

Dodao je da te grupe čekaju povod da nastupe, kao posle proglašenja nezavisnosti Kosova kada su razbijale i palile po Beogradu.

Na većim skupovima može se naći između 300 i 400 navijača, rekao je Nikač.

“Tim ljudima treba objasniti šta rade. Jedan broj koristi sindrom mase i instrumentalizacijom deluju na ostale. Neki od njih se ne pronalaze sami u kolektivu. Čovek kao individua treba da bude u kolektivu, a ne kolektivno zastupljen i po tome se ljudi razlikuju od stada”, rekao je on.

Prema njegovim rečima, pripadnici tih grupa su mladi, iz radničkih porodica, a mnogi su studenti.

Podsetio je da MUP ne obavlja registraciju udruženja građana, ali ima operativne podatke o grupama koje deluju nacistički i nasilno.

Nikač je rekao da policija dobija operativne podatke od saradnika, informatora i drugih, i iz novinskih tekstova. Ti podaci se razmatraju i analiziraju.

U primeru 118, iz trećeg pasusa, Blic je izostavio da je reč o istraživanju “koje je Ministarstvo sprovelo sa Zavodom za vrednovanje kvaliteta obrazovanja i vaspitanja i Olimpijskim komitetom Srbije”. To je takođe u skladu sa pravilima o korištenju agencijskog servisa. Agencija uvek mora precizno da naznači izvore informacija koje objavljuje:

Primer 118:

*Beta:*

SPT-ISTRAŽIVANJE-SRBIJA

Većina škola nema adekvatne uslove za bavljenje sportom

BEOGRAD, 23. decembra 2008. (Beta) – Načelnik odeljenja za sport u Ministarstvu omladine i sporta Dragan Atanasov rekao je danas da su uslovi za bavljenje sportom u osnovnim i srednjim školama u Srbiji katastrofalni.

Atanasov je to rekao na konferenciji za novinare u zgradi Vlade Srbije gde su predstavljeni rezultati istraživanja u obrazovno-vaspitnim ustanovama u vezi za školskim sportom.

Istraživanje, koje je Ministarstvo sprovelo sa Zavodom za vrednovanje kvaliteta obrazovanja i vaspitanja i Olimpijskim komitetom Srbije, pokazalo je da više od polovina srpskih škola ne ispunjava zakonske normative kada su u pitanju dvorane i njihova opremljenost.

*Blic:*

ŠKOLE

**Nema uslova za bavljenje sportom**

Načelnik odeljenja za sport u Ministarstvu omladine i sporta Dragan Atanasov rekao je juče da su uslovi za bavljenje sportom u osnovnim i srednjim školama u Srbiji katastrofalni. Najnovije istraživanje pokazalo je da više od polovina

srpskih škola ne ispunjava zakonske normative kada su u pitanju dvorane i njihova opremljenost.

### 5.1.2. Agencijska vest i radio

Za razliku od štampanih medija, radio po svojoj prirodi nema mogućnost ubacivanja nadnaslova i naslova u agencijsku vest. Za radio je zbog toga presudan agencijski lid, koji je po pravilu kratak i efekatan. Ipak, urednici na radiju vrlo često dodatno skraćuju agencijski lid trudeći se da ga učine još kraćim i efektnijim, kako bi na taj način privukli pažnju slušalaca. Radio je medij koji ne trpi dugačke rečenice. Sledeću dugačku *Betinu* vest:

#### Primer 119:

Glavni pretres grupi od 88 profesora i studenata, optuženim u aferi Indeks, počeo je danas pred sudskim većem Okružnog suda u Smederevu, kojim predsedava sudija Slađana Bojković.

Prva tri sata glavnog pretresa sudija Bojković proveravala je podatke optuženih i utvrdila koji branioci imaju punomoćja, jer su nekim braniocima u međuvremenu optuženi otkazali punomoćja.

Glavnom pretresu, zbog zdravstvenih razloga, nisu prisustvovali optuženi Jasmina Nektarijević, Olivera Kojović, Branislava Stojković i Dragan Bataveljić.

Glavni pretres se održava u sali Skupštine grada Smedereva jer Okružni sud nema uslova da primi veliki broj okrivljenih, njihove branioce i rodbinu.

U aferi Indeks optužena su 23 profesora, 33 studenta i više od 30 posrednika koji se terete za korupciju, zloupotrebu službenog položaja, falsifikovanje dokumenata i podsticanje na vršenje krivičnog dela.

Optuženo je više profesora Pravnog fakulteta u Kragujevcu, Beogradu, Nišu i Novom Sadu koji se terete da su pozitivne ocene upisivali u indekse za novčanu naknadu od 500 do 750 evra, dok su diplome koštale od 12.000 do 16.000 evra.



Profesori se terete za ukupno 159 krivičnih dela, od toga 114 dela primanja mita i 45 zloupotreba službenog položaja.

Za branioce su angažovani advokati iz više od 100 kancelarija.

Prva optužnica u aferi Indeks podignuta je u avgustu prošle godine protiv 41 osobe zbog primanja mita, zloupotrebe službenog položaja i falsifikovanja isprava.

U aprilu 2008. godine usledila je dopunska optužnica protiv još 48 osoba. Ta optužnica tereti 33 studenta kragujevačkog Pravnog fakulteta i još 14 osoba koje su im pomagale u navodnom polaganju ispita.

Zbog velikog broja optuženih u toj aferi u smederevskom Istražnom zatvoru nije bilo dovoljno mesta pa su pojedini umešani u aferu Indeks prebačeni u zatvore u Beogradu i Požarevcu.

Bojkovička je saopštila da na sledeće pretese neće pozivati sve optužene da bi se suđenje lakše odvijalo.

A *Radio 021* je to obradio na sledeći način:

Suđenje grupi od 88 profesora i studenata, optuženim u aferi "indeks", počelo je danas u Smederevu. Profesori se terete da su pozitivne ocene upisivali u indekse za naknadu od 500 do 750 evra, dok su diplome koštale od 12.000 do 16.000 evra. Glavni pretres se održava u sali Skupštine grada jer Okružni sud nema uslova da primi veliki broj okrivljenih, njihove branioce i rodbinu. Prema rečima sudije, na sledeće pretese neće biti pozivani svi optuženi da bi se suđenje lakše odvijalo.

Vest na *Radiju 021* je više nego dvostruko kraća od preuzete agencijske vesti. Radijski urednik koji je obrađivao ovu vest očigledno je težio i da što je više moguće pojednostavi rečenice.

#### 5.1.2.1. *Agencijska vest i Radio 021*

Prema svojoj prirodi, radio kao medij nema ni slag ni naslov, za razliku od agencije. Radio takođe nema ni mogućnost (sem na svom inter-

netском sajtu) da agencijsku vest potpiše. Zbog toga bi, prema pravilu koje se veoma često krši, radio trebalo da u samom telu vesti ubaci i sintagmu da je vest preuzeta od agencije (“kako javlja Beta...”) i da tu sintagmu prilikom čitanja vesti u informativnim emisijama spiker jasno naglasi. Na osnovu velike većine primera koje smo analizirali možemo zaključiti da je Radio 021 uglavnom dosledno kršio to pravilo iz ugovora, što se veoma jasno vidi i u sledećem primeru:

Primer 120:

*Radio 021:*

Gorivo će od srede pojeftiniti u proseku za oko šest dinara po litru, **rečeno je** u Ministarstvu energetike.

*Beta:*

Gorivo na pumpama u Srbiji od srede, 3. decembra pojeftiniće u proseku 7,74 odsto, odnosno 6,11 dinara po litru, **rečeno je danas agenciji Beta** u Ministarstvu rudarstva i energetike Srbije.

*Radio 021:*

Ministar ekonomije Mlađan Dinkić izašao je danas sa svojim timom iz Radne grupe koja pregovara o prodaji Naftne industrije Srbije, jer nema čvrstih garancija da će biti izgrađen gasovod kroz Srbiju.

*Beta:*

Potpredsednik Vlade Srbije Mlađan Dinkić izašao je danas sa svojim timom iz Radne grupe koja pregovara o prodaji Naftne industrije Srbije (NIS), **rečeno je agenciji Beta** u Vladi Srbije.

I dok je dnevni list Blic uglavnom pribegavao samo skraćivanjima agencijskih vesti ne zadirući u njihovu suštinu, u slučaju novosadskog *Radija 021* primećuje se povremeno znatno slobodniji pristup interpretaciji agencijskih vesti, što se vidi već iz prvog primera:

Primer 121:

*Radio 021:*

Suđenje grupi od 88 profesora i studenata, optuženih u aferi “indeks”, počelo je danas u Smederevu. Profesori se terete da su pozitivne ocene upisivali u indekse

za naknadu od 500 do 750 evra, dok su diplome koštale od 12.000 do 16.000 evra. Glavni pretres se održava u sali Skupštine grada jer Okružni sud nema uslova da primi veliki broj okrivljenih, njihove braniocice i rodbinu. Prema rečima sudije, na sledeće pretrese neće biti pozivani svi optuženi da bi se suđenje lakše odvijalo.

*Beta:*

ZEM-SMEDEREVO-SUD

Počeo glavni pretres optuženima u aferi Indeks

SMEDEREVO, 1. decembra 2008. (*Beta*) – Glavni pretres grupi od 88 profesora i studenata, optuženih u aferi Indeks, počeo je danas pred sudskim većem Okružnog suda u Smederevu, kojim predsedava sudija Slađana Bojković.

Prva tri sata glavnog pretresa sudija Bojković proveravala je podatke optuženih i utvrdila koji branioci imaju punomoćja, jer su nekim braniocima u međuvremenu optuženi otkazali punomoćja.

Glavnom pretresu, zbog zdravstvenih razloga, nisu prisustvovali optuženi Jasmina Nektarijević, Olivera Kojović, Branislava Stojković i Dragan Bataveljić.

Glavni pretres se održava u sali Skupštine grada Smedereva jer Okružni sud nema uslova da primi veliki broj okrivljenih, njihove braniocice i rodbinu.

U aferi Indeks optužena su 23 profesora, 33 studenta i više od 30 posrednika koji se terete za korupciju, zloupotrebu službenog položaja, falsifikovanje dokumenata i podsticanje na vršenje krivičnog dela.

Optuženo je više profesora Pravnog fakulteta u Kragujevcu, Beogradu, Nišu i Novom Sadu koji se terete da su pozitivne ocene upisivali u indekse za novčanu naknadu od 500 do 750 evra, dok su diplome koštale od 12.000 do 16.000 evra.

Profesori se terete za ukupno 159 krivičnih dela, od toga 114 dela primanja mita i 45 zloupotreba službenog položaja.

Za braniocice su angažovani advokati iz više od 100 kancelarija.

Prva optužnica u aferi Indeks podignuta je u avgustu prošle godine protiv 41 osobe zbog primanja mita, zloupotrebe službenog položaja i falsifikovanja isprava.

U aprilu 2008. godine usledila je dopunska optužnica protiv još 48 osoba. Ta optužnica tereti 33 studenta kragujevačkog Pravnog fakulteta i još 14 osoba koje su im pomagale u navodnom polaganju ispita.

Zbog velikog broja optuženih u toj aferi u smederevskom Istražnom zatvoru nije bilo dovoljno mesta pa su pojedini umešani u aferu Indeks prebačeni u zatvore u Beogradu i Požarevcu.

Bojkovička je saopštila da na sledeće pretrese neće pozivati sve optužene da bi se suđenje lakše odvijalo.

(Kraj) msp/vok/vbr

*Radio 021* je znatno skratio agencijsku vest i prilagodio je svojoj programskoj shemi, odnosno vlastitoj informativnoj emisiji, što je uobičajen postupak, kada su elektronski mediji u pitanju. I dok u agencijskoj vesti po pravilu dominira perfekat, u vesti koju je sebi prilagodio Radio 021 na pojedinim mestima приметно je izbegavanje tog prošlog vremena:

Primer 122:

*Radio 021:*

Prema rečima sudije, na sledeće pretrese neće biti pozivani svi optuženi da bi se suđenje lakše odvijalo.

*Beta:*

Bojkovička je saopštila da na sledeće pretrese neće pozivati sve optužene da bi se suđenje lakše odvijalo.

Već u samom lidu primećuje se izvesna simplifikacija agencijske vesti:

*Radio 021:*

Suđenje grupi od 88 profesora i studenata, optuženih u aferi “indeks”, počelo je danas u Smederevu.

*Beta:*

Glavni pretres grupi od 88 profesora i studenata, optuženih u aferi Indeks, počeo je danas pred sudskim većem Okružnog suda u Smederevu, kojim predsedava sudija Slađana Bojković.

Umesto sintagme glavni pretres, urednik vesti na *Radiju 021* koristio je imenicu suđenje. To nije uobičajen postupak, ali se ne bi mogao okarakterisati ni kao kršenje ugovora o preuzimanju agencijskih vesti, s obzirom da se glavni pretres i *suđenje* mogu okarakterisati kao bliski termini, jer je glavni pretres deo *suđenja*.

*Radio 021* vest nastavlja bekgraundom koji je takođe preuzet iz agencije, u kojem se navodi za šta su optuženi profesori. I bekgraund je maksimalno skraćen i donekle “prepričan”.

Primer 123:

*Radio 021:*

Profesori se terete da su pozitivne ocene upisivali u indekse za naknadu od 500 do 750 evra, dok su diplome koštale od 12.000 do 16.000 evra.

*Beta:*

U aferi Indeks optužena su 23 profesora, 33 studenta i više od 30 posrednika koji se terete za korupciju, zloupotrebu službenog položaja, falsifikovanje dokumenata i podsticanje na vršenje krivičnog dela.

Optuženo je više profesora Pravnog fakulteta u Kragujevcu, Beogradu, Nišu i Novom Sadu koji se terete da su pozitivne ocene upisivali u indekse za novčanu naknadu od 500 do 750 evra, dok su diplome koštale od 12.000 do 16.000 evra.

Profesori se terete za ukupno 159 krivičnih dela, od toga 114 dela primanja mita i 45 zloupotreba službenog položaja.

Vest se na *Radiju 021* nastavlja pasusom koji je četvrti po redu u originalnoj agencijskoj vesti. Taj pasus je, sem imenice Smederevo, prenet od reči do reči iz agencijskog izvornika:

Primer 124:

*Radio 021:*

Glavni pretres se održava u sali Skupštine grada jer Okružni sud nema uslova da primi veliki broj okrivljenih, njihove branioce i rodbinu.

*Beta:*

Glavni pretres se održava u sali Skupštine grada Smedereva jer Okružni sud nema uslova da primi veliki broj okrivljenih, njihove bratioce i rodbinu.

U primeru 125 primećuje se da je *Radio 021* u celoj vesti dosledno koristio prezent umesto agencijskog perfekta:

Primer 125:

*Radio 021:*

Centri za socijalni rad u Srbiji stalno beleže porast broja zlostavljane dece u porodici, kažu u Ministarstvu socijalne politike. Zaštitnik građana Saša Janković ističe da se nasilje nad decom ne može suzbiti samo zakonskim kaznama, već da je potrebna promena svesti ljudi o tom problemu i jasna državna strategija. Psiholog Žarko Trebješanin navodi da je, prema nekim istraživanjima, 90 odsto roditelja u Srbiji sklono fizičkom kažnjavanju dece, pri čemu je 40 odsto sklono izuzetno grubom fizičkom kažnjavanju. Trebješanin ocenjuje da su rezultai tih istraživanja “možda preterani”, ali da se, ipak, ne može poreći činjenica da je u Srbiji kažnjavanje osnovni način vaspitavanja.

*Beta:*

ZEM-DECA-NASILJE

Lučić: Konstantan porast zlostavljanja dece u Srbiji

BEOGRAD, 1. decembra 2008. (*Beta*) – Centri za socijalni rad u Srbiji konstantno beleže porast zlostavljanja dece u porodici, pri čemu je najčešće grubo zanemarivanje osnovnih potreba dece, izjavila je danas državni sekretar Ministarstva rada i socijalne politike Ljiljana Lučić.

“Pored zanemarivanja, u 22 odsto slučajeva centri za socijalni rad beleže i fizičko zlostavljanje dece”, kazala je Lučićeva na okruglom stolu “Fizičko kažnjavanje dece – kakva kazna sledi”, koji je održan u Beogradu.

Ona je ukazala i na to da je školama, među vršnjacima, najprisutnije verbalno nasilje, a sve česći su i slučajevi fizičkog nasilja koje se beleži mobilnim telefonima.

Lučićeva je najavila da bi u cilju suzbijanja nasilja nad decom Vlada Srbije u narednim nedeljama trebalo da usvoji Nacionalnu strategiju za prevenciju i zaštitu dece od nasilja.

Ciljevi te strategije, prema njenim rečima, biće bolji zakonodavni okvir za prevenciju nasilja na decom, razvijanje službi za pomoć žrtvama nasilja kao i edukacija kadra koji neposredno radi sa decom kako bi se nasilje na vreme prepoznalo.

“Potrebno je usavršiti praćenje nasilja u porodicama kako bi postojali precizni podaci o razmerama tog problema”, kazala je Lučićeva.

Zaštitnik građana Saša Janković istakao je da se nasilje nad decom u Srbiji ne može sužbiti samo zakonskim kaznama, već da je potrebna promena svesti ljudi o toj problematici i jasna državna strategija.

Janković je podsetio da u nešto manje od 20 država u Evropi postoji zakonska zabrana fizičkog kažnjavanja dece u školama i porodici, dok u Srbiji postoji samo zabrana kažnjavanja u obrazovnim ustanovama.

On je ocenio da je zakonsko kažnjavanje nasilja nad decom uplitanje prava u lične i porodične odnose i da zbog toga zahteva široku društvenu raspravu.

Psiholog Žarko Trebješanin naveo je da je prema nekim istraživanjima 90 odsto roditelja u Srbiji sklono fizičkom kažnjavanju dece, pri čemu je 40 odsto sklono izuzetno grubom fizičkom kažnjavanju.

Trebješanin je ocenio da su rezultati tih istraživanja “možda preterani”, ali da se ipak ne može poreći činjenica da je u Srbiji kažnjavanje osnovni način vaspitavanja.

“U Srbiji se smatra da ukoliko dete ne kažnjavate i ukoliko mu imalo popustite, ono neće postati dobar čovek”, kazao je Trebješanin.

Svoju tvrdnju on je potkrepio i narodnim poslovicama koje prema njegovom mišljenju oslikavaju i tradiciju vaspitavanja u Srbiji: “Dete nebijeno slabo odgojeno” i “Ko nije tučen nije naučen”.

Trebješanin je precizirao da su najčešći načini kažnjavanja dece u Srbiji verbalne opomene i pretnje, uskraćivanje nagrade, posmatranje samog kažnjavanja i fizičke kazne od blagog šamara do batina i vezivanja.

“Kažnjavanje, zapravo nema pravu svrhu, jer ne menja trajno stavove deteta, već samo utiče na njegov način ponašanja”, poručio je on.

(Kraj) bom/sas

U ovom primeru imamo sledeći odnos glagolskih vremena:

*Radio 021 – Beta*  
kažu – izjavila je  
ističe – istakao je  
navodi – naveo je  
ocenjuje – ocenio je

Kao i u primeru 125, i u sledećem slučaju *Radio 021* pribegao je značajnom skraćivanju agencijske vesti, što se može primetiti već u samom lidu:

Primer 126:

*Radio 021:*

Centri za socijalni rad u Srbiji stalno beleže porast broja zlostavljane dece u porodici, kažu u Ministarstvu socijalne politike.

*Beta:*

Centri za socijalni rad u Srbiji konstantno beleže porast zlostavljanja dece u porodici, pri čemu je najčešće grubo zanemarivanje osnovnih potreba dece, izjavila je danas državni sekretar Ministarstva rada i socijalne politike Ljiljana Lučić.

Izostavljanjem konkretnog subjekta *Ljiljana Lučić*, *Radio 021* nije narušio ugovor o korišćenju agencijskog servisa jer je depersonalizovana informacija da izjava potiče iz Ministarstva socijalne politike sasvim dovoljna za slušaoce *Radija 021* i predstavlja kompletnu informaciju, sa jasno naznačenim izvorom.



### 5.1.3. Agencijska vest i televizija

Ni televizija, poput radija, nema mogućnost davanja naslova i nadnaslova vestima, ali za razliku od radija, televizija se bazira na slici a ne samo na zvuku. I za televiziju je presudan agencijski lid pa urednici i ovog medija često, poput onih na radiju, skraćuju agencijski lid da bi bio još efektivniji, jer ni televizija ne trpi dugačke rečenice.

#### Primer 127:

*Beta:* Narodna skupština Republike Srpske (RS) usvojila je večeras entitetski budžet za narednu godinu u iznosu od milijardi i 67 miliona konvertibilnih maraka, što je za šest odsto više u odnosu na ovogodišnji rebalans.

Predloženi budžet podržala su 52 poslanika, 17 ih je glasalo protiv, dok su se dva poslanika suzdržala od glasanja.

Ministar finansija RS Aleksandar Džombić rekao je, obraćajući se poslanicima, da će globalna finansijska kriza imati indirektno posledice po RS, ali je naveo da je bankarski sistem u ovom entitetu potpuno stabilan.

On je naglasio da u narednoj godini neće doći do smanjenja plata budžetskim korisnicima.

Govoreći pred parlamentom, predsednik Udruženja penzionera RS Rade Rakulj je ocenio da u budžetu za narednu godinu "praktično nema penzionera", navodeći da je potrebno izvršiti sistemske promene kako bi Fond PIO mogao bolje da funkcioniše.

RTV: Narodna skupština Republike Srpske večeras je usvojila budžet RS za 2009. godinu u iznosu od 1,6 milijardi konvertibilnih maraka, za šest odsto veći od ovogodišnjeg. Tokom celodnevnog skupštinskog zasedanja usvojena je i ekonomska politika za narednu godinu. Ministar finansija Aleksandar Džombić je, obrazlažući ekonomsku politiku i budžet kazao da se globalna ekonomska kriza neće direktno odraziti na RS, koja je, kako je naveo, finansijski stabilna.

Televizija, međutim, ima i dodatnu mogućnost da kombinacijom slike, zvuka i grafike privuče i zainteresuje gledaoce za neku agencijsku vest.

#### 5.1.3.1. *Agencijska vest i Radio-televizija Vojvodine*

Jednako kao i radio, prema svojoj prirodi, televizija kao medij nema ni slag ni naslov, za razliku od agencije. Ni televizija nema mogućnost (sem na svom internetskom sajtu) da agencijsku vest potpiše. Zbog toga bi, prema pravilu koje se veoma često krši, televizija trebalo da u samom telu vesti ubaci i sintagmu da je vest preuzeta od agencije (“kako javlja Beta...”) i da to spiker jasno pročita. Na osnovu velike većine primera koje smo analizirali možemo zaključiti da je Televizija Vojvodine uglavnom dosledno kršila to pravilo iz ugovora. U posmatranom uzorku bilo je i primera kada je *Televizija Vojvodine* jasno naznačila da je vest preuzela od *Bete*:

Primer 128:

*RTV:*

Osoba čiji identitet još nije utvrđen skočila je jutros oko 7.30 sa hotela „Ekselzior“ u ulici Kneza Miloša u centru Beograda, potvrđeno je agenciji Beta u informativnoj službi MUP-a Srbije.

*Beta:*

Osoba čiji identitet još nije utvrđen skočila je jutros oko 7.30 sa hotela „Ekselzior“ u ulici Kneza Miloša u centru Beograda, potvrđeno je agenciji Beta u informativnoj službi MUP-a Srbije.

U ogromnoj većini ostalih posmatranih vesti *RTV* nije navodila agenciju *Beta* kao izvor. To često nije činila ni sa drugim agencijama, od kojih je *Beta* preuzimala vesti:

Primer 129:

*RTV:*

Cena nafte pala je danas za 3,4 odsto, na ispod 39 dolara za barel.

*Beta:*

NUJORK, 23. decembra 2008. (*Beta-Rojters*) – Cena nafte pala je danas za 3,4 odsto, na ispod 39 dolara za barel.

Ipak, u posmatranom korpusu bilo je i slučajeva kada je spiker na *Televiziji Vojvodina* navodio da pročitana vest “prenose agencije”:

Primer 130:

*RTV:*

Više hiljada levičara, studenata i srednjoškolaca protestovalo je danas u centru Atine uzvikujući “panduri, svinje, ubice” zbog smrti tinejdžera koga je 6. decembra ubio policajac, *prenele su agencije*.

*Beta:*

ATINA, 23. decembra 2008. (*Beta-AFP/Rojters*) – Više hiljada levičara, studenata i srednjoškolaca protestovalo je danas u centru Atine uzvikujući “panduri, svinje, ubice” zbog smrti tinejdžera koga je 6. decembra ubio policajac.

Kada preuzima vesti od agencije *Beta*, *Televizija Vojvodine* uglavnom poštuje izvornu agencijsku vest i kao takvu doslovno je prenosi, uz izvesna skraćivanja, s ciljem da vesti prilagodi trajanju svoje informativne emisije.

Retki su slučajevi kada urednici na *Televiziji Vojvodine*, sem što znatno skraćuju, ujedno i prepričavaju agencijsku vest:

Primer 131:

*RTV:*

Narodna skupština Republike Srpske večeras je usvojila budžet RS za 2009. godinu u iznosu od 1,6 milijardi konvertibilnih maraka, za šest odsto veći od ovogodišnjeg. Tokom celodnevnog skupštinskog zasedanja usvojena je i ekonomska politika za narednu godinu. Ministar finansija Aleksandar Džombić je, obrazlažući ekonomsku politiku i budžet kazao da se globalna ekonomska kriza neće direktno odraziti na RS, koja je, kako je naveo, finansijski stabilna.

*Beta:*

Narodna skupština Republike Srpske (RS) usvojila je večeras entitetski budžet za narednu godinu u iznosu od milijardi i 67 miliona konvertibilnih maraka, što je za šest odsto više u odnosu na ovogodišnji rebalans.

Predloženi budžet podržala su 52 poslanika, 17 ih je glasalo protiv, dok su se dva poslanika suzdržala od glasanja.

Ministar finansija RS Aleksandar Džombić rekao je, obraćajući se poslanicima, da će globalna finansijska kriza imati indirektno posledice po RS, ali je naveo da je bankarski sistem u ovom entitetu potpuno stabilan.

On je naglasio da u narednoj godini neće doći do smanjenja plata budžetskim korisnicima.

Govoreći pred parlamentom, predsednik Udruženja penzionera RS Rade Rakulj je ocenio da u budžetu za narednu godinu "praktično nema penzionera", navodeći da je potrebno izvršiti sistemske promene kako bi Fond PIO mogao bolje da funkcioniše.

Opoziciona Srpska demokratska stranka (SDS) tražila je povećanje budžeta za 120 miliona KM, ali je Vlada takav predlog odbila, navodeći da nije realan.

Opozicija je imala niz primedbi na predloženi budžet, ocenjujući da je nedovoljno sredstava predloženo za poljoprivredu, socijalne kategorije i izbegličku populaciju.

Parlament je večeras usvojio i Zakon o izvršenju budžeta kojim se propisuju prioriteti, kao što su spoljni dug, obaveze prema zajedničkim institucijama BiH, kao i porezi i doprinosi na lična primanja i invalidnine.

*Televizija Vojvodine* samo ponekad kombinuje vlastitu produkciju sa uslugama agencije, i to tako što delimično preuzima tekst agencijske vesti i ilustruje ga sopstvenim audio-video materijalom, u vidu snimljene i emitovane izjave:

## Primer 132:

### *RTV:*

Aktivisti Lige socijaldemokrata Vojvodine organizovali su danas protest ispred Rafinerije nafte Novi Sad, kako bi iskazali neslaganje sa predloženom prodajom Naftne industrije Srbije ruskom Gaspromu. Poslanica LSV u Skupštini Srbije Aleksandra Jerkov ocenila je da se Rusija prema Srbiji “ponaša gore nego prema svojoj guberniji”, jer od 25. januara kada je u Moskvi potpisan energetska sporazum, ruska strana svakodnevno ističe nove zahteve, uslove i promene koje Srbiju dovode u sve gori položaj.

*Sledi audio-video insert (izjava):*

“Problematično je to što Srbija poklanja imovinu Vojvodine nekoliko dana pre nego što ističe ustavni rok da ona bude vraćena Vojvodini...”

### *Beta:*

Aktivisti Lige socijaldemokrata Vojvodine (LSV) organizovali su danas protest ispred Rafinerije nafte Novi Sad, kako bi iskazali neslaganje sa predloženom prodajom Naftne industrije Srbije (NIS) ruskom Gaspromu.

Poslanica LSV u Skupštini Srbije Aleksandra Jerkov ocenila je da se Rusija prema Srbiji “ponaša gore nego prema svojoj guberniji”, jer od 25. januara kada je u Moskvi potpisan energetska sporazum, ruska strana svakodnevno ističe nove zahteve, uslove i promene koje Srbiju dovode u sve gori položaj.

“Problematično je to što Srbija poklanja imovinu Vojvodine nekoliko dana pre nego što ističe ustavni rok da ona bude vraćena Vojvodini”, rekla je Aleksandra Jerkov i dodala da je problem i što je Rusija sklopila sa Srbijom nepovoljniji ugovor nego sa bilo kojom drugom zemljom u regionu...

Iz korpusa posmatranih i upoređenih vesti može se zaključiti da Televizija Vojvodine u velikoj većini slučajeva ne interveniše u tekstu agencijske vesti ni na koji način sem skraćivanjem vesti i prilagođavanjem trajanju informativne emisije.

#### 5.1.4. Agencijska vest i internetski portal

Za razliku od štampe, radija i televizije, informativni internetski portali nemaju problem ni sa ograničenim vremenom trajanja emisija niti sa prostorom, poput štampanih medija. Ovi portali bez problema mogu da objavljuju cele agencijske vesti, čak i kada su duže od uobičajenih standarda. Internet portali koriste tehničke prednosti koje imaju, a pre svega linkovanje. Drugim rečima, gotovo je pravilo da informativni portali objave naslov agencijske vesti, lid i eventualno prvu rečenicu posle lida a potom upućuju čitaoce da nastavak vesti mogu da pročitaju ako kliknu kompjuterskim mišem na link za tu vest.

Internetski portali takođe veoma vode računa o naslovu vesti jer na taj način privlače pažnju čitalaca, zbog čega je uobičajena praksa da urednici ovih portala menjaju rutinski agencijski naslov u atraktivniji i efektivniji.

Kroz linkove, internetski medij u dužoj verziji vesti nudi i fotografije i video-zapise koji čitaoce treba dodatno da zainteresuju za konkretnu vest. Takođe, unutar samog tela vesti, internetski portali nude dodatne linkove prema određenim temama koje tretira konkretna vest.

##### 5.1.4.1. Agencijska vest i internetski portal B92

Vest na internetskom portalu *B92* opremljena je u skladu sa mogućnostima i uređivačkom politikom tog internetskog medija. Ni ovaj portal, naravno, ne prenosi agencijski slag. Svaka vest koja je objavljena na portalu ima i svoj naslov koji se uglavnom razlikuje od naslova u agenciji *Beta*. Ipak, za razliku od *Blica*, naslovi na portalu *B92* ne odudaraju mnogo od *Betinih* naslova:

Primer 133:

*B92:*

Stratfor o krijumčarenju na Kosovu

*Beta:*

Stratfor: Droga u u srži sukoba oko Euleksa

Za razliku od štampanih medija, koji su ograničeni brojem stranica, internetski medij nema takvo ograničenje, što koristi i portal *B92*. Internetski medij

ima mogućnost linkovanja, pa kada *B92* objavljuje agencijske i ostale vesti na svom portalu, on tu mogućnost maksimalno koristi. Drugim rečima, na portalu se objavi naslov vesti, njen lid i eventualno još jedna rečenica posle lida. Čitaocu se ostavlja mogućnost da putem klika kompjuterskim mišem pročita i ostatak vesti, ukoliko ga ta vest zanima na osnovu pročitanoog naslova i lida.

Primer 134:

*B92:*

Stratfor o krijumčarenju na Kosovu

Ostin, Beograd – Srž neslaganja Prištine i Brisela oko Misije EU na Kosovu su “narko operacije koje čine pravi unosni resurs Kosova”, ocenjuje američka agencija Stratfor.

Na Misiju EU, koja je ranije u Prištini smatrana “poželjnim zaklonom” od Srbije, sada se, navodi Stratfor, sumnjičavo gleda dok istovremeno EU počinje da preusmerava svoje prioritete s Kosova i “kosovske podzemne ekonomije zasnovane na krijumčarenju”.

Klikom na naslov čitalac će moći da pročita celu vest i da odmah ispod naslova sazna i izvor vesti, odnosno da je vest preuzeta od agencije, što se u “skraćenoj verziji” vesti ne može videti. U proširenu verziju vesti urednici portala često ubacuju i fotografije, video inserte i nove linkove ka starim vestima, koje su povezane sa upravo objavljenom vešću. Na taj način, oni vest žele da učine zanimljivom i prijemčivijom za čitanje pošto ekran računara nije podesan za čitanje dugačkih tekstova.

U primeru 135, portal *B92* je unekoliko skratio agencijski lid:

Primer 135:

*B92:*

Srž neslaganja Prištine i Brisela oko Misije EU na Kosovu su “narko operacije koje čine pravi unosni resurs Kosova”, ocenjuje američka agencija Stratfor.

*Beta:*

Srž neslaganja Prištine i Brisela oko Misije EU na Kosovu (Euleks) nije to što je ona dobila mandat kroz ustupke Beogradu, nego “narko operacije koje čine pravi unosni resurs Kosova”, ocenjuje američka agencija Stratfor.

Ovakvo skraćivanje agencijskog lida nije uobičajeno, ali je na konkretnom primeru dozvoljeno, jer ne zadire u suštinu agencijskog lida.

Internetski portal *B92* neretko kombinuje više agencijskih vesti i od njih pravi jednu celinu. U tim slučajevima, sem glavnog naslova, vest na portalu ima i nekoliko podnaslova, koji su u stvari naslovi agencijskih vesti koje su inkorporirane u tu jednu veliku vest. I ovakva vest čitaocima se nudi u veoma skraćenoj verziji na portalu:

Primer 136:

*B92:*

NATO za jačanje odnosa sa Srbijom

Brisel – Šefovi diplomatija NATO-a ponudili su jačanje odnosa Srbije i Alijanse kroz izradu “akcionog plana” za Partnerstvo za mir. Albanija i Hrvatska u NATO do aprila.

Klikom na naslov ove vesti pred čitaocem će se pojaviti jedna dugačka vest, koja je nastala spajanjem tri agencijske vesti i podeljena je sledećim podnaslovima, koji su zapravo doslovno preuzeti naslovi još dve preuzete agencijske vesti:

Primer 137:

*B92:*

Hrvatska i Albanija u NATO-u do aprila  
Pozdravljen napredak u saradnji s Crnom Gorom i BiH

Sam naslov ove dugačke vesti na portalu se razlikuje od naslova u agenciji *Beta*:

Primer 138:

*B92:*

NATO za jačanje odnosa sa Srbijom

*Beta:*

Ministri NATO nude Srbiji akcioni plan za Partnerstvo za mir



Naslov se razlikuje i u sledećim primerima:

Primer 139:

*B92:*  
Odloženo suđenje za Suvu Reku

*Beta:*  
Suđenje odloženo zbog  
tehničkih problema

Tihić svedočio protiv Šešelja

Tihić: Zlostavljali su me srpski  
paravojnici

Postoje i primeri skraćivanja lida, odnosno izostavljanja izvora informacije iz samog lida:

Primer 140:

*B92:*

Nekoliko stotina antivladinih demonstranata napustilo je jutros međunarodni aerodrom u Bangkoku gde su protestovali više od nedelju dana.

*Beta:*

Nekoliko stotina antivladinih demonstranata napustilo je jutros međunarodni aerodrom u Bangkoku, gde su protestovali više od nedelju dana, *saopštila je danas aerodromska služba u tajlandskoj prestonici.*

Za razliku od štampe, a naročito za razliku od televizije i radija, u slučaju internetskog portala *B92* nisu primećeni slučajevi nenavođenja agencije *Beta* kao izvora informacije. Portal ima mogućnost i dovoljno prostora da na sličan način kao i agencija navede izvor od kojeg je preuzeta vest:

Primer 141:

*B92:*

Odloženo suđenje za Suvu Reku 3. decembar 2008. | 17:36 | Izvor: *Beta*

## 6. POŠTOVANJE PRAVILA MEDIJSKE ETIKE<sup>66</sup>

Na osnovu posmatranog korpusa tekstova Novinske agencija Beta može se izvući zaključak da ova medijska kuća uglavnom poštuje Kodeks novinara Srbije. Analizirane informacije mogu se okarakterisati kao tačne, objektivne, potpune i blagovremene. Takođe, agencijski novinari prave jasnu razliku između činjenica koje prenose. Oni i dosledno izbegavaju lične komentare. U radu sa anonimnim izvorima, agencijski novinar se pridržava propisanih pravila u Kodeksu, kao i u Priručniku *NA Beta*. U ostalim slučajevima, novinar dosledno navodi izvor informacije koju prenosi. Uočeno je takođe da se u posmatranom korpusu poštuje novinarski princip “pro et contra”, odnosno da agencija obezbeđuje izjave i stavove suprotstavljenih strana u nekom sporu.

Posmatrana agencija u samo jednom slučaju koristila je *nepotvrđene informacije*:

Primer 142:

Grad Niš organizovaće doček Nove godine na centralnom gradskom trgu 31. decembra, a *prema još uvek nepotvrđenim informacijama*, očekuje se da nastupi beogradska grupa “Van Gog”.

*U kabinetu gradonačelnika Niša agenciji Beta je rečeno da će grad ove godine organizovati doček na centralnom gradskom trgu, kao i da je gotovo siguran nastup “Van Goga”, a da je planiran i program za decu kao i nastup trubača.*

<sup>66</sup> Novinarska udruženja u Srbiji (Nezavisno udruženje novinara Srbije i Udruženje novinara Srbije, u saradnji sa Nezavisnim društvom novinara Vojvodine i Društvom novinara Vojvodine) usaglasila su i usvojila Kodeks novinara Srbije krajem 2006. godine, kojim su formulisane norme profesionalne etike novinara. U preambuli ovog kodeksa navodi se: „UNS i NUNS ovaj kodeks donose kao etički standard profesionalnog postupanja novinara. Dužnost je novinara da slede profesionalne i etičke principe sadržane u Kodeksu i da se suprotstave pritiscima da te principe prekrše. Kodeks preporučuje solidarnost s kolegama kada su ugroženi standardi profesionalnog postupanja novinara. Za primenu ovog kodeksa odgovorni su i urednici i izdavači.“ Svi članovi navedenih udruženja novinara dužni su da poštuju pravila iz kodeksa. U suprotnom, sudovi časti novinarskih udruženja imaju ovlašćenje da opomenu, javno prozovu ili preporučie isključenje iz članstva udruženja one novinare, urednike i izdavače koji se ne pridržavaju Kodeksa novinara Srbije. Nije neuobičajena praksa u svetu i kod nas da, pored ovakvog jedinstvenog kodeksa, medijske kuće donose i sopstvene kodekse. Agencija Beta, na primer, nema kodeks, ali ima Priručnik u kojem se propisuju profesionalni standardi za rad u toj medijskoj kući. Agencija AP ima nešto što je slično kodeksu, The Associated Press Statement of News Values and Principles, kojim se takođe propisuju profesionalni standardi u izveštavanju te velike svetske agencije.

Iako je iskorišćena nepotvrđena informacija, i to je izričito i navedeno u vesti, u drugom pasusu agencijski novinar je ipak saopštio da je informacija dobijena iz kabineta gradonačelnika, što je svakako čini relevantnijom te se ne može reći da je u ovom slučaju prekršen princip poštovanja objektivnosti.

U posmatranom korpusu uočeno je da agencija ne poštuje u potpunosti pravosudnu kategoriju pretpostake nevinosti.<sup>67</sup> U većini slučajeva, kada je neko osumnjičen za neko krivično delo, agencija dosledno navodi samo njegovo ime, inicijal prezimena i godine starosti. U slučaju maloletnika, agencija navodi samo inicijale i godine starosti. Ipak, ima i primera u kojima se krši Kodeks novinara Srbije:

#### Primer 143:

Srpsko Tužilaštvo za ratne zločine zatražilo je od Veća za ratne zločine Okružnog suda u Beogradu da odredi pritvor *Nenadu Maliću (47)* iz Bečeja osumnjičenom za ratni zločin nad tri muslimanska civila u Bosni i Hercegovini 1992. godine...

Ured za suzbijanje korupcije i organizovanog kriminala (USKOK) u ponedjeljak je Županijskom sudu u Zagrebu podneo zahtev za proširenje istrage protiv *Slobodana Đurovića* iz Crne Gore, zbog sumnje da su od njega nepoznate osobe naručile ubistvo suvlasnika Nacionala Ive Pukanića i da je nakon toga s ostalim osumnjičenima pripremao njegovu likvidaciju.

Proširenje istrage protiv Đurovića USKOK je zatražio na osnovu rezultata dosad sprovedene istrage, saopštilo je Državno tužilaštvo Hrvatske na svom internet sajtu, navodeći samo inicijale i starost osumnjičenog...

Vlasnik i direktor preduzeća SOZ plus iz Niša *Dragan Randelović* uhapšen je zbog sumnje da je izvršio više krivičnih dela iz oblasti privrednog kriminala kojima je pribavio korist od 1,5 miliona dinara i 4.000 evra, saopštila je danas niška policija...

Radnik firme „Otpad tehnomed“ *Milojko Jović (1965)* osumnjičen je da je varnicom sa aparata za varenje izazvao požar, a ostale policija tereti za izazivanje opšte opasnosti i nepreduzimanje dovoljnih mera zaštite od požara...

---

<sup>67</sup> “Novinar je dužan da poštuje pravilo pretpostavke nevinosti i ne sme nikoga proglasiti krivim do izricanja sudske presude.” (Kodeks novinara Srbije). O ovome je bilo reći i u poglavlju o identifikaciji aktera u agencijskoj vesti.

Pored Jovića, uhapšeni su i vlasnik preduzeća Otpad tehnomed *Budimir Nikolić (1954)*, kao i direktori i nadležni službenici u fabrici Viskoza svila *Branislav Stanković (1954)*, *Leposava Aleksić (1957)* i *Dragan Janković (1960)*...

Policija je uhapsila kriminalnu grupu iz Beograda osumnjičenu za šverc i prodaju droge i zaplenila četiri kilograma kokaina, više od tri kilograma heroina i zaplenila oko 3.500 evra, više automobila i dva pištolja, saopštilo je danas Ministarstvo unutrašnjih poslova.

Uhapšeni su Ognjen Šekularac (1979), Marija Šporcija (1978), Filip Petričević (1980) i Dejan Pavlović (1984), svi iz Beograda, koji su, kako je navela policija, bili jedna od najorganizovanijih kriminalnih grupa koja se ove godine bavila švercom i rasturanjem droge...

Policija je uhapsila 16 policajaca zaposlenih na stanici granične policije Gučevo kod Loznice i četiri civila zbog sumnje da su primali i davali mito, saopštilo je danas Ministarstvo unutrašnjih poslova.

Uhapšeni su policajci Goran Simić (1971), Goran Stanimirović (1984), Željko Stevanović (1979), Miodrag Popović (1973), Branko Pejkić (1975), Milan Spasojević (1968), Zoran Samardžić (1970), Dragiša Đukić (1984), Vladimir Perić (1983), Zoran Lukić (1978), Željko Radivojević (1972) i Dane Samardžija (1975), svi iz Loznice...

Nema sumnje da je u gornjim primerima agencijski novinar samo prenosio saopštenje koje je dobio od policije ili tužilaštva, ali je morao da vodi računa o poštovanju pretpostavke nevinosti kada su u pitanju osumnjičeni za krivična dela, bez obzira na činjenicu da je od istražnih organa dobio spisak sa punim imenima i prezimenima osumnjičenih.

S druge strane, u analiziranom korpusu agencijski novinari i urednici u izveštavanju o nesrećama izbegavali su spekulacije i prenošenje nedovoljno proverljivih činjenica, čime su poštovali načela etičkog kodeksa.

U korpusu nisu primećeni tekstovi koji na bilo koji način diskriminišu na osnovu rase, pola, starosti, seksualnog opredeljenja, jezika, vere, političkog i drugog mišljenja, nacionalnog ili društvenog porekla:

Primer 144:

Strategija za unapređivanje položaja Roma u Srbiji trebalo bi da bude usvojena do kraja godine, saopšteno je danas iz Ministarstva za ljudska i manjinska prava...

Šef nemačkih opozicionih Liberala (FDP) Gido Vestervele (Guido Westermelle) najavio je da će se, ukoliko posle narednih parlamentarnih izbora postane ministar inostranih poslova, zauzeti za ukidanje finansijske pomoći zemljama u kojima postoji diskriminacija homoseksualaca...

U gornjim primerima, nacionalna pripadnost *Roma* korištena je u vesti koja govori o strategiji pozitivne diskriminacije Roma u društvu u Srbiji. Sličan primer je i sa *homoseksualcima* u Nemačkoj.

Da li agencija *Beta* poštuje i etički princip da je nezavisna od pritiska, ne može se utvrditi ovom analizom, kao ni da li je u uređivačkoj politici te medijske kuće prisutna cenzura, prikrivanje ili sprečavanje prikupljanja i objavljivanja informacija. Na osnovu analize diskursa ne može se utvrditi – niti je to predmet rada ove monografije – da li ekonomski i politički interesi izdavača utiču na uređivačku politiku, na način koji bi imao za posledicu netačno, neobjektivno, nepotpuno i neblagovremeno informisanje javnosti.<sup>68</sup>

Na osnovu rečenog može se zaključiti da posmatrana agencija uglavnom poštuje Kodeks novinara Srbije u onim njegovim delovima koje je moguće analizirati u ovom radu.

---

<sup>68</sup> O različitim vrstama pritiska i nedozvoljenih uticaja na medije gotovo neprestano se polemše u stručnoj javnosti. Istraživanja koja su rađena na te teme pokazala su da novinari u Srbiji priznaju da su izloženi vrlo različitim vrstama pritiska i nedozvoljenih uticaja.

## 7. REZIME

Prvi primaoci agencijskih vesti su medijske kuće i redakcije novina, radija, televizija i internetskih portala. Pod određenim pravilima, ovi mediji obrađuju agencijske vesti, uglavnom tako što ih skraćuju (štampa, radio, televizija), menjaju naslove (štampa, internet), dodaju nadnaslove ili podnaslove (štampa, internet) i prosleđuju ih svojoj publici, ne menjajući suštinu agencijskih proizvoda. Krajnji primalac agencijskih informacija jeste, dakle, široki auditorijum.

Zadatak novinske agencije je da brzo, tačno i nepristrasno prikupi relevantne i značajne informacije u toku jednog dana sa područja sa kojeg izveštava. Agencijske informacije moraju da budu pregledne i jasne. Agencijska vest treba da predstavlja objektivnu i neutralnu poruku, zbog čega u ovoj vrsti novinarstva komentar od strane autora vesti nije poželjan.

Novinske agencije veoma retko koriste anonimne izvore za svoje vesti, pošto to oduzima kredibilitet vesti. Preterana upotreba anonimnih izvora karakteristična je za senzacionalističko novinarstvo, a u agencijama nema mesta za neproverene informacije. U posmatranom korpusu anonimni izvori veoma retko su korišteni.

Iako ponekad prenosi i izveštavanje drugih medija, agencija je primarno pošiljalac vesti, ili, kako se to u profesionalnom žargonu kaže, *fabrika i prodavnica vesti*.

Tekstovi novinske agencije prezentovani su u obliku vesti i izveštaja. Pored njih, zastupljeni su i reportaža, članak i intervju. Za sve agencijske tekstove vrede univerzalni principi: sažeti su, precizni i pregledni, bez elemenata naracije i pišu se po principu obrnute piramide. Vest počinje lidom, odnosno najvažnijom informacijom a nastavlja se manje važnim informacijama.

U ovom radu zastupamo tezu da je agencijski izveštaj zapravo samo proširena agencijska vest, koji je kompleksniji od nje tek utoliko što u sebi može da sadrži više vesti. Idealno sačinjena, agencijska vest je univerzalna, odnosno jasna i razumljiva kako lokalnom čitaocu, tako i onom koji se nalazi hiljadama kilometara daleko.

Za agencijsko novinarstvo, više nego za druge vrste novinarstva, karakterističan je timski rad. Agencijske vesti i ostali agencijski proizvodi po pravilu su rezultat kolektivnog rada više novinara i urednika. To je glavni razlog zašto je agencijsko novinarstvo anonimno. Agencija nastupa kao grupni pošiljalac, a u konačnom obliku vesti novinar kao neposredni autor je anonimiziran. U većini slučajeva mediji kada prenose agencijsku informaciju navode ime agencije od koje su je preuzeli, a ne i ime novinara koji je pisao tu informaciju.

## 8. PRILOZI

### 8.1. GRAFIČKI IZGLED SERVISA VESTI NOVINSKE AGENCIJE BETA



Ova strana se automatski ažurira na svakih 15  
minuta  
*This page is being automatically updated every 15  
minutes*





<b>Stanje naloga</b> <i>Account</i>	<b>Beta TV</b>
<b>Preuzimanje paketa</b> <i>Get package</i>	<b>Preuzimanje prethodnog paketa</b> <i>Get package</i>

<b>Zebra prikaz</b> <i>Zebra Display</i>	<b>Log off Beta</b>
---	---------------------

Ako imate problema sa otvaranjem vesti u  
BNF datotekama posetite sledeću stranu sa  
uputstvom. <http://users.beta.co.rs/uputstvo.html>

<b>Osveži tabelu</b> <i>Refresh table</i>	<b>Dno strane</b> <i>Bottom of the page</i>
--	--



No.	<b>VESTI EMITOVANE U POSLEDNJIH 6 SATI NEWS BROADCAST IN THE LAST 6 HOURS</b>		
<p style="text-align: center;">1</p> 	<p>EKO-JAPAN-TOJOTA Tojota ponovo u dobitku</p> <p>TOKIO, 11. maja 2010. (Beta-AP) - Tojota (Toyota) je u posljednjem kvartalu ponovo uplovila u probitacne vode.</p> <p>Najvechi svetski proizvodjacc automobila smanjio je trosskove i ukljuccio se u opssti oporavak prodaje vozila, istovemenom vodechi bitku za spasavanje svog narussenog ugleda.</p> <p>Tojota je danas saopstila da je u razdoblju januar-mart zaradila ccistih 112 milijardi jena (1,2 milijardu dolara) za razliku od gubitka 766 milijardi jena u istom kvartalu prossle godine.</p> <p>Kompanija occekuje joss bolje rezulate za celu poslovnu godinu, sa skokom profita od 48 procenata na 310 milijardi jena (3,3 milijarde dolara).</p> <p>Da li che kompanija nastaviti svoj oporavak delom zavisi od spasavanja ugleda posle povlaccenja visse od osam miliona vozila ssirom sveta zbog gressaka na pedalama za gas, podnim prostirkama i kompjuterskim uredjajima za koccenje.</p> <p>(Kraj) mrr/vbr</p> 		
No.	<b>Vreme Time</b>	<b>Servis + Slag Service + Slug</b>	<b>Naslov Headline</b>
<p style="text-align: center;">2</p> 	11-MAY-2010 11:16:42	Generalni servis EKO-ZRENJANIN- PREDUZECH	<b>Prodaje se imovina zrenjaninske Fabrike ccarapa Udarnik</b>
<p style="text-align: center;">3</p> 	11-MAY-2010 11:15:46	Generalni servis ZEM-SKUPSSTINA- SEDNICA	<b>U Skupsstini na redu zlostavljanje na radu i volontiranje</b>

<b>4</b> 	11-MAY-2010 11:13:02	Generalni servis EKO-SRBIJA- REVIZIJA	<b>NVO podnele krivicne prijave na osnovu revizije budzeta</b>
<b>5</b> 	11-MAY-2010 11:10:56	Generalni servis EKO-SRBIJA-MMF	<b>Lisovolik: Nema povechanja plata i penzija u 2010.</b>
<b>6</b> 	11-MAY-2010 11:08:54	Generalni servis SPT-FUDBAL- AUSTRALIJA	<b>Verbek saopsstio ssiri spisak reprezentativaca za SP</b>
<b>7</b> 	11-MAY-2010 11:07:20	Generalni servis REG-CRNA GORA- SRBIJA	<b>Krivokapich neche u posetu Srbiji</b>
<b>8</b> 	11-MAY-2010 11:06:22	ŽOU BIZNIS PST-SSOU BIZNIS	<b>Bulevar slavnih Apolo teatra u Njujorku</b>
<b>9</b> 	11-MAY-2010 11:04:30	Generalni servis EKO-SRBIJA-NBS	<b>Monetarni odbora NBS smanjio referentnu kamatu na osam odsto</b>
<b>10</b> 	11-MAY-2010 11:01:04	Generalni servis ZEM-BEOGRAD- SPASOVDAN	<b>U cctvrtak, 13. maja obezzavanje gradske slave Spasovdana</b>
<b>11</b> 	11-MAY-2010 10:58:34	Generalni servis SVT-SE-SRBIJA	<b>Jeremich:SE da se fokusira na statusno neutralne inicijative</b>
<b>12</b> 	11-MAY-2010 10:41:56	Generalni servis EKO-SAD-BANKA	<b>Banka se slozzila da plati pola milijarde dolara vladi SAD</b>
<b>13</b> 	11-MAY-2010 10:41:02	Generalni servis SPT-FUDBAL- SRBIJA	<b>Crvena zvezda bez komentara na optuzbe iz FSS i Partizana</b>
<b>14</b> 	11-MAY-2010 10:39:48	Generalni servis REG-SLOVENIJA- CRNA GORA	<b>Crnogorski ministar krajem nedelje u Sloveniji</b>

<b>15</b> <input type="checkbox"/>	11-MAY-2010 10:36:38	Generalni servis REG-BIH-ZZIRANTI	<b>U BiH sve visse radnika mora da podizze kredite za gazde</b>
<b>16</b> <input type="checkbox"/>	11-MAY-2010 10:32:10	ŠOU BIZNIS PST-SSOU BIZNIS	<b>Nova serija Dzzerija Brukhajmera</b>






---

Pretraga / Search

Servis: <i>Service:</i>	<input type="text"/>	<input type="button" value="▼"/>
Slag: <i>Slug:</i>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Grad: <i>City:</i>	<input type="text"/>	
Agencija: <i>Agency:</i>	<input type="text"/>	
Datum: <i>Date:</i>	<input type="text" value="Danas / Today"/> <input type="button" value="▼"/>	
Naslov: <i>Headline:</i>	<input type="text"/>	
Potpis: <i>Sig:</i>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	<input type="button" value="Poništi / Reset"/>	<input type="button" value="Pretraži! / Search!"/>

## 8.2. KODEKS NOVINARA SRBIJE<sup>69</sup>

*Prema odluci i ovlašćenju Skupštine NUNS-a, Izvršni odbor NUNS-a usvojio je u oktobru 2006. godine Kodeks novinara Srbije, a isti dokument usvojio je i UNS na svojoj Skupštini krajem decembra 2006. godine, tako da je Kodeks postao važeći dokument.*

### PREAMBULA

UNS i NUNS ovaj kodeks donose kao etički standard profesionalnog postupanja novinara.

Dužnost je novinara da slede profesionalne i etičke principe sadržane u Kodeksu i da se suprotstave pritiscima da te principe prekrše. Kodeks preporučuje solidarnost s kolegama kada su ugroženi standardi profesionalnog postupanja novinara.

Za primenu ovog kodeksa odgovorni su i urednici i izdavači.

### I ISTINITOST IZVEŠTAVANJA

1. Obaveza je novinara da tačno, objektivno, potpuno i blagovremeno izvesti o događajima od interesa za javnost, poštujući pravo javnosti da sazna istinu i držeći se osnovnih standarda novinarske profesije.
2. Pravo je medija da imaju različite uređivačke koncepte, ali je obaveza novinara i urednika da prave jasnu razliku između činjenica koje prenose, komentara, pretpostavki i nagađanja.
3. Novinar je dužan da naznači izvor informacije koju prenosi. Ukoliko izvor ne želi da bude otkriven, novinari i urednici postupaju s dužnom profesionalnom pažnjom i svojim profesionalnim autoritetom staju iza informacije i odgovaraju za njenu tačnost.
4. Novinar je dužan, kada je to neophodno, da konsultuje što više izvora i da im omogućiti da iznesu svoj stav.
5. S novinarstvom nespojivi su objavljivanje neosnovanih optužbi, kleveta, glasina, kao i izmišljenih pisama ili pisama čiji autor nije poznat ili njegov identitet nije proverljiv.

<sup>69</sup> Štampanje Kodeksa novinara Srbije u ovoj monografiji odobrili su Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS) i Udruženje novinara Srbije (UNS)

6. U slučajevima kada novinar proceni da je u interesu javnosti da objavi nepotvrđenu informaciju ili nagađanje dužan je da izričito navede da informacija nije potvrđena.

## **II NEZAVISNOST OD PRITISAKA**

1. Novinar treba da se suprotstavi svakom pritisku na slobodno obavljanje profesije, kao i svakom vidu cenzure. Novinar zadatke prima samo od nadležnih urednika.
2. S novinarstvom je nespojivo primanje mita za objavljivanje, prikrivanje ili sprečavanje prikupljanja i objavljivanja informacija. Novinar ne sme odlagati objavljivanje bitnih informacija, osim zbog neophodne provere tačnosti.
3. Ekonomski i politički interesi izdavača ne smeju da utiču na uređivačku politiku, na način koji bi imao za posledicu netačno, neobjektivno, nepotpuno i neblagovremeno informisanje javnosti.
4. Novinar se ne može prisiliti na izražavanje mišljenja protivno njegovoj savesti.

## **III ODGOVORNOST NOVINARA**

1. Novinar je, pre svega, odgovoran svojim čitaocima, slušaocima i gledaocima. Tu odgovornost ne sme da podredi interesima drugih, a posebno interesima izdavača, Vlade i drugih državnih organa. Novinar se mora suprotstaviti svima koji krše ljudska prava ili se zalažu za bilo koju vrstu diskriminacije, govor mržnje i podsticanje nasilja.
2. Falsifikovanje dokumenata i plagijat nedopustivi su i smatraju se teškim prekršajem standarda profesionalnog postupanja novinara.
3. Novinar je dužan da poštuje pravilo pretpostavke nevinosti i ne sme nikoga proglasiti krivim do izricanja sudske presude.
4. Novinaru je zabranjeno da koristi neprimerene, uznemiravajuće, pornografske i sve druge sadržaje koji mogu imati štetan uticaj na decu.
5. Novinar je dužan da poštuje i štiti prava i dostojanstvo dece, žrtava zločina, osoba s hendikepom i drugih ugroženih grupa.
6. Novinar neguje kulturu i etiku javne reči, poštuje pravo na odgo-

vor, izvinjenje i ispravku i dužan je da blagovremeno objavi odgovarajuću ispravku.

7. Svaki vid komercijalnog oglašavanja, kao i politička propaganda, koji nisu jasno označeni, smatraju se teškim prekršajem standarda profesionalnog postupanja novinara.

#### **IV NOVINARSKA PAŽNJA**

1. Novinar je obavezan da pristupa poslu sa dužnom profesionalnom pažnjom.
2. Novinar ne sme slepo da veruje izvoru informacija. Novinar mora da vodi računa o tome da izvori informacija često slede svoje interese ili interese društvenih grupa kojima pripadaju i prilagođavaju svoje iskaze tim interesima.
3. Prećutkivanje činjenica koje mogu bitno da utiču na stav javnosti o nekom događaju jednako je njihovom namernom iskrivljavanju ili iznošenju laži.
4. Novinar mora da bude svestan opasnosti od diskriminacije koju mogu da šire mediji i učiniće sve da izbegne diskriminaciju zasnovanu, između ostalog, na rasi, polu, starosti, seksualnom opredeljenju, jeziku, veri, političkom i drugom mišljenju, nacionalnom ili društvenom poreklu.

#### **V ODNOS PREMA IZVORIMA INFORMISANJA**

1. Novinar ima pravo da istražuje sve okolnosti i činjenice o događajima koji su od interesa za javnost.
2. Novinar se u prikupljanju informacija ne sme služiti iznudom, pretnjom i proganjanjem izvora informacija.
3. Novinar je dužan da poštuje zahtev izvora informisanja za anonimnošću. Izmišljanje anonimnih izvora je težak prekršaj standarda profesionalnog postupanja novinara.
4. Novinar je dužan da se predstavi izvoru informacija i da navede medij za koji u tom trenutku radi.
5. Na zahtev urednika novinar može da mu saopšti identitet izvora koji želi da ostane anonimna, a urednik je dužan da zaštiti anonimnost izvora.

6. Maloletnici se, po pravilu, mogu intervjuisati jedino u prisustvu ili uz saglasnost roditelja, odnosno staratelja.
7. Novinar nikad ne sme da zloupotrebi emocije ili osećanje drugih ljudi, njihovo neznanje ili nedovoljnu sposobnost rasuđivanja.
8. Novinar ne sme među ljude unositi neopravdan strah, niti ulivati lažne nade.

## **VI POŠTOVANJE PRIVATNOSTI**

1. Novinar poštuje privatnost, dostojanstvo i integritet ljudi o kojima piše. Pravo na privatnost je suženo kada je reč o javnim ličnostima, a posebno nosiocima javnih funkcija.
2. Novinari i urednici naročito treba da izbegavaju spekulacije i prenošenje nedovoljno proverljivih stavova u izveštavanju o nesrećama i tragedijama u kojima ima stradalih ili su teško pogođeni materijalni i drugi interesi građana.
3. U izveštavanju o događajima koji uključuju lični bol i šok, novinar je dužan da svoja pitanja prilagodi tako da odražavaju duh saosećanja i diskrecije.
4. Novinar je obavezan da osigura da dete ne bude ugroženo ili izloženo riziku zbog objavljivanja njegovog imena, fotografije ili snimka s njegovim likom, kućom, zajednicom u kojoj živi ili prepoznatljivom okolinom.

## **VII KORIŠĆENJE ČASNIH SREDSTAVA**

1. U prikupljanju informacija, fotografija, dokumenata, zvučnih i video zapisa novinar će se koristiti samo časnim sredstvima.
2. Novinar ne treba da nastavi sa postavljanjem pitanja, telefoniranjem, fotografisanjem ili snimanjem privatnog lica pošto je zamoljen da odustane.
3. Pritisak na privatno lice da dâ odgovor na neko pitanje može biti nastavljen i nakon odbijanja, ali samo pod uslovom da za to postoji utemeljen javni interes.
4. Pravo je novinara da u odnosu prema državnim i drugim institucijama kontinuirano postavlja pitanja za koja smatra da su od interesa za javnost, bez obzira na to da li su zamoljeni da to prekinu ili ne.

5. Novinar ne izveštava o temama u kojima ima lični interes, odnosno o temama u kojima dolazi do konflikta interesa.

## **VIII POŠTOVANJE AUTORSTVA**

1. Mediji i novinari poštuju i primenjuju važeće zakonodavstvo o zaštiti autorskih prava. Kada se dobije dopuštenje za reprodukciju iz drugog izvora, to se čini uz uvažavanje autora i navođenje izvora.
2. Novinar neće kao svoje potpisivati tekstove, crteže, ilustracije, fotografije video i zvučne zapise drugih autora.
3. Novinar treba da odbije da potpiše tekst, fotografiju, crtež, ilustraciju, zvučni ili video zapis:
  - kada je uredničkom, lektorskom ili drugom intervencijom, izmenjen tako da je promenjen njegov smisao, kao i ukoliko su te izmene suprotne mišljenju i uverenju novinara
  - u slučaju kada za to novinar ima opravdani interes (lična sigurnost itd.)
4. Urednik je obavezan da usliši zahtev novinara da ga ne potpiše pod tekstom, fotografijom, crtežom, ilustracijom, zvučnim ili video zapisom, ukoliko novinar smatra da bi time bila ugrožena njegova bezbednost.
5. Arhivski audio i video zapisi moraju da budu označeni na odgovarajući način.

## **IX ZAŠTITA NOVINARA**

1. Novinar koji se pridržava ovog kodeksa uživa podršku i zaštitu svog profesionalnog udruženja.
2. Novinar koji se pridržava profesionalnih i etičkih standarda ima pravo na pravnu i materijalnu pomoć u zaštiti od nasilja, pretnji, uvreda i drugih negativnih posledica zbog obavljanja novinarske profesije.
3. Svako ko smatra da je novinar povredio neku od odredaba ovog kodeksa, može se obratiti Sudu časti i Savetu za medije.



### 8.3. ROJTERSOVE PREPORUKE ZA PISANJE LIDA<sup>70</sup>



Kako napraviti savršeni lid?

Reuters Foundation,  
24/06/2009

*Savršeni lid je temelj dobro napisane vijesti i u njega vrijedi uložiti vrijeme.*

*Donosimo preporuke za pisanje lida iz priručnika agencije Reuters.*

#### ODREĐIVANJE LIDA

Savršeni lid je temelj dobro napisane vijesti i u njega vrijedi uložiti vrijeme. Ponekad, u komplikovanoj priči, lid nije odmah očit, pa možete isprobati sljedeće pristupe da otkrijete suštinu priče i pronađete najbolji način da je ispričate.

**1. Autobusko stajalište** – Zamislite da se nalazite na autobuskom stajalištu i da pokušavate prijatelju ispričati priču u času dok se autobus počinje udaljavati. Morate mu doviknuti ključne elemente priče prije nego što ode izvan dosega sluha.

**2. Baka** – Zamislite da priču pričate svojoj baki preko telefona.

**3. Prijatelj** – Odgovorite na pitanje prijatelja: “Dakle, šta se tamo dogodilo?” “Ja ću ti reći.”...

**4. Naslov** – Prvo napišite naslov, jer se na taj način koncentrišete na ključne elemente.

*KRALJA USTRIJELIO POBUNJENI GENERAL – SVJEDOK*

**5. Ključna riječ** – odredite jednu ključnu riječ i na njoj izgradite lid:  
„NEREDI”

<sup>70</sup> Štampanje ovog priloga odobrio je Medija centar iz Sarajeva na čijem se internetskom sajtu prilog i nalazi.

## RAZLIČITI PRISTUPI LIDU

### Lidovi sa trenutnom identifikacijom

Ličnost u priči je toliko važna da nema potrebe za bilo kakvim objašnjenjem.

Predsjednik Clinton je u utorak izjavio da planira da pošalje dodatne snage na Kosovo zbog nastavka nasilja na toj teritoriji.

Ali, morate biti sigurni da su ljudi u stanju da naprave tu trenutnu identifikaciju. Ako nisu, onda pišete:

*Visoki američki zvaničnik je izjavio da vlasti proučavaju planove za slanje dodatnih snaga na Kosovo...*

*Pomoćnik državnog podsekretara Dan Morgan... ili ... Zvaničnik, koji nije želio da bude imenovan, izjavio je...*

### Lidovi koji rezimiraju

Koriste se kada se dešava nekoliko stvari, od kojih se nijedna ne ističe, ali koje zajedno predstavljaju veliku promjenu, ili kada reporter nije imao vremena da prouči efekte svih njih.

*npr. Vlada Istočnog Timora je uvela 350 novih mjera u pokušaju da privuče strane investitore, naročito u sektoru nafte i plina. Među mjerama su...*

### Lidovi sa više elemenata

Kada su dva događaja povezana, a jedan se ne može odvojiti od drugog.

*npr. Britanska vlada je objavila u četvrtak da je smijenila ministra odbrane Toma Jonesa i obustavila svaku kupovinu oružja nakon novinskih navoda o korupciji u koju je uključeno ovo ministarstvo.*

Alternativa tome, ako je ovo previše sa glavni pasus, jeste da počnete sa glavnim elementom, a da ostalo stavite u drugi pasus.

*npr. Britanska vlada je objavila u četvrtak da je smijenila ministra odbrane Toma Jonesa i obustavila svaku kupovinu oružja.*

Ovaj potez je uslijedio nakon novinskih navoda o korupciji u koju je uključeno Ministarstvo odbrane.

### **Lidovi koji tumače**

Korištenje izvora za opisivanje posljedica određenog postupka.

*npr. Predsjednik Clinton je izjavio u četvrtak da planira da povuče 3.000 američkih vojnika sa Kosova, dok zvaničnici UN-a kažu da će ovaj potez potaći više Srba da izbjegnu iz pokrajine.*

Pobrinite se da dokazi zauzmu visoko mjesto u tekstu – u trećem ili četvrtom pasusu – poželjno iz imenovanog izvora.

*npr. Jan Suchinsky, šef UN-ove agencije za izbjeglice UNHCR u Beogradu, kazao je ovom reporteru: "Srbi već napuštaju teritorij po stopi od 50 sedmično u strahu od odmazde kosovskih Albanaca. Ovaj potez samo može ubrzati taj proces."*

### **IZVOR U LIDU**

Uobičajeno je da se izvor navodi na kraju lida u vijesti.

*npr. Više od pola miliona izbjeglica živi u Srbiji kao posljedica rata u Bosni, izjavio je UN u petak.*

Ali, u pojedinim slučajevima, naročito ako postoje sumnje u istinitost podataka ili su oni sporni, prvo treba navesti izvor.

*npr. Vodeći mančukistanski disidentski političar je izjavio da su desničarski vodovi smrti u proteklih šest mjeseci ubili više od 5.000 ljudi.*

## NAČINI DA SE LID POBOLJŠA

- **Koristite aktiv, a ne pasiv, jer je direktniji i kraći.**

*Francuske snage su pod vodstvom Napoleona u četvrtak izvršile invaziju na Mančukistan, objavio je Pentagon.*

Ne:

*Na Mančukistan je u četvrtak izvršena invazija od strane francuskih snaga pod vodstvom Napoleona.*

- **Ne počinjite vijest pitanjem. To uspjeva samo ponekad u reportažama.**
- **Izbjegavajte skraćenicе, titule i duga imena ljudi i mjesta osim ako su veoma poznati.**

*npr. Glavna evropska organizacija za bezbjednost, umjesto Organizacija za bezbjednost i saradnju u Evropi (OSCE).*

Agencija za izbjeglice Ujedinjenih nacija, umesto Visoki komesarijat Ujedinjenih nacija za izbjeglice (UNCHR).

- **U lidu koristite citat jedino ako je veoma dramatičan.**

*Komandant jugoslovenske vojske je upozorio NATO da će doživjeti “pakao na zemlji” ako njegove snage pokušaju da uđu u pokrajinu Kosovo.*

- **Pokušajte koristiti sadašnje vrijeme** – Kina planira, umjesto Kina je planirala da...

## KLJUČNE ODLIKE PISANJA TEKSTOVA

- **Tačnost** – Ako osnovne činjenice koje iznesete nisu tačne, niko neće vjerovati ničemu drugom što ste napisali.

Nikada nemojte pretpostaviti da vaši čitaoci posjeduju prethodno znanje. Treba da date najbitniji background i objašnjenje svaki put kada napišete priču, čak i ako se o njoj već duže govori. Zamislite da pišete za čitaoca koji je bio u inostranstvu više mjeseci i tek se vratio u zemlju.

- Budite bez predrasuda – **Nikada nemojte pretpostaviti da je neko u krivu** ili u pravu.
- **Jasnoća** – Ne dozvolite da se zapetljate u detalje i brojeve. Koristite običan, jasan jezik. Britanski novinar i pisac H.G. Wells je jednom rekao: “Pišem najdirektnije što mogu isto kao što hodam najdirektnije što mogu, jer to je najbolji način da stignete na cilj.”
- **Pročešljajte šta ste napisali** – Pregledajte tekst barem dva puta, uklanjajući greške, nepotrebne riječi, provjeravajući brojeve, gramatiku, sve – naročito imena ljudi i mjesta. Nikada ne očekujte da neko drugi otkrije vaše greške.
- **Citati** – Uvijek tragajte za dobrim, živopisnim citatima. Oni oživljavaju priču i daju joj autoritet i vjerodostojnost. Nemojte pretjerati sa njihovom upotrebom, jer je teško probaviti brojne citate. Ako izgovorena riječ čini najveći dio teksta, koristite neupravan govor i nekoliko ključnih direktnih citata.
- **Povežite različite elemente u tekstu u logičan redosljed**, što čitaocima pomaže da prirodno prelaze sa jednog dijela na drugi. Omogućite priči da teče.
- **Ravnoteža** – Ni slučajno nemojte davati utisak jednostranosti, niti unositi svoje mišljenje. Pobrinite se da ponudite viđenja obje strane u sporu i dajte svakome ko je optužen za nedjelo priliku da odgovori. Izbjegavajte riječi kao što su “tvrdio”, koja sugerišu sumnju u ono što je rečeno. Izbjegavajte “strahove” i “nade”, naprimjer “strahuje se da je”, jer mogu dati utisak da stajete na jednu stranu. ‘Priznao’ sugeriše da je osoba učinila nešto pogrešno, a ‘naglasio’ ili ‘ukazao’ sugeriše da vjerujete onome što govornik govori. U svim takvim slučajevima, upotrijebite prirodnu riječ ‘rekao’.
- **Background** – Background je nužan za sve priče. Upletite ga u tekst u manjim dijelovima dok priča teče, umjesto da ubacite veliki dio u sredini ili na kraju. Zapišite ključne elemente backgrounda u bilježnicu pored sebe i svaki prekrižite kada ga unesete u tekst
- **Boja** – Detalji oživljavaju priču, čine osobu stvarnijom, odnosno čitaocu pokazuju da se zaista nalazite na licu mjesta.

(<http://www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/kako-napraviti-savršeni-lid>)

#### **8.4. PRIMER NAJAVE HRVATSKE AGENCIJE HINA**

10.05.10. 00:06:01 NEWS-H5102499

Najava događaja – svijet – za ponedjeljak, 10. svibnja

ZAGREB, 10. svibnja 2010. (*Hina*) – Najavljujemo važnije događaje iz svijeta za ponedjeljak, 10. svibnja.

KALINJINGRAD – Hrvatski predsjednik Ivo Josipović koji boravi u Rusiji sastat će se s Boosom Georgijem Valentinovičem, gubernatorom kalinjingradske oblasti, posjetiti tvornicu Produkti Pitania Kombinat te položiti cvijeće na spomenik heroja SSSR-a u gradu Gusjevu.

BRUXELLES – Redoviti sastanak ministara vanjskih poslova Europske unije.

0.05.10. 00:10:01 NEWS-H5102500

FaH – Najava fotografija za ponedjeljak, 10. svibnja

ZAGREB, 10. svibnja 2010. (*Hina*) – Najava važnijih događaja za ponedjeljak, 10. svibnja, koje ćemo popratiti fotografijama:

BLEIBURG – Izaslanstvo Vlade Republike Hrvatske na čelu s predsjednicom Vlade Jadrankom Kosor položiti će vijenac i zapaliti svijeću na mjestu bleiburške tragedije (12 sati, mjesno groblje Unter-Loibach u Bleiburgu).

ZAGREB – U nastavku suđenja u slučaju ubojstva Ive Pukanića iza zatvorenih vrata trebao bi svjedočiti krunski svjedok Tomislav Marjanović (u 9 sati, Županijski sud).

ZAGREB – Na konferenciji za novinare ministar turizma Damir Bajs, predstavnic Saveza kuhara mediteranskih i europskih regija, Hrvatske turističke zajednice te Ceha ugostitelja Hrvatske obrtničke komore govorit će o promociji Hrvatske kao gastronomskog odredišta (12 sati, Ministarstvo turizma, Prisavlje 14).

0.05.10. 00:10:01 NEWS-H5102501

Najava događaja - sport - za ponedjeljak, 10. svibnja

ZAGREB, 10. svibnja 2010. (*Hina*) – Najava važnijih sportskih događaja za ponedjeljak, 10. svibnja.

ZAGREB – Najnovije ATP i WTA liste najboljih tenisača i tenisačica

MADRID – Nastavak velikih ATP i WTA teniskih turnira u Madridu

10.05.10. 00:12:01 NEWS-H5102502

Najava – Gospodarstvo – za ponedjeljak, 10. svibnja

ZAGREB, 10. svibnja 2010. (*Hina*) – Najavljujemo važnije događaje za ponedjeljak, 10. svibnja.

ŠIBENIK – U organizaciji Hrvatskog društva za kvalitetu u Šibeniku će se održati 10. konferencija o kvaliteti na kojem se očekuje sudjelovanje većeg broja stručnjaka iz područja upravljanja kvalitetom, predstavnika izvršne vlasti i državne uprave, sustava obrazovanja i gospodarstvenika (10,00 sati, Hotel Solaris).

ZAGREB – Na konferenciji za novinare ministar turizma Damir Bajs, predstavnici Saveza kuhara mediteranskih i europskih regija, Hrvatske turističke zajednice te Ceha ugostitelja Hrvatske obrtničke komore govorit će o promociji Hrvatske kao gastronomskog odredišta (12 sati, Ministarstvo turizma, Prisavlje 14).

ZAGREB – Nezavisni sindikat znanosti i visokog obrazovanja održat će konferenciju za novinare povodom najavljenih izmjena poreza na dohodak i pregovora sindikata javnih službi s Vladom. Bit će riječi, kako je najavljeno je, i o slabosti poreznog sustava, javnoj potrošnji i posjetu predstavnika MMF-a (11 sati, Mažuranićev trgu 11, Hrvatsko šumarsko društvo).

ZAGREB – U Agenciji za promicanje izvoza i ulaganja (APIU) održat će se konferencija za novinare u povodu uspješnog nastupa Klastera poljomehanizacije na sajmu SIAM u Maroku. Na tom je sajmu sudjelovalo osam članica klastera hrvatskih proizvođača poljoprivredne opreme (11,00 sati, APIU, Andrije Hebranga 34/II).

SPLIT – U organizaciji Ministarstva turizma i Udruge hrvatskih putničkih agencija održat će se okrugli stol na temu “Upravljanje turističkom destinacijom” (u 13,00 sati predviđene su izjave za novinare, Hotel Park).

ZAGREB – Predstavnici Hrvatskog nuklearnog društva održat će konferenciju za novinare u povodu održavanja 8. međunarodne konferencije “Nuklearna opcija u zemljama s malim i srednjim elektroenergetskim sustavima” u Dubrovniku od 16. do 20. svibnja (12,00 sati, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Unska 3).

10.05.10. 00:12:01 NEWS-H5102503

Najava događaja – Hrvatska – za ponedjeljak 10. svibnja

ZAGREB, 10. svibnja 2010. (*Hina*) – Objavljujemo najavu važnijih događaja Općeg servisa vijesti (OSV) Hrvatska za ponedjeljak, 10. svibnja

BLEIBURG – Izaslanstvo Vlade Republike Hrvatske na čelu s predsjednicom Vlade Jadrankom Kosor položiti će vijenac i zapaliti svijeću na mjestu bleiburške tragedije, u ponedjeljak, 10. svibnja 2010. godine, u 12.00 sati, na mjesnom groblju Unter-Loibach u Bleiburgu.

ZAGREB – Konferencija za novinare u povodu održavanja sajma Medicine i tehnike & Dentex '10 (u 11 sati, Zagrebački velesajam, Klub izlagača, Avenija Dubrovnik 15)

ZAGREB – U nastavku suđenja u slučaju ubojstva Ive Pukanića iza zatvorenih vrata trebao bi svjedočiti krunski svjedok Tomislav Marjanović (u 9 sati, Županijski sud)

ZAGREB – Nastavak sjednice Programskog vijeća HRT-a - razgovora s kandidatima za novog glavnog ravnatelja HRT-a. (u 10 sati, HRT, Prisavlje 3)

KUKURUZARI – Ministar obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti Tomislav Ivić otkrit će spomen-obilježje mjesta masovne grobnice “Borojevići - Marveno groblje”, općina Kukuruzari Sisačko-moslavačka županija (u 11 sati)

## **8.5. PREGLED VESTI AGENCIJE *HINA***

0.05.10. 04:38:01 NEWS-H5102508

SKV – Hrvatska u 4,30 sati

ZAGREB, 9. svibnja 2010. (*Hina*) – Pregled vijesti iz Hrvatske do 4,30 sati:

ZAGREB – Vladino izaslanstvo na čelu s premijerkom Jadrankom Kosor sutra će položiti vijenac i zapaliti svijeću na mjestu bleiburške tragedije. Ove se godine obilježava 65. obljetnica od pogibije tadašnjih hrvatskih vojnika (domobrana i ustaških postrojba NDH) i hrvatskih civila na Bleiburškom polju. Vojska i civili



pokušali su se na kraju Drugog svjetskog rata predati savezničkim snagama. Na putu preko slovenskih gradova Celja, Slovenj Gradeca i Dravograda pred austrijskim Bleiburgom ih je zaustavila britanska vojska te ih izručila jugoslavenskoj partizanskoj vojsci. Prema podacima Hrvatske enciklopedije (LZ “Miroslav Krleža” 2000.) pokraj Bleiburga se 15. svibnja 1945. predalo oko 95 tisuća hrvatskih vojnika, bez civila. Zarobljeni vojnici i civili, od kojih je dio ubijen na samom Bleiburškom polju, potom su sljedećih nekoliko mjeseci uz maltretiranja i mučenja u “marševima smrti” vođeni kroz cijelu negdašnju Jugoslaviju. Na tim marševima velik broj zarobljenih je i ubijen. Broj žrtava ni do današnjeg dana nije točno utvrđen.

**BABINA GREDA** – Desetogodišnji dječak smrtno je sinoć stradao od pušcanog hica igrajući se na tavanu obiteljske kuće u Babinoj Gredi nedaleko Županje, potvrdila je istražna sutkinja Županijskog suda u Vukovaru Jadranka Kurbel. Prema riječima sutkinje Kurbel, uz dječaka se na tavanu nalazilo još nekoliko djece te se u jednom trenutku začuo pucanj. Dječak je preminuo u dvorištu obiteljske kuće, dok se čekalo vozilo hitne medicinske pomoći. Na mjestu nesreće u tijeku je policijski očevid dok će točan uzrok smrti dječaka biti poznat nakon obdukcije.

**ZAGREB** – Gradonačelnik Zagreba Milan Bandić dočekao je jučer na Trgu žrtava fašizma devetericu hodočasnika Udruge hrvatskih branitelja – Lučonoše Domo-vinskoga rata koji u povodu 65. godišnjice sjećanja na Bleiburg hodočaste od Vrlike do Bleiburga. Gradonačelnik Bandić pozdravio je hodočasnike i zaželio im sretan put te rekao da mu se jave ako im bilo što zatreba tijekom hodočašća. Također je za hodočasnike u Sesvetama osigurana večera i noćenje. Gradonačelniku Bandiću zahvalio je predsjednik Udruge hrvatskih branitelja Ante Duvnjak. Članovi Udruge na hodočašće su krenuli 2. svibnja iz Vrlike, u spomen na više od 400 vrličkih žrtava Križnoga puta i Bleiburga. Prošli su i preko Krašića gdje su na svečanoj misi, procesiji i svečanoj sjednici općine Krašić obilježili 50. godišnjicu smrti blaženoga Alojzija Stepinca. Glasnogovornik udruge Ante Nadomir Tadić Šutra rekao je kako na hodočašću obilaze sva stratišta i grobišta poginulih hrvatskih branitelja i žrtava fašizma još iz Drugog svjetskog rata, pa su tako i na Jazovci zapalili svijeće i pomolili se.

**DUBROVNIK** – Dubrovački Stradun bio je jučer mjesto na kojemu je Dan Europe obilježen događanjem pod nazivom “Mreža svijeta na Stradunu” iza kojega se “krije” mreža rastegnuta preko cijeloga Straduna s porukama mira, što je ujedno najava buduće turističke atrakcije, tzv. virtualnog muzeja. Razvijena kako bi pomogla NASA-inim astronautima prilikom popravaka u svemiru, danas 3D i VR

(Virtual Reality) tehnologija imaju svoju primjenu u medicini, osobito kirurgiji, vojnom zrakoplovstvu i vojsci, industriji zabave. Ta je tehnologija odabrana kako bi se dubrovačkim gostima i turistima omogućilo da u relativno kratkom vremenskom razdoblju na upečatljiv način upoznaju hrvatsku i dubrovačku povijest i kulturu. Riječ je o novoj turističkoj atrakciji, tzv. virtualnom muzeju odnosno punim nazivom Visia Dubrovnik 5D Museum, koji će od sredine lipnja biti otvoren u Samostanu sv. Klare u povijesnoj dubrovačkoj jezgri, potvrdili su predstavnici investitora dubrovačke tvrtke “Benfortuna” Tihomir Oreč i kreativnog tima tvrtke “Visia Centrum” Marin Aničić.

ZAGREB – U prostoru srednjeg Jadrana – Ancona – Split – Zadar do visine 6.000 metara jučer od 14 sati objavljena je zabrana leta zbog povećanja koncentracije vulkanskog pepela iznad dopuštene razine koju proizvođači mlaznih zrakoplova dopuštaju, priopćila je Hrvatska kontrola zračne plovidbe (HKZP). Zabrana je donesena sukladno zahtjevima i instrukcijama Eurocontrola i obveznoj proceduri uz obradu zrakoplovno-meteoroloških izvješća. Aerodromi Zadar i Split su operativno zatvoreni za mlazne komercijalne zrakoplove. Ograničenje se ne odnosi na manje zrakoplove, vojne zrakoplove i zrakoplove u nuždi. Sljedeće podatke HKZP objavit će u priopćenju nakon 20 sati. Piloti zrakoplova su u obvezi pratiti relevantne zrakoplovno-meteorološke informacije o statusu zračnog prostora, stoji u priopćenju koje je potpisala savjetnica za informiranje i odnose s javnošću HKZP-a Olivera Ilijaš.

*(Hina)* xln yln

## 9. LITERATURA:

- Anson, C.M, Schwegler, R.A, Muth, M.F. (2006), *The Longman Writers' Bible*, Pearson Longman: New York.
- APA - Austria Presse Agentur (2002), *The Various Faces of Reality-Values in News (Agency) Journalism*, Studien Verlag: Innsbruck, Wien, Muenchen, Bozen.
- Bal, F. (1997), *Moć medija*, Clio, Beograd.
- Bell, M. (2008). *The Death of News*. London: SAGE Publications.
- Bojd-Baret, O. Rantanen T. (2000). *European National News Agencies*. London: SAGE Publications
- Brigs, A. Kobli, P. (2005). *Uvod u studije medija*. Beograd: Clio
- Briza, J. (2008), *Predavanja iz agencijskog novinarstva (skripte)*, Novi Sad.
- Dijk van, T. (1985). *Structures of News in the Press*. In: Discourse and Communication (ed. T. van Dijk). Berlin: De Gruyter. 69-93.
- Đurić, D (2003). *Novinarski leksikon*. Beograd: Novosti.
- Đurić, D. (1989). *Novinarska radionica*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Gocini, Đ. (2002). *Istorija novinarstva*. Beograd : Clio
- Grobel, L. (2004), *The Art of the Interview*, Three Rivers Press: New York.
- Hargreaves, I. (2005), *Journalism - A Very Short Introduction*, Oxford University Press: New York.
- Indian Institute of Mass Communication (1980), *A Manual for News Agency Reporters*, Allied Publishers Private Limited: New Delhi.
- Inić, S. (1984). *Govorite li politički?* Beograd.
- Itjul, B.D. i Anderson, D.A. (2001). *Pisanje vesti i izveštavanje za današnje medije (225-235)*. Beograd: Media centar.
- Jakobson, R. (1966). *Lingvistika i poetika*. Beograd: Nolit.
- Jovanović, N. Lazarević, D. (2005). *Agencijsko novinarstvo (minimum reči-maksimum činjenica)*. Beograd: Čigoja štampa.
- Klaić, B. (1958). *Rječnik stranih riječi i izraza*. Zagreb: Zora
- Klikovac, D. (1998). *O javnom jeziku. Jezik danas 8*. 17-20.
- Klikovac, D. (2008). *Jezik i moć*. Beograd: XX vek.
- Kodeks novinara Srbije* (2006). Beograd.
- Konjik, I. (2006). *Struktura, funkcija i leksikografska obrada perifrastičnih predikata. Zbornik Matice srpske za filologiju i lingvistiku*. XLIX/1: 219-304.

- Leksikon novinarstva* (1979). Beograd: Savremena administracija.
- MacDougall, C.D. (1972). *Interpretative Reporting (Sixth Edition)*, The Macmillan Company: New York, Collier-Macmillan Limited: London.
- Nossek, H. (2004), *Our News and Their News*. London: SAGE Publications.
- Petrović, V. (1989). *Novinska frazeologija*. Novi Sad: Književna zajednica Novog Sada
- Priručnik Novinske agencije Beta* (2009). Beograd.
- Phillips P. i Project Censored (2006). *Censored 2006 – The Top 25 Censored Stories*, Seven Stories Press: New York, London, Melbourne, Toronto.
- Pupovac M. (1986). *Lingvistika i ideologija*. Književna zajednica Novog Sada. Novi Sad
- Pupovac, M. (1990). *Jezik i djelovanje*. Biblioteka časopisa Pitanja. Zagreb
- Radovanović, M. (1977). *Dekomponovanje predikata*. (Na primerima iz srpskohrvatskog jezika). *Južnoslovenski filolog* (Beograd) 33, 53-80.
- Rečnik književnih termina* (1992). Glavni i odgovorni urednik Dragiša Živković. Beograd: Nolit.
- Rivers, W.L. i Lewenstein M (1984), *Working with News in Print*, Harper&Row, Publishers: New York.
- Rus-Mol Š. i Zagorac Keršer, A. J. (2005). *Novinarstvo*. Beograd: Clio
- Slavković, D. (1973). *Uvod u novinarstvo*. Beograd: Radio televizija Beograd
- Slavković, D. (1988). *Biti novinar*. Beograd: Naučna knjiga
- Spasić-Lukač, J. i Ćosić, S. (2005). *Političko izveštavanje u dnevnim novinama i novinskim agencijama u Srbiji*. Beograd
- Šipka, M. (2010). *Pravopisni rečnik srpskog jezika (sa pravopisno-gramatičkim savetnikom)*. Novi Sad: Prometej.
- Škiljan D. (1989). *Lingvistika svakodnevice*. Književna zajednica Novog Sada. Novi Sad.
- Štrbac, G. (2007). Identifikacija izvora informacije u jeziku masovnih medija. U: *Sintaksička istraživanja (dijahrono-sinhroni plan)*. *Lingvističke sveske* 6. Novi Sad : Filozofski fakultet. 265-281.
- Todorović, N. (2002). *Novinarstvo*. Beograd: FPN
- Tošović, B. (2002). *Funkcionalni stilovi*. Beograd: Beogradska knjiga.
- Valić-Nedeljković, D. (2002). *Praktikum novinarstva*, drugo dopunjeno izdanje. Beograd: Privredni pregled.

- Valić-Nedeljković, D. (2007). *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad: Novinarska biblioteka
- Vasić, V. i Alanović M. (2007). Gramatika novinskog teksta: odgovori na prvo od 5w + h pitanja. U: *Sintaksička istraživanja (dijahrono-sinhroni aspekt)*. *Lingvističke sveske* 6: Novi Sad : Filozofski fakultet. 149-167.
- Veljanovski, R. (2005). *Javni RTV servis u službi građana*. Beograd: Clio
- Zbornik tekstova (2005). *Kako pisati za medije*. Sarajevo: Media plan institut

Netnovinar, [www.netnovinar.org](http://www.netnovinar.org)  
[www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/vest-je-jasan-i-potpuni-odgovor-na pitanje-sta-se dogodilo](http://www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/vest-je-jasan-i-potpuni-odgovor-na-pitanje-sta-se-dogodilo)  
[www.scribd.com/doc/9548893/Pojam-novinskih-agencija](http://www.scribd.com/doc/9548893/Pojam-novinskih-agencija) (Jan Briza 2009)  
[www.scribd.com/doc/25224874/Agencijsko-Novinarstvo](http://www.scribd.com/doc/25224874/Agencijsko-Novinarstvo) (Jan Briza 2009)  
[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)  
[www.beta.rs](http://www.beta.rs)  
[www.tanjug.rs](http://www.tanjug.rs)  
[www.fonet.co.rs](http://www.fonet.co.rs)  
[www.reuters.com](http://www.reuters.com)  
[www.ap.org](http://www.ap.org)  
[www.afp.com](http://www.afp.com)  
[www.hina.hr](http://www.hina.hr)

CIP - Каталогизација у публикацији  
Библиотека Матице српске, Нови Сад

070(070.431.2)

ГРУХОЊИЋ, Динко

Dirskurs agencijskog novinarstva / Dinko Gruhonjić. -  
Novi Sad : Filozofski fakultet, Odsek za medijske studije,  
2011 (Sremska Kamenica : West). - 190 str. ; 21 cm. -  
(Novinarska biblioteka ; knj. 9)

Tiraž 300. - Bibliografija.

ISBN 978-86-6065-074-2

а) Новинарство б) Новинске агенције  
COBISS.SR-ID 265206791