



УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ



Јована Ј. Трајковић

**ПОЧЕЦИ ТАБЛОИДНОГ НОВИНАРСТВА
У СРБИЈИ: СТУДИЈА СЛУЧАЈА
КРАГУЈЕВАЧКОГ ЛИСТА *ОДЈЕК*
*ШУМАДИЈЕ***

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

Ниш 2025.



UNIVERSITY OF NIŠ
FACULTY OF PHILOSOPHY



Jovana J. Trajković

**THE BEGINNINGS OF TABLOID
JOURNALISM IN SERBIA: A CASE STUDY
OF THE KRAGUJEVAC'S NEWSPAPER
*ODJEK ŠUMADIJE***

DOCTORAL DISSERTATION

Niš 2025.

Подаци о докторској дисертацији

Ментор:

Др Татјана Вулић, редовни професор, Универзитет у Нишу, Филозофски факултет

Наслов:

Почеци таблоидног новинарства у Србији: студија случаја крагујевачког листа *Одјек Шумадије*

Резиме:

Предмет ове докторске дисертације је анализа почетака таблоидног новинарства у Србији, што ће бити истражено кроз студију случаја локалног листа *Одјек Шумадије* (Крагујевац, 1936–1941) ради проучавања друштвених, политичких и културних околности у којима је настао један од првих локалних медија са таблоидним одликама у међуратном периоду. Основни циљ истраживања је научна контекстуализација листа „Одјек Шумадије“ у оквиру развоја српског локалног новинарства међуратног периода, уз фокус на идентификовање садржајних и стилских карактеристика таблоидних текстова. Упоредо са тим, истраживање обухвата анализу карактеристика новинарских жанрова коришћених у овом медијском контексту. Полазећи од премисе да медији активно учествују у конституисању друштвене реалности и да су подложни политичким, културним и социјалним утицајима, истраживање обухвата и анализу друштвено-историјског оквира у којем су ове новине настале. Коначно, полазећи од дефиниције листа као независног информативног гласила и уочених таблоидних одлика, рад има за циљ евалуацију новинарских функција које *Одјек Шумадије* испуњава, упоређујући их са основним новинарским функцијама (информисање, образовање и забава), како су дефинисане у европској теорији медија. Из наведеног су проистекла истраживачка питања и хипотезе. Прво истраживачко је - У којој мери је присутна свака од три поменуте новинарске функције и која је доминантна?, друго - Колико објављени садржаји у Одјеку Шумадије имају одлике локалних медија?, треће - У којој мери текстови Одјека Шумадије представљају рефлексију тадашњег друштвеног живота?, четврто - Који елементи таблоидног извештавања су присутни у текстовима Одјека Шумадије?, пето - У којим се жанровима најчешће појављују таблоидни садржаји?, и шесто - Које су језичко-стилске карактеристике текстова са таблоидним садржајем и у којој мери је заступљена теорија и техника писања новинарског текста? Основна хипотеза истраживања гласила је - У начину извештавања Одјека Шумадије присутне су одлике таблоидног новинарства, због чега се он може посматрати као претеча српских таблоида. Помоћне хипотезе гласиле су - 1) У текстовима Одјека Шумадије практикује се новинарска форма која задире у приватну сферу грађанског живота – приче о појединачним личним искуствима (human-interest), 2) Језик и

стил писања Одјека Шумадије је поједностављен, ближи разговорном него публицистичком стилу, 3) Друштвено-историјски услови у којима је Одјек Шумадије објављиван утицали су на његову уређивачку политику и начин извештавања.

Резултати истраживања недвосмислено потврђују основну хипотезу да су у начину извештавања листа Одјек Шумадије присутне одлике таблоидног новинарства, чиме се овај лист позиционира као претеча српских таблоида. Квантитативно-квалитативном анализом утврђена је доминантна заступљеност тема из приватног живота појединаца (42,30%), које су најчешће пласиране кроз хибридне жанрове и употребу сензационалистичког, емотивно обојеног језика блиског разговорном стилу. Такође, доказано је да је уређивачка политика листа била снажно детерминисана рестриктивним друштвено-историјским контекстом и државном цензуром, док истовремено садржај листа пружа драгоцен увид у друштвену динамику и културу свакодневног живота међуратног Крагујевца. Ова дисертација тиме научно осветљава до сада неистражен сегмент генезе таблоидизације у српском медијском простору, указујући на специфичне медијске праксе локалне штампе.

Научна област:
Научна
дисциплина:

Културолошке науке и комуникологија

Комуникологија

Кључне речи:

Историја новинарства, таблоидно новинарство, локално новинарство, таблоидизација, Одјек Шумадије

УДК:

070.16:316.77 "Odjek Šumadije"

CERIF
класификација:

S 265 Штампа и комуникологија

Тип лиценце
Креативне
заједнице:

CC BY-NC-ND

Data on Doctoral Dissertation

Doctoral Supervisor:	Tatjana Vulić PhD, full professor, University of Niš, Faculty of Philosophy
Title:	The beginnings of tabloid journalism in Serbia: A case study of the Kragujevac's newspaper <i>Odjek Šumadije</i>
Abstract:	The subject of this doctoral dissertation is the analysis of the origins of tabloid journalism in Serbia, investigated through a case study of the local newspaper <i>Odjek Šumadije</i> (Kragujevac, 1936–1941), in order to study the social, political, and cultural circumstances under which one of the first local media outlets with tabloid characteristics emerged in the interwar period. The primary objective of the research is the scientific contextualization of <i>Odjek Šumadije</i> within the development of Serbian local journalism during the interwar period, with a focus on identifying the content and stylistic characteristics of tabloid texts. Concurrently, the research encompasses an analysis of the characteristics of journalistic genres used in this media context. Proceeding from the premise that media actively participate in constituting social reality and are subject to political, cultural, and social influences, the research also includes an analysis of the socio-historical framework in which this newspaper was created. Finally, based on the definition of the newspaper as an independent informative outlet and the observed tabloid features, the paper aims to evaluate the journalistic functions fulfilled by <i>Odjek Šumadije</i>, comparing them with the fundamental journalistic functions (informing, educating, and entertaining), as defined in European media theory. Based on the above, the following research questions and hypotheses were derived. The research questions are: 1) To what extent is each of the three mentioned journalistic functions present, and which is dominant?, 2) To what extent do the published contents in <i>Odjek Šumadije</i> possess the characteristics of local media?, 3) To what extent do the texts of <i>Odjek Šumadije</i> represent a reflection of the social life of that time?, 4) Which elements of tabloid reporting are present in the texts of <i>Odjek Šumadije</i>?, 5) In which genres do tabloid contents appear most frequently?, 6) What are the linguistic-stylistic characteristics of texts with tabloid content, and to what extent are the theory and technique of writing journalistic text represented? The main research hypothesis is: The characteristics of tabloid journalism are present in the reporting style of <i>Odjek Šumadije</i>, which is why it can be viewed as a precursor to Serbian tabloids. The auxiliary hypotheses are: 1) A journalistic form intruding into the private sphere of civic life – stories about individual personal experiences (human-interest) – is practiced in the texts of <i>Odjek Šumadije</i>; 2) The language and writing style of <i>Odjek Šumadije</i> are simplified, closer to conversational than to formal journalistic style; 3) The socio-historical conditions in which <i>Odjek Šumadije</i> was

published influenced its editorial policy and manner of reporting. The research results unequivocally confirm the main hypothesis that distinct characteristics of tabloid journalism are present in the reporting style of *Odjek Šumadije*, positioning this newspaper as a precursor to Serbian tabloids. Quantitative-qualitative analysis established a dominant representation of topics from the private lives of individuals (42.30%), most often presented through hybrid genres and the use of sensationalist, emotionally charged language close to a conversational style. Furthermore, it was proven that the newspaper's editorial policy was strongly determined by the restrictive socio-historical context and state censorship, while the content simultaneously provides valuable insight into the social dynamics and culture of everyday life in interwar Kragujevac. This dissertation thereby scientifically identifies a previously unexamined segment of the genesis of tabloidization in the Serbian media space, pointing to specific media practices of the local press.

Scientific Field:	Cultural and Communication Sciences
Scientific Discipline:	Communicology
Key Words:	History of Journalism, Tabloid Journalism, Local Journalism, Tabloidization, Odjek Šumadije
UDC:	070.16:316.77 "Odjek Šumadije"
CERIF Classification:	S 265 Press and communication sciences
Creative Commons License Type:	CC BY-NC-ND

Садржај

1. Увод	1
1.1. Уводна разматрања.....	1
1.2. Теоријски оквир.....	5
1.3. Формулација истраживачког проблема.....	11
1.4. Значај и допринос истраживања	11
2. Појмовно одређење и одлике таблоидног новинарства.....	14
2.1. Историја таблоидног новинарства у свету	14
2.1.1. Развој пени преса у Сједињеним Америчким Државама.....	15
2.1.2. Америчко ново новинарство: жута штампа	27
2.2. Историја таблоидног новинарства у Србији	36
2.2.1. <i>Мале новине</i> Пере Тодоровића – зачетак булеварске штампе у Србији.....	36
2.2.2. „Цицварићевско новинарство”: печат Крсте Цицварића у српском новинарству	41
2.3. Друштвена улога таблоидног новинарства	45
2.3.1. Улога локалног новинарства.....	51
2.4. Таблоидизација и сензационализам.....	53
2.4.1. Дефинисање таблоидизације	53
2.4.2. Дефинисање сензационализма.....	57
2.4.3. Инфотејмент, инфомершал, меке и тврде вести	59
2.5. Жанровске и стилске карактеристике таблоидног новинарства	65
2.5.1. Фичер новинарство	70
3. Историјски и друштвени контекст настанка листа <i>Одјек Шумадије</i>	74
3.1. Друштвено-политички и економски услови међуратне Србије и Крагујевца ...	74
3.2. Позиција новинара и новинарства у међуратном периоду у Србији.....	80
4. Методолошки оквир.....	84

4.1.	Предмет и циљ истраживања	84
4.2.	Истраживачка питања и хипотезе	89
4.3.	Истраживачке методе	90
4.3.1.	Медијско уоквиривање	91
4.3.2.	Студија случаја	94
4.3.3.	Критичка анализа дискурса	95
4.3.4.	Квантитативно-квалитативна анализа садржаја	96
5.	Резултати истраживања	99
5.1.	Квантитативно-квалитативна анализа садржаја са дискусијом	99
6.	Напомене о језику <i>Одјека Шумадије</i>	136
6.1.	Примена функционалних стилова у новинама <i>Одјек Шумадије</i>	136
6.1.1.	Публицистички стил	137
6.1.2.	Разговорни стил	139
6.2.	Рубрике са таблоидним одликама у <i>Одјеку Шумадије</i>	140
6.2.1.	Жанровске и стилске карактеристике рубрике „Шта се прича...”	141
6.2.2.	Рубрика „Шта се говори”	145
6.2.3.	Жанровске и стилске карактеристике рубрике „Заврзлама”	145
6.2.4.	Жанровске и стилске карактеристике рубрике „Рапорт”	157
6.2.5.	Приватни живот у јавном простору: случај брачног спора у <i>Одјеку Шумадије</i>	160
7.	Уредничка концепција <i>Одјека Шумадије</i> и деловање уочи Другог светског рата	163
7.1.	Први уводник <i>Одјека Шумадије</i>	164
7.2.	Друштвена ангажованост и хуманитарни рад у <i>Одјеку Шумадије</i>	169
7.3.	Власник и уредник <i>Одјека Шумадије</i> : улога и приказ у новинама	179
7.4.	Сарадници <i>Одјека Шумадије</i>	184
7.5.	Извештавање <i>Одјека Шумадије</i> о почетку рата	186
8.	Анализа постављених хипотеза	194

8.1. Анализа прве постављене хипотезе	194
8.2. Анализа друге постављене хипотезе	194
8.3. Анализа треће постављене хипотезе	196
8.4. Анализа основне хипотезе	197
9. Закључна разматрања.....	199
 Литература:	 205
 Прилог 1: Кодни лист	 223
Прилог 2: Листа слика у раду	225
Прилог 3: Листа графикона у раду	228
Прилог 4: Листа табела у раду	229
 Биографија	 230
 Изјава 1.	 231
Изјава 2.	232
Изјава 3.	233

Мајци Снежани и оцу Јагошу

1. Увод

1.1. Уводна разматрања

Новине су од свог настанка играле кључну улогу у информисању јавности и обликовању јавног мњења. Са развојем друштва и технологије, медији су се значајно трансформисали, а један од најупечатљивијих аспеката те еволуције је настанак и развој таблоидног новинарства. Овај облик новинарства, познат по својој сензационалистичкој природи и фокусу на скандалима и личним причама, има значајан утицај на медијски пејзаж и друштво у целини.

Штампа, као први медиј који је успео да допре до масовне публике, заузима значајну улогу у настанку и развоју новинарства. Новине су играле кључну улогу у обликовању људског друштва кроз векове, која се огледа пре свега у приступу информацијама и стварању могућности да појединци из њих уче, а затим развијају своје идеје. Ова могућност је у извесном смислу остварена настанком Гутенбергове пресе у 15. веку, али су новине потенцијал за повећање писмености и образовања додатно олакшале. Учесталост излажења периодичне, а затим и дневне штампе, грађане је непрекидно излагала новим информацијама, што је допринело много бржем дељењу културних, друштвених и политичких идеја. На тај начин је размена информација довела до формирања јавног мњења, које је неопходно за унапређење људског друштва, посматрано било из угла покретања политичких промена било културне размене.

Од самог почетка дистрибуирања путем штампе у 17. веку, новине су служиле као медиј за преношење информација о догађајима најпре на локалном и националном нивоу, а развој штампе значио је и њихову дистрибуцију не међународном, па и глобалном нивоу. Улога штампаних медија у друштву веома је значајна – они служе као алат за обликовање мишљења, стварају форум за јавну дискусију и дебату, али и омогућавају грађанима да се информишу о преступима доносилаца одлука и других званичника (Martin, Copeland, 2003). Штампа је кроз историју одиграла важну улогу у надзору над владама и институцијама, о чему ће бити више речи у наредним поглављима. У том смислу она, пружајући платформу за истраживачко новинарство и

извештавање о корупцији и неправилностима, у одређеним ситуацијама може помоћи у јачању демократије и владавине права.¹

Термин „новине” односи се на штампани медиј које се појављује у редовним кратким интервалима (периодичан је), механички се умножава и производи у великим тиражима, доступан је за продају и читаоцима пружа информације о важним актуелним дешавањима широм света (Weber, 2006: 387). Њихов садржај мора бити разноврстан, општи, благовремен и организован (Roibu, 2011). У том контексту, таблоидне новине су пронашле свој специфичан простор, задовољавајући потребу за брзим и занимљивим вестима које лако привлаче пажњу.

Таблоидно новинарство је изникло из потребе да се обезбеди што већи број читалаца, и самим тим оствари што већи приход од продаје и оглашавања. Иако се често доживљава као савремени феномен, његови корени сежу у сам почетак новинарства, када су се појавиле специфичне тенденције које ће касније постати темељи уређивачке политике таблоида. Поред сензационализма, оне укључују и „крајњи субјективизам у тумачењу информација, публиковање полуистина и гласина, непримерено комбиновање текста и ликовне опреме, а напослетку долази и фабриковање вести” (Бешлин, Жарковић, 2023: 55, 56). Свој врхунац ова врста новинарства достиже у време брзог развоја индустријских и технолошких иновација, када су штампане новине постале доступне широком слоју друштва. Рани таблоиди, попут новина штампаних у првим деценијама 19. века у Сједињеним Америчким Државама и Великој Британији, усмерили су се на сензационалне наслове и живописне приче како би привукли читаоце. Ова стратегија је била успешна јер је читалачка публика жудела за занимљивим и лако „сварљивим” садржајима. Ипак, такав њихов приступ наишао је на критике савременика, због чега можемо закључити да је таблоидно новинарство предмет осуда од самог настанка.

¹ Веза између штампе и демократије је у већини држава снажна. У том смислу, штампани медији информишу јавност о важним политичким и друштвеним питањима, чиме могу допринети транспарентности и одговорности институција, што потенцијално јача демократске процесе. Међутим, веза између штампе и демократије се огледа и у чињеници да постоји велики број угашених новина, застрашених уредника и затворених новинара. Видети више у: Sparks, C. (1988). The popular press and political democracy. *Media, Culture & Society*, 10(2), 210. Ауторитарни режими препознају моћ штампе и настоје да је сузбију како би спречили ширење информација које би могле угрожити њихову власт. Овај парадокс показује да је слобода штампе неопходна за здраву демократију, али истовремено и крхка, јер је често прва мета репресивних мера када су владе изложене критикама. Иако је штампа способна да значајно допринесе демократизацији друштва, њена слобода мора бити континуирано заштићена и подржана како би могла испунити своју улогу у јачању владавине права.

Таблоидно новинарство је често било критиковано због свог површног и неодговорног приступа извештавању, али његова популарност је расла управо због способности да привуче масовну публику. Таблоиди су се фокусирали на теме које су блиске обичном човеку, укључујући криминал, секс, славне личности и необичне догађаје. Овај приступ је омогућио да се новине брзо и лако читају, што је одговарало савременом начину живота и потреби за брзим информацијама. Осим што је привлачно за масе, таблоидно новинарство је играло значајну улогу у политичким и друштвеним променама. Оно је често коришћено као средство за обликовање јавног мњења и вршење притиска на политичке актере. Истовремено, таблоиди су често критиковани због свог утицаја на приватност појединаца и кршење етичких стандарда новинарства, што се може тумачити као снижавање квалитета професије. Будући да је у међународној литератури ово једна од најупечатљивијих критика упућених таблоидном новинарству (о чему ће бити више речи у наставку дисертације), на овом месту покушаћемо да најпре дефинишемо појам „квалитета у новинарству”.

Последњих година, али и деценијама уназад, све се учесталије преиспитује квалитет новинарства, са наглашеним критикама због пада квалитета новинарског извештавања. Упркос томе, термин „квалитет у новинарству” се у међународној литератури ретко користи, а Мајер (Meier, 2019) наводи да до 2019. године о овој теми није било записа у релевантним енциклопедијама и приручницима. Квалитет у новинарству зависи од многих фактора, попут врсте медија и циљане публике, али је значајно нагласити и то да различите групе користе друге критеријуме, због чега различито дефинишу квалитет. Новинар може процењивати квалитет у односу на интензитет истраживања, док га публика може оцењивати према разумљивости чланка. Због тога Мајер закључује да се основа за дефинисање и мерење новинарског квалитета може извести из три корака: најпре је ту дефинисање новинарства и његове улоге у друштву; затим, резултујуће вредности на којима се заснива квалитет; и треће, резултујући критеријуми квалитета, који се такође називају стандардима новинарске изврности (Meier, 2019). Дакле, квалитет новинарства зависи од улоге коју врши у друштву, ко и вредности и критеријума на којима се квалитет заснива. Први корак односи се на правовремено и тачно информисање, као и на критичко тумачење процеса и догађаја, то јест улогу „пса чувара”². Други корак подразумева основне вредности

² Улога „пса чувара” у новинарству подразумева три компоненте: независно испитивање активности јавних институција, затим документовање, испитивање и истраживање тих активности, и на крају, објављивање информација од јавног значаја (Bennett, Serrin, 2005).

које се у журнализму истичу, попут објективности, истинитости, релевантности. Последњи корак обухвата новинарске стандарде или норме које су у многим друштвима дефинисане унутар професије.

У том смислу, уколико медиј испуњава наведене критеријуме, онда можемо закључити да је посреди квалитетно новинарство. Са друге стране, ако је акценат на занимљивости, а не на релевантним темама од националног или међународног значаја, тај приступ извештавању не подудара се са оним што је претходно дефинисано као „новинарски квалитет”. У таблоидима људски интерес често доминира над јавним интересом, тзв. „тврде” вести (вести о великим догађајима) уступају место „меким” вестима (занимљивим чињеницама, непровереним гласинама). Оно што српске таблоиде разликује од европских и америчких је снажна оријентисаност према политици и политичарима (Milivojević, 2007; Popović, Popović, 2014). Оваква оријентација обично обухвата интензивно извештавање о политичким скандалима, интригама и приватним животима политичара, што може имати значајан утицај на политичку агенду и јавно мишљење у земљи.

Иако таблоидно новинарство привлачи пажњу сензационалистичким насловима и фокусом на личне осврте, мало је емпиријских истраживања која систематично анализирају његов развој и утицај у различитим контекстима, укључујући историјски развој у Србији. Овај рад тежи што прецизнијем дефинисању улоге и значаја таблоидног новинарства у друштву кроз историјски контекст. У фокусу дисертације су различити географски и културни контексти таблоидног новинарства који су обликовали његове жанровске и стилске карактеристике.

Дисертација представља преглед историје, развоја и утицаја таблоидног новинарства у Србији. Настоји да пружи детаљан и критички преглед таблоидног новинарства, истичући његове кључне карактеристике и утицаје на савремено друштво. Због тога ће најпре бити анализиране основе овог медијског формата, његова дефиниција и кључне карактеристике које га издвајају од других врста новинарства. Затим ће бити приказан преглед глобалног развоја таблоидног новинарства, који обухвата историјске аспекте као што су развој „пени преса” (Penny press) у Сједињеним Америчким Државама и појава жуте штампе, који су били кључни у формирању савременог таблоидног новинарства. Биће истражене и специфичности развоја српског таблоидног новинарства, уз осврт на то како су друштвени и политички фактори у

Србији утицали на појаву и развој таблоида. Поред тога, у дисертацији се разматра утицај таблоидних медија на друштво, истражује се како таблоиди утичу на јавно мњење, политичке процесе и друштвене норме, као и њихова улога у креирању јавног дискурса.

1.2. Теоријски оквир

За развој новинарства, у контексту историје проналазака људског друштва, немерљив утицај имао је проналазак штампарске пресе. Техника штампања покретним словима приписује се Јохану Гутенбергу, али извесна заслуга припада кинеском и корејском народу (Stephens, 1989: 81). Најранији трагови штампања везују се за Кину, где су изум папира у 2. веку и техника штампања гравираним дрвеним блоковима у 8. веку представљали претечу штампања покретним словима (Mun, 2013: 2). У 14. веку, Кина је примењивала керамичка и дрвена покретна слова, док су у Кореји у 13. веку коришћена метална покретна слова (Black, 2019: 9). Међутим, вештина штампања тамо није доживела ширу примену (Бјелица, Јевтовић, 2006). Број карактера у оба језика одузимао је много времена за постављање слова, и у том смислу су европски језици били много погоднији за штампање због ограниченог броја знакова.

Пола века пре Гутенберговог проналазка, у Европи је постојала примитивнија форма штампања (Stephens, 1989: 84) за умножавање слика и текстова, али је ова техника била непрактична и скупа (Бјелица, Јевтовић, 2006). Гутенбергу се приписује изум *покретних слова* који Гоцини (2001) назива епохалним, због чињенице да технологија типографске штампе остаје идентична у наредна три века, а прве модификације дешавају се у 19. веку (Füssel, 2020: 8). С друге стране, пре Гутенберга, техника штампања била је ксилографија – техника која подразумева дрвену плочу са рељефним испупчењима која су отискивала странице (Гоцини, 2001: 24). Гутенбергова техника подразумевала је креирање малих калупа за свако слово, којима би се сачинила цела страница – да би касније била утиснута у папир. Након тога, исти калупи могли су бити прераспоређени тако да креирају нову страницу за штампање. Овај проналазак учинио је штампање знатно бржим и јефтинијим, а његове последице по комуникационе процесе промениле су развој људског друштва, због чега Фасел (Füssel, 2020: 8) каже да се са Гутенберговим именом повезује „комуникациона револуција”.

Настанком штампарске пресе створена је могућност преноса поруке много већој публици (Stephens, 1989: 85), што је предуслов за настанак масовних медија и масовне публике, али и основа за настанак јавног мњења посредством штампе и ширења информација (Füssel, 2020: 7). Главна предност било је преношење потпуно исте копије текста свим читаоцима. Сваки читалац читао би потпуно исту причу, јер се штампањем ефикасно заобилазила могућност накнадних измена и грешака у тексту, а оне су лако могле настајати у ручно писаном и усменом преносу порука. Штампарска преса није могла избећи лажне вести, али је макар могла гарантовати да информација није измењена од тренутка када је штампана до тренутка њеног примања. Ипак, ширење вести било је ограничено одређеним друштвеним факторима, попут мањка писмености, неразвијеног транспорта и рестрикција власти ненавикнутих на циркулацију до тада немогуће количине информација (Stephens, 1989: 85, 86).

Већ у касном 15. веку, убрзо након изума штампарије и пре настанка периодичних новина у пуном смислу, у Европи су почели да се појављују штампани наративи о појединачним догађајима. Тако је у Бечу већ 1540. започето издавање званичних прокламација путем државне публикације *Novitäten*, док се у Пољској већ од 1513. објављују *New Zeitung auss Litten und von den Moscowitter* (*Вести из Литваније и оне које се тичу Московљана*). Затим, између 1488. и 1529. године је у Паризу постојао низ летака који су се састојали од званичних изјава. На сличан начин изгледало је и публиковање садржаја у Немачкој крајем 16. века – многе штампарије производиле су летке и памфлете са политичким и другим вестима. У овом периоду у Немачкој се истакао Михаел фон Ајтзинг (енг. Michael von Aitzing), који је између 1588. и 1593. године писао и објављивао извештаје о црквеним и политичким питањима. Фон Ајтзинг је штампао и сажетке недавних догађаја у публикацији под називом *Relatio Pisterica*, која је излазила у интервалима од шест месеци, и продавана на сајму у Франкфурту. Порет тога, било је и покушаја штампања алманаха који би сумирали догађаје из целе године, попут *Mercure francais*-а из 1611. године. У контексту дисертације, јако је значајно оно што Смит (Smith) бележи о садржају ове публикације, истичући да се у одређеним текстовима користи сензационалистички тон извештавања, и наводећи примере вести о поплавама и другим природним катастрофама, пошастима и кометама. Ипак, ове публикације нису оно што се подразумева под термином „новине”, а кључна разлика је у томе што се у новинама успоставља трајни однос између читаоца, издавача и аутора информација (Smith, 1979: 9).

Историја новинарства у свету започиње у 17. веку, настанком периодичних новина. Први периодични листови настали су у Западној и Средњој Европи. Најпре је 1609. у Аугсбургу и Стразбуру основан лист *Relation oder Zeitung*, након тога *Frankfurter Journal* у Франкфурту 1615. године, а следеће године у Антверпену – *Nieuwe Tijdingen*. Први периодични лист у Лондону основан је 1622. године, и то је *Weekly News*, а у Паризу *Gazzete* 1631. године (Bjelica, 1968: 7). Након европског, у наредном веку новине су почеле настајати и на америчком континенту.



Слика 1: Насловна страна првог броја листа *Relation oder Zeitung*, из 15. јануара 1609. године. (Извор: Deutsches Textarchiv)³

³ Доступно на: https://www.deutschestextarchiv.de/book/view/anonym_aviso_1609?p=367 (приступљено: 14.6.2025. године)

У Сједињеним Америчким Државама историја штампе започиње почетком 18. века. Прве америчке новине су *Boston News-Letter*, које су настале 1704. године из билтена који је управник поште слао гувернерима колонија (Hughes, 2017:4). У том периоду још увек није постојао систем за прикупљање и дистрибуирање информација, а вести су биле закаснеле информације о дешавањима у Европи. Извори информација били су путници и посаде бродова, као и писма и новине из Енглеске. Прве новине настале су на тлу Европе, али су прве новине са одликама таблоида настале у Сједињеним Америчким Државама. У питању је „пени прес“, дневна штампа продавана на улицама за пени. Утицај ове штампе на новинарску праксу и новинарство у целини предмет је истраживања и у савременом добу, а више о томе биће написано у наредним поглављима. Када је интервју уведен као новинарски жанр у америчку пени штампу 1830-их, новинарство је направило значајан помак од монолошке ка дијалогској комуникацији (Хјуз, 1981: 8). Дијалогски приступ новинарству, који је настао у време пени штампе, био је кључан за развој жуте штампе и каснију таблоидизацију медија. Овај приступ је, такође, поставио темеље за разне новинарске формате као што су ток-шоу и дебатни програми, и остаје суштински принцип у новим дигиталним медијима (Hornmoen & Steensen, 2014). Поред тога, такав приступ новинарству могао је допринети стварању додатног слоја концепту јавне одговорности, јер доносиоци одлука и појединци на позицијама моћи добијају могућност и обавезу да, посредством медија, јавности образлажу своје поступке и одговарају за њих. Тиме се усложњава и улога новинара, који одабиром питања мора најпре дубински разумети актуелну друштвену ситуацију и препознати које кључне тачке осликавају интерес јавности, како би на крају тог процеса успео да обликује причу на начин који ће публици верно и разумљиво предочити сложене и динамичне околности.

Узроке распрострањености и читаности сензационалног садржаја Емери и Емери (1984) проналазе најпре у публици и њиховом начину конзумације медијског садржаја. Баш као што људи, генерално, у раном узрасту читалачко искуство започињу бајкама, појединци ненавикнути на читање новина често преферирају оно што критичари називају сензационалистичким. Међутим, аутори наглашавају да је та фаза била само развојна и да су пени новине, намењене првенствено „обичним људима“, касније почеле привлачити појединце из других социјалних и економских слојева. Већ у првој декади након настанка пени новина, са развојем навика и потреба публике, оне су се

развијале у смеру угледних публикација које дистрибуирају значајне информације (Emery & Emery, 1984: 95).

Када су штампане прве новине на српском језику, европске државе су већ два века имале традицију штампања периодичних новина. Према Бјелици (1968) разлози томе су познати – Србија је за Европом каснила због велике културне и економске заосталости, а штампа је производ грађанског друштва (Bjelica, 1968: 7). О настанку првих српских новина писали су Бјелица и Јевтовић (2006). Они бележе да су прве новине на српском језику најпре носиле назив *Сербскија повседневнија новини*, а касније само *Сербскија новини*, и штампане су 1791. године у Бечу. До краја 1792. године излазиле су два пута недељно на четири стране, а издавала су их браћа грчког порекла Публије и Георгије Маркидес-Пуљо. У том периоду пословне и личне везе између Срба и Грка који су припадали истој цркви биле су чврсте, и идеја о оснивању српских новина од стране Грка била је природна. Као и прве периодичне, и прве српске дневне новине штампане су у Бечу. У питању су *Новине сербске*, које су почеле да излазе 1. августа 1813. године под уредништвом Димитрија Давидовића и Димитрија Фрушића. Када је реч о садржају ових новина, најбројније су биле вести са берзе (Бјелица, Јевтовић, 2006).

У историји српског новинарства град Крагујевац има значајно место, најпре због тога што су 5. јануара 1835. године у овом граду почеле излазити прве новине штампане у Србији – *Новине србске*. Ове новине штампане су као службени лист Кнежевине Србије под уредништвом тадашњег кнежевог секретара, већ поменутог Димитрија Давидовића, који је имао вишегодишње новинарско искуство у Бечу. Ове новине нису штампане у Београду јер се штампарија у том периоду налазила у Крагујевцу, све док кнез Милош, због боље контроле над процесом издавања, није наредио да се штампарија пребаци у Београд. Тако су *Новине србске* годину и по дана након оснивања пренете у Београд, где су наставиле да излазе (Bjelica, 1968: 37, 38).

Од *Новина србских* до настанка првих таблоидних новина прошло је више од пола века, а крај 19. века у Србији значајан је период за развој српског новинарства. Као последица развоја културе, према Бјелици (1968), новине нису више биле намењене само малом броју интелектуалаца, већ су настојале да допру и до осталих грађана. Због тога долази до промене усмерења одређених дневних листова, који поред информативних садржаја почињу да објављују и забавне.

Тако 1888. настају *Мале новине* Пере Тодоровића, које покривају разне теме – од вести из државе и света до временских прогноза и огласа. *Мале новине* су се разликовале од других по кратким текстовима и брзом информисању, као и по продаји преко колпортерâ на улицама. Биле су прве које су штампале фељтоне и књижевне текстове. Тодоровић је био зачетник сензационалистичке штампе у Србији и допринео развоју модерне дневне информативне штампе. Због тога се његов рад упоређује са претечама таблоида у Америци. Ипак, Крста Цицварић, „звезда булеварске штампе”, уређивао је прве праве таблоиде у Србији. Цицварић је оставио значајан печат у српском новинарству, а његово име је постало синоним за специфичан стил новинарства – „цицварићевско” новинарство, које се одликује лошим, јефтиним, агресивним и сензационалистичким приступом (Група аутора, 1992; Valić Nedeljković, 2009: 17).

Када је у питању савремена српска таблоидна штампа, одлике тих листова разликују се у одређеним аспектима од првих таблоида. Ипак, Баровић прецизно одређује да „дефинисање таблоида није историјска константа”, али констатује и то да се „жута штампа” садржински није много мењала кроз векове (Barović, 2012). Приликом анализирања таблоидизације дневне штампе у Србији, Миливојевић (2007) доноси закључке о специфичностима српских таблоида. Ауторка истиче да српске таблоидне новине одликују три особине, које их истовремено разликују од таблоида који делују у другим земљама. Прва разлика је одсуство видљивих комерцијалних мотива за покретање новина. Миливојевић наводи да ове новине редовно излазе упркос веома ниским тиражима, што имплицира да финансијска добит није основни мотив, а због видљиве политичке оријентације новина делује да су мотиви политички, а не комерцијални. Друга разлика односи се на избор тема о којима се извештава. Таблоиди у Србији се фокусирају на политички живот и тривијализују политику. И последња, трећа специфичност ових новина везана је за њихов однос према стварности, а у питању је компактност и политичка доследност у тумачењима. Они не остављају читаоцима прилику да сами донесу закључке, већ јасно повезују догађаје (Milivojević, 2007: 94).

1.3. Формулација истраживачког проблема

Таблоидно новинарство је феномен који је обликовао медијску сцену широм света, укључујући Србију. У међуратном периоду, од 1936. до 1941. године, у Крагујевцу је излазио локални лист *Одјек Шумадије*, који је имао одлике таблоида. У домаћој литератури изучавани су примери штампе зачетника таблоидног новинарства Крсте Цицварића и Пере Тодоровића објављиване у Београду. Међутим, развој таблоидног новинарства у другим крајевима Србије није истражен. Због тога дисертација има за циљ да, поред истраживања почетака новинарства у Србији, кроз студију случаја *Одјека Шумадије* расветли почетке таблоидног новинарства и на територији Крагујевца.

Поставља се питање у којој мери је овај лист имао одлике таблоидног новинарства и како су друштвени, политички и културни услови тог времена утицали на његово обликовање и садржај. Кључно питање које је у истраживању постављено јесте: у којој мери су одлике таблоидног новинарства као што су сензационализам, поједностављење вести и коришћење специфичних новинарских жанрова биле присутне у *Одјеку Шумадије*, и како су ове карактеристике утицале на креирање јавног мњења у Крагујевцу у периоду пре Другог светског рата.

1.4. Значај и допринос истраживања

Како би се разумело савремено таблоидно новинарство које постоји на просторима Србије, неопходно је истражити његове почетке. Таблоидно новинарство је од свог настанка представљало значајан сегмент друштвеног комуницирања, чиме се истиче важност проучавања његовог настанка, развоја и карактеристика. Чињеница да је оно у свакодневним и академским расправама често предмет критика и те да се сматра главним кривцем за урушавање новинарске професије – додатно указује на важност истраживања његових почетака. Ово истраживање обухвата анализу историјских околности које су довеле до појаве таблоидних медија, као и испитивање еволуције њиховог садржаја и форме. Детаљно проучавање ових аспеката омогућава боље разумевање улоге таблоида у ширем контексту медијског система и њиховог утицаја на јавни дискурс и културне норме.

Резултати овог истраживања пружају релевантан научни допринос када је реч о развоју таблоидног новинарства у Србији и уједно указују на процесе развоја савременог новинарства. Поред тога, дисертација доприноси проучавању историје новинарства и развоју новинарских жанрова и стилских елемената коришћених у таблоидном новинарству, а самим тим и проучавању развоја новинарске професије у Србији. Како је анализирани лист штампан на територији града Крагујевца, ово истраживање пружа и релевантан допринос у проучавању локалног новинарства.

Лист *Одјек Шумадије* је, са прекидима, у Крагујевцу излазио у периоду од шест година, због чега је неоспоран његов значај за развој локалних медија. Поред тога што је имао значајну улогу као извор информација о друштвено-политичким и другим релевантним дешавањима, био је једини лист који је излазио током 1941. године на територији Крагујевца и сведочио о предратној друштвеној атмосфери. Такође, научни допринос огледа се у расветљавању историјског контекста таблоидне штампе у периоду између два светска рата. Како је у Србији претходних година повећан број научних радова о таблоидном новинарству (Роровић, Роровић, 2014: 12), дисертација доприноси расветљавању друштвених, политичких и културних услова у којима су настајали таблоиди.

С друге стране, ово истраживање пружа друштвени допринос који се огледа у анализи предоченој у студији случаја крагујевачког листа *Одјек Шумадије*. Детаљном анализом овог листа забележене су прилике и начин живота становника Крагујевца у међуратном периоду, а тиме ће бити осветљен један историјски период у овом делу Србије.

Поред тога, изучавање таблоидног новинарства је значајно из више разлога. На првом месту, таблоиди су често најчитаније и најутицајније новине у многим земљама, те стога имају велики утицај на јавно мњење и политичке процесе. Затим, таблоидно новинарство пружа увид у културне и друштвене вредности једног друштва, јер одражава интересе и укусе шире публике. Анализирајући таблоидне новине, можемо боље разумети функционисање медија у одређеним друштвима – како медији користе сензационализам и емоционалне наративе да би привукли читаоце и повећали тираж. Таблоидизација медија често поставља питања о границама новинарске етике, приватности, и одговорности новинара према јавности, због чега анализа таблоида пружа детаљнији увид у етичке и професионалне изазове са којима се новинари

суочавају. На крају, кроз истраживање таблоидног новинарства можемо боље разумети и анализирати динамику између медија, власти и јавности, што је кључно за демократски процес и слободу медија.

2. Појмовно одређење и одлике таблоидног новинарства

2.1. Историја таблоидног новинарства у свету

Појам *таблоид* у медијски дискурс увео је Алфред Хармсворт (Alfred Harmsworth) са циљем да његов лист *Daily Mail* који је у Лондону основао 1896. године буде као мала, концентрисана, ефикасна пилула која садржи све потребе за вестима у палету упола мањем од конвенционалних новина. Формат таблоида био је адаптација за нову читалачку публику, учинио их је лакшим за руковање у јавном превозу, попут читања у аутобусу и трамвају. Како би лист допрео до масовне публике, учињене су промене и у погледу садржаја, изгледа, цене и начина дистрибуције. Према Миливојевићу, таблоиди се препознају према ономе „шта” и „како” пишу. Најпре их од озбиљне штампе разликује избор теме, а оне су често пуне мотива из света забаве, шоу бизниса, естраде и црне хронике. Када је стил писања у питању, одлике таблоида су сензационалност и поједостављивање, истивање спекулација и доминација визуелних садржаја над вербалним (Milivojević, 2007: 94). Према Хармсворту, *Daily Mail* је био „дневна уштеда времена”, нови формат за 20. век (Örnebring & Jönsson, 2004: 287).

Међутим, порекло таблоида повезује се са доста ранијим периодом и развојем штампе. Од 15. века надаље, настанак штампе омогућио је популарној литератури, као што су баладе, читанке и алманаси, да се појави на улицама широм западне Европе. Те публикације се могу посматрати као врста раних, првобитних вести, због тога што су формирале везу између усмене народне културе и шире популарне културе, која је директно зависила од штампе (Johansson, 2007: 13). Историчари новинарског сензационализма су се приликом тумачења ове новинарске технике углавном концентрисали на „жуто новинарство” деведесетих година двадесетог века, посебно на тиражни рат између листова *New York World* Џозефа Пулицера (Joseph Pulitzer) и *Journal* Вилијама Рендолфа Херста (William Randolph Hearst). Ипак, сензационализам је развијен у Њујорку пола века раније, а пре Грађанског рата је пренет у друге градове (Crouthamel & Jackson, 1973: 294).

Поповић и Поповић (2014) идентификују пет кључних фаза у еволуцији таблоидног новинарства:

- 1) тридесете године 19. века или *доба пени преса*, јефтине штампе која је садржај пласирала до нове публике, неелитне категорије читалаца, користећи сензационалистички приступ темама;
- 2) крај 19. века или *доба новинских магната* (Бенет, Херст и Пулицер) који уводе примену метода истраживачког новинарства уз инсистирање на сензационализму и забавном представљању тема; привлаче нову публику – радничку класу имиганата;
- 3) двадесете године 20. века или *доба џеза*, у коме радио достиже највећи пораст, а штампари покушава да му парира штампањем сензационалистичког таблоидног формата;
- 4) седамдесете године 20. века или *период процвата илустроване, забавне ревијалне штампе*; са тежњом да буде конкурентан телевизији, обилно објављује сензационалистички садржај;
- 5) деведесете година 20. и почетак 21. века – период обележен снажном таблоидизацијом штампаних, електронских и онлајн медија (Роровић, Роровић, 2014: 14).

2.1.1. Развој пени преса у Сједињеним Америчким Државама

Када је реч о Сједињеним Америчким Државама, први примери сензационалистичког новинарства појављују се тридесетих и четрдесетих година 19. века, када се у Њујорку и другим урбаним срединама развија пени прес (Pelizzon & West, 2010: 6). У тим деценијама су издавачи новина трансформисали дневну штампу. Пре трансформације, штампа је била уско фокусирана и њена дистрибуција је била ограничена. Међутим, са појавом пени преса штампа постаје масовни медиј (Brazeal, 2005: 405). До настанка ове штампе, већина новина опстајала је захваљујући политичком покровитељству и трговачкој публици коју су интересовале пословне вести. Њихови читаоци били би претплаћени на годину дана, а цена, која је за један примерак износила око шест центи, била је превисока за већину људи. На исти начин су и оглашивачи заузимали медијски простор на годишњем нивоу. Садржај новина чинили су идеолошки уводник, трговачке вести и унапред плаћени огласи, а највећи

део простора zauzimali su tekstovi koji su bili isечени из других новина, а чија већина не би задовољила савремене стандарде вести (Crouthamel & Jackson, 1973: 296, 297).



Слика 2: Насловна страна првог броја новина *The Sun*, штампана 3. септембра 1833. године (Извор: сајт AbeBooks)⁴

⁴ Доступно на: <https://www.abebooks.com/Newspaper-Sun-Number-New-York-September/30968810323/bd> (приступљено 14.6.2025. године)

Феномен настанка пени преса Мот (Mott, 1950) карактерише као спектакуларан, а у контексту историје новинарства значајно је издвојити увођење нових аспеката концепта вести. Промене у садржају новина, потпомогнуте убрзаном комуникацијом коју је омогућило напредовање технологије, произвеле су револуцију у новинарству. Покретање ових промена ослања се на индустријску револуцију, то јест, широку трансформацију индустријског система и нарушавање класних односа. У том смислу, Мот сматра да су машине, које су људе избацивале из посла и учиниле да припадници радничке класе схвате моћ коју раније нису познавали, донеле нову свест и нове идеје (Mott, 1950: 215).

Период који обухвата тридесете и четрдесете године деветнаестог века сматра се новом епохом новинарства, а она започиње 3. септембра 1833. године појавом новина *New York Sun*. Овај лист, штампан на четири стране, са садржајем чији је нагласак био на локалним дешавањима и вестима о насиљу, основао је двадесеттворогодишњи Бенџамин Хенри Деј (Benjamin Henry Day), „први новински милионер на енглеском говорном подручју” (Borton, 1999: 63). *New York Sun* нису прве новине за пени које су настале у Америци, али су прве које су за јако кратко време оствариле велики утицај. Настанак пени преса променио је ток америчког новинарства за сва времена, а везује се за 24. јул 1830. године. Тог дана је у Бостону Линд М. Волтер (Lynde M. Walter), дипломац са Харварда, основао *Boston transcript*, доносећи низ иновација које ће обликовати њујоршке новине наредних деценија. До 1830-их новине су поседовали штампари и они су управљали њима. Главни фокус био је на Вашингтону, а читаоци су били ускраћени за локалне вести. Прикупљање вести било је „пасивно”, уредници и власници штампе ректо су писали своје текстове, они су углавном преузимани из других новина. Поред тога, дизајн новина у том периоду није био истраживан – све новине личиле су једне на друге. Тако је и број страна доступне штампе углавном био ограничен на четири странице (Spencer, 2007: 22, 23, 25).

У односу на дотадашње новине чија је цена износила од шест до десет долара годишње, цена пени преса била је много нижа, и то је један од узрока њене популарности. Поред тога, и начин дистрибуције имао је удела у популаризовању пени преса. У тренутку када се оне појављују, новине су до читалаца углавном долазиле путем годишње претплате, док пени прес карактерише улична продаја појединачних листова на дневном нивоу (Emery & Emery, 1984: 96, 97), по угледу на енглеску праксу по којој су дечаци разносили штампу, а која је позната као „лондонски план”

управљања циркулацијом. Све ове промене учиниле су штампу доступнијом, а недоступност новина радничкој класи илуструје чињеница да је квалификована радна снага била плаћена само осам до десет долара недељно, због чега је цена пређашњих новина била „економски ван равнотеже” (Mott, 1950: 216, 214).

Као што је наведено, *New York Sun* није први јефтини популарни лист у Америци – пре њега су се такви листови развијали у неколико држава. Тако је пре 1830. године основан *Daily Courier* у Портланду, у савезној држави Мејн. Он је продаван за четири долара годишње, што значи да је његова цена била упола мања од стандардне цене тадашњих новина. Успех овог листа подстакао је настанак сличних новина у Бостону 1830. године. У питању је већ поменути *Transcript*, чија су специјалност били књижевност и позориште. Годину дана касније, у истом граду почео је да излази *Morning Post*, медиј сличних одлика и цене као и два претходно наведена листа. Најзад, 1833. године настаје трећи бостонски дневни лист од четири долара, који је носио назив *Mercantile Journal*. Овај лист постаје популаран због серије „морских” прича. Поред цене и садржаја, овим листовима биле су заједничке и димензије – њихове странице штампане су у мањој величине, 10 x 15 инча. Ови листови били су претече пени преса, и мада су бостонски штампари покушали да издају новине за пени, ипак су први успешни листови те врсте настали у Њујорку (Mott, 1950: 216, 217).

У години настанка листа *New York Sun*, у овом граду су постојале 34 недељне публикације, као и 12 месечних часописа. Поред тога, град је имао 11 дневних новина са укупним тиражом мањим од 30.000 примерака. Од њих, највеће јутарње новине биле су *Morning Courier*, са процењеним тиражом од 4500 примерака, а највеће вечерње новине са процењеним тиражом од 3000 биле су новине *Evening Post*. Овај тираж *New York Sun* остварио је за само три месеца од почетка његовог штампања, јер се 17. децембра 1833. године бележи продаја готово 4000 примерака (Brazeal, 2005: 406). Нагли успех Дејових новина наставио се и у годинама које су уследиле. Његов тираж се у наредна три месеца дуплирао, будући да је штампано готово 8000 примерака (Emery & Emery, 1984: 97), а 1837. године штампан је у 30000 примерака, због чега постаје први амерички дневник који је достигао тај тираж (Бјелица и Јевтовић, 2006).

Међутим, почетак излажења овог листа није био тако једноставан као што би се према наглom порасту тиража могло наслутити. Тог првог јутра када је објављен, Деј није почео са штампом све док друге њујоршке новине нису изашле. Он је сачекао

њихов излазак како њихове вести могао да откуца за свој лист. Готово све локалне вести у првом броју биле су старе два до три дана, док су вести изван Њујорка биле старе најмање недељу дана. Огласи у том броју били су неплаћени, лажни и преузети из других новина, а дизајнирани тако да новине изгледају модерно. У журби да се лист објави, на другој страни је штампана погрешна година – уместо 1883. писало је 1832. година. Деј је увидео да постоје извесна ограничења у таквом начину рада, па је у року од недељу дана запослио младог штампара Џорџа Визнера (George Wisner), који ће за *New York Sun* креирати вести на основу полицијских извештаја (Brazeal, 2005: 406).

Приче које је *New York Sun* доносио биле су углавном кратки прилози, позоришне рецензије, чланци о монструозностима и чудима, као и приче са нагласком на новостима о криминалу. Политичке теме су биле слабо заступљене, и у том смислу је *Sun* нагло прекинуо традиционални амерички концепт вести. Штампано је све што је било занимљиво и читљиво, без обзира на значај самих тема. Ипак, то не значи да лист није укључивао озбиљне теме, већ њима није дозвољена дужина коју су новине од шест центи допуштале (Mott, 1950: 224).

Већина садржаја које је *Sun* пласирао, као што је већ поменуто, била је креирана са циљем да привуче што већи број читалаца. Тако је 1835. године овај лист објавио причу која је накнадно тумачена као једна од највећих лажних прича у новинарској историји – чувену „Велику Месечеву обману” (eng. Great Moon hoax) (Mott, 1950: 226). Серија текстова који говоре о насељености и постојању живих бића на Земљиним сателитима Месецу заснована је на тврдњи да је један од највећих светских астронома, сер Џон Хершел (Sir John Herschel), у својим истраживањима успео да добије јасан поглед на Месец и објекте који се на њему налазе. Први текст штампан је 25. августа 1835. године, уз тврдњу да су се открића астронома Хершела појавила у Додатку Единбуршком часопису науке (Supplement to the Edinburgh Journal of Science).

Међутим, читаоцима није саопштено да часопис у том тренутку није излазио већ две године. У првом делу специјализоване приче о Месецу, *Sun* је на својој насловној страни само наговестио које ће налазе открити у наредних пет дана. Сваки наредни број био је детаљнији у описима од претходног: тако је другог дана *Sun* писао о вегетацији и животињама које је Хершел открио на Месецу, са обећањем да ће наредног дана објавити опис створења које је Хершел наводно назвао „*Verspertilio homo*” или „човек-шишмиш”. Ипак, наредног дана то није објављено, а публика је остављена да те

информације ишчекује. Уместо тога, трећег дана је приказан преглед географије Месеца, која обухвата језера, планине и вулкане. Тек су 28. августа описани „људи-шишмиши” који су високи четири стопе, голи, са коврцавом косом боје бакра и дугачким крилима. Ова прича имала је и сексуални угао, у складу са сензационалистичком природом листа – међутим, уредништво је навело да су одређени делови из оригиналног материјала избрисани како би били у складу са појмовима пристojности наше планете. Наиме, „људи-шишмиши” су се у јавности понашали на начин који је на Земљи припадао искључиво подручју приватности. Овај серијал прича, праћен илустрацијама, завршен је текстом у коме је *Sun* известио да је, услед оштећења телескопа, немогуће правити слике Месеца, због чега лист више неће моћи изештавати о овој теми (Thornton, 2000: 91, 92).

Читава „Велика месечева обмана” завршена је пре него што је сам Хершел чуо за њу. У тренутку публиковања обмане у Њујорку, један од најпознатијих научника свог доба био је на експедицији у Јужној Африци (Ferne, 1993: 120). Најзад се показало да је, злоупотребивши репутацију Хершела који је био у неприступачном делу свету, новинар *New York Sun*-а Ричард Адамс Лок креирао серијал „Велика астрономска открића која је недавно направио сер Џон Хершел”. Прича је изазвала толико интересовање да је за месец дана продато 60 хиљада примерака листа, а многе новине, укључујући и конзервативне, штампале су приче на својим насловним странама. Потом су оне објављене и у Енглеској и преведене на немачки и француски (Stickley, 1935; Thornton, 2000).



Слика 3: Литографија из новина New York Sun из 1835. године која приказује сцену из Велике месечеве преваре. Слика представља фантастичну представу Месеца с лажним детаљима. (Извор: сајт Science Museum Group)⁵

О иновативности пени преса говори и Брејзил (Brazeal, 2005), а ту тезу илуструје анализом прве две године *New York Sun*-а. Анализа показује да је *Sun* демонстрирао низ концепата маркетинга и креирања производа много пре него што су они били препознати и добили свој назив – критична маса, диференцијација производа, изградња заједнице и интерактивност. Дејов успех огледа се у томе што је постигао да нови концепт прода потрошачкој публици, убедивши је да из дана у дан купује новине. Прави пробој Бенцамина Деја огледа се у његовом бављењу маркетингом и развојем производа – смислио је начин да људе који ретко читају или купују новине натера да желе да их купују свакодневно. Прецизније, због тога што је постојећи концепт новина био досадан по изгледу и тону (Crouthamel & Jackson, 1973: 297), и статичан толико да се могао читати било када у наредне три недеље од излажења без примећивања недостатка правовремености, Деј је успео да постигне „друштвену конструкцију нове врсте новина” (Brazeal, 2005: 407). То значи да је изгледом и садржајем својих новина учинио да појединци другачије перципирају саме новине као медиј и средство информисања – једноставно, новине више нису биле досадне и безличне. Поред тога,

⁵ Доступно на: <https://collection.sciencemuseumgroup.org.uk/objects/co67623/print-of-new-discoveries-on-the-moon-lithograph> (приступљено 16.6.2025. године)

утицај пени преса на настанак и развој облика комуникација са тржиштем у области маркетинга препознаје се и у чињеници да је прва адвертајзинг агенција настала у Филаделфији 1843. године, само десет година након настанка пени преса (Emery & Emery, 1984: 96, 97).

Једна од најважнијих новина у пословању коју је Деј увео јесте дијалог са потенцијалним купцима. Он је започео тај дијалог како би могућим корисницима објаснио због чега би они желели и требало да имају његов производ, а природа тог дијалога се огледала у текстовима у првим бројевима листа *Sun* и одазиву његових читалаца. Тако се већ на првим странама истиче да је циљ листа да јавности, по цени која је доступна сваком, изнесе све вести дана. У том смислу, петнаест месеци након настанка, лист добија свој мото, који гласи: „Сјај за све” („It Shines for All”) (Brazeal, 2005). Међутим, овај мото, поред тога што служи остваривању дијалога са публиком, истиче и промене које *New York Sun* доноси новинарству. За разлику од његових претходника, лист се не обраћа уском кругу појединаца, већ се обраћа „свима”. Објашњење којим Краутамел и Џексон (Crouthamel & Jackson, 1973) описују промену коју пени прес уноси у тадашње новинарство и његов утицај, подудара се са значењем мотоа *New York Sun*-а – новине више нису везане за политику и потребе малих група претплатника, а концепт „посебне публике” ишчежава. На тај начин Деј укључује радничку класу, која је била занемарена и у претходном периоду није могла са лакоћом приступити медијима. Овај аргумент иде у корист тврдњи да је пени штампа трансформисала америчко новинарство од политичког оруђа до инструмента демократије. С друге стране, сам процес демократизације утицао је на развој могућности за настанак пени преса, па делује да су ова два појма неодвојива.

Популарна демократија и препознавање значаја политике за радничке класе, или, другим речима, побољшање положаја „обичних људи”, имало је много утицаја на настанак и развој пени преса. Припадници радничке класе, који су у том тренутку већ били остварили право гласа, путем ове штампе добијали су неопходне информације. За разлику од ранијих новина, чији је садржај био заснован на *мишљењима/ставовима*, оне су нудиле *вести* (Emery & Emery, 1984: 98).

Сам настанак и развој пени преса оивичен је сензационализмом и извештавањем заснованом на изазивању емоција. Специјалност *New York Sun*-а биле су приче о појединачним људским искуствима, такозване „топле људске приче” (human-interest

news), којима је остварен циљ потицања емоција код публике. У једном од најранијих бројева, Деј је објавио причу под насловом „Меланхолично самоубиство”. У тексту је описана прича Фреда Хола (Fred Hall), деселјеника у Њујорк, заљубљеног младог човека који је одбијен, због чега је себи одузео живот. Ову причу вредном је учинила чињеница да је „Фред Хол постојао свуда у свакодневном животу у великим, урбаним срединама” (Spencer, 2007: 26). Тиме је новинарство први пут у својој историји скренуло пажњу на животе обичних, анонимних људи. Материјал *New York Sun*-а био је „тривијалан, лакомислен” (Emery & Emery, 1984: 97), а поред тога, рубрика са извештајима из полиције коју је лист увео донела је много успеха уколико као мерило посматрамо тираж. Судски и полицијски извештаји су за кратко време овај лист учинили популарним. Искоришћавање трагикомедије пијанаца, крађа и напада на улицама подигло је тираж, али овако хумористичан третман вести насталих из судских извештаја није новитет који је *Sun* увео, већ је најпре био метода лондонског *Morning Herald*-а, насталог 1780. године. *Morning Herald*, основан од стране Хенрија Бејта (Henry Bate), привлачио је широку читалачку публику. То је био успешан забавни и информативни лист који је постојао до 1869. године, а покривао је домаће и стране вести, затим позоришне вести, парламентарне дебате, и нудио је „здраву дозу гласина и скандала” (Ferrero, 2005: 165). У сваком случају, Деј је покривањем полицијских прича вероватно започео праксу и занат извештавања и приповедања (Spencer, 2007: 27).

Међутим, када је у питању извештавање о криминалу, лист *New York Herald* био је иновативнији. Настао је две године након *New York Sun*-а, 6. маја 1835. године, а основао га је Џејмс Гордон Бенет (James Gordon Bennett), коме „није било равног у (његовом) непогрешивом осећају за оно што је јавност желела да прочита” (Crouthamel & Jackson, 1973: 316). *New York Herald* био је имитација *New York Sun*-а у погледу сензационалистичког материјала, али је, такође, унео и много новина (Emery & Emery, 1984: 99). Бенет је свог претходника, Деја, поред поменутог извештавања о криминалу, надмашио и у тиражу, информативности, техничкој опремљености, сензационализму, броју огласа, а самим тим и у приходима (Бјелица и Јевтовић, 2006). У овом делу значајно је поменути да је Дејов модел пословања, или „инстинктивно коришћење креирања садржаја и иновативних маркетиншких техника”, како га Бејзел описује, имао знатан утицај на друге новинске публикације током наредних десет година. У том смислу, Бенет и други власници новина само су побољшали модел који је Деј

успоставио, и њихови напори, мада значајни, били би ипак деривати (Brazeal, 2005: 413).

Водећи се искуствима постојећих пени новина, Бенет је увидео начин да ову врсту извештавања усаврши. Уверење да његови претходници нису ослушкивали потребе потенцијалне масовне публике писмених Њујорчана средње класе, усмерило је Бенета на покривање других, до тада занемарених области, попут економских и политичких вести. Тиме је изазвао пени прес, али и друге новине на тржишту. На тај начин интегрисао је садржај обе поменуте врсте извештавања, радећи оно што су оне радиле, „али радећи то боље, и радећи још више” (Crouthamel & Jackson, 1973: 301).

Већ у првом броју се *Herald* оградио од било какве партијске припадности и назначио какав лист намерава да буде. Слично *New York Sun*-у, који је себе одредио као лист намењен „свима”, у првом броју *Herald*-а наглашено је да је он намењен великим масама заједнице. Најзад, разноврсност своје циљане публике илустровао је исказом у ком наглашава да је лист подједнако намењен чиновнику и његовом директору. Садржај је био разнолик – било је кратких вести о убиствима, експлозији пароброда, коњским тркама, затим полицијских и судских извештаја, као и огласа. *Herald* је, за разлику од листа *Sun*, од самог почетка покушавао да покрије светске и националне вести. Омаловажавање конкурената била је пракса коју је *Herald* примењивао, и све њујоршке новине биле су његова мета, али је *Sun* био најучесталија. Поред тога, Бенет је успео у томе да задовољи интересовање читалаца за животе богатих – од онога што су до тада биле гласине направио је робу која се може продати, попут извештаја о годишњем божићном балу председника Џексона у Вашингтону (Crouthamel & Jackson, 1973: 301).

Успех *New York Sun*-а и *New York Herald*-а подстакао је друге издаваче да покрену дневне пени новине. Тако их је у периоду од пет година након настанка *Sun*-а у Њујорку основано најмање десетак. Највећи део њих је угашен након неколико недеља или месеци, али неки од њих су опстали и постигли значајан утицај. Међу њима се истакао и *New York Transcript*, који је настао 1834. и штампан је пет година. *Transcript* је, као и *Herald*, имитирао *Sun* у погледу садржаја и формата, чиме је постигао велики тираж и због чега је важан у историји сензационалистичког новинарства. Поред тога, пре *New York Herald*-а, штампано је неколико листова. У периоду од 1834. до 1835. године постојале су новине *Man*, које су претеча савремених синдикалних радничких

дневника. Основао их је вођа прве радничке партије у Америци, Џорџ Хенри Еванс (George Henry Evans). Наредних година, од 1836. до 1837. године, излази *Ladies' Morning Star*, дневни лист намењен првенствено женској публици, мада након шест месеци оснивач листа Вилијем Њуел (William Newell) избацује реч „даме” из назива. Исте године настаје и лист *The New Era*, кога, након напуштања *New York Sun*-а, оснива Ричард Адамс Лок, креатор серије текстова познатих под називом „Велика месечева обмана“. Пени штампа је у овом периоду, поред Њујорка, настајала у свим водећим америчким градовима, попут Бостона (*Daily Times*), Филадельфије (*Public Ledger*) и Балтимора (*Sun*) (Mott, 1950: 228, 229).

Пени штампа се кроз историју њеног истраживања одређује као покретач револуције целокупног новинарства, и врло често као нужан допринос развоју демократије. Ипак, Нерон (Nerone) у свом есеју *Митологија пени штампе* (*The mythology of the penny press*) предлаже алтернативне карактеризације историје пени преса. Он истражује научне карактеристике пени штампе из тридесетих и четрдесетих година 19. века, на којима се заснива мит о пореклу савремене америчке штампе. Тврдње које у есеју износи заснивају се на томе да историја пени штампе функционише као мит – најпре због тога што се пени штампа сматра демократском, као и због става да демократија без ње не би могла да се развија, а затим и због тога што се она оцењује као директни предак савремених америчких новина. Међутим, Нерон истиче да дефинисање ових веровања као митологије не значи нужно да она нису истинита – многа од њих су истинита, а митом их чини организовање чињеница око херојског наратива, карактеристично за митологију, као и претерано поједностављивање историје (Nerone, 1987).

Он преиспитује три конвенционалне идеје које се приписују пени пресу – најпре промену дистрибуирања штампе и њену већу доступност јавности због ниске цене, затим промену садржаја (од личних ставова ка објективним вестима) због независности од политичких партија, и последње, заслуге за револуцију у новинском пословању због увођења нових технологија – попут телеграфа, нових занимања – попут репортера, и нових извора прихода медија – а то је оглашавање. Мада Нерон (1987) у свом раду проницљиво преиспитује читав скуп карактеристика пени преса, за потребе овог истраживања биће размотрене три главне идеје које су поменуте.

Прва идеја, која се односи на дистрибуцију штампе и њену уличну продају заснива се на тврдњи да је пени штампа померила кључну основу подршке новинама са претплате на уличну продају. Међутим, Нерон сматра да у овој карактеризацији има истине, али и претеривања – није сигурно да ли се готовинско плаћање заправо претворило у уличну продају. Документи о тиражима су веома ретки, а извештаје самих уредника Нерон карактерише као непоуздане, због чега истиче да постојећи чврсти докази ипак указују на то да је систем плаћања путем претплате и даље био доминантан начин продаје свих новина, као и пени преса. Поред тога, продаја појединачник издања постојала је пре пени штампе – лондонски листови су се обично продавали на улицама, а историја њујоршке штампе с почетка 19. века представља рекапитулацију развоја лондонске штампе. Када је дистрибуција новина у питању, Нерон закључује да је пени штампа увела промену, али није у потпуности јасно колико је та промена била значајна. Такође, када је у питању цена новина, то јест веровање да је настанак пени преса означио настанак јефтине штампе, Нерон наглашава да увођење пени штампе представља нагли пад цена дневних новина, али да није сасвим сигурно да њихово увођење означава пад цена новина у целини. „Јефтине” дневне новине настале су 1830-их година, и међу њима биле су познате „новине за пени”. Међутим, оне нису једине, али су доминантне у проучавању јер су оставиле наслеђе за модерне новине. У том периоду постојале су недељне, двонедељне и тронедељне новине, које су биле јефтиније од дневних, управо због фреквенције штампања. Поред тога, успешне пени новине, попут *New York Herald*-а, подигле су цену на два пенија онда када су увиделе да профит неће пасти, а до 1880-их година њихове цене су се увећавале док се нису изједначиле са уобичајеним ценама новинама (Nerone, 1987).

Друга идеја коју Нерон испитује односи се на промену медијског садржаја у смеру веће објективности у текстовима. Доминантан је став по коме је пени штампа створила нови појам – „вести”, али Нерон истиче како у вестима нема ничег посебно демократског у односу на друге врсте новинског садржаја, јер оне не пормовишу нужно друштвене интересе и не омогућавају грађанима да активније учествују у процесима управљања. При томе, презентација вести може бити субјективна, због чега он закључује да сама појава форме вести не доноси нужно и већу објективност.

На крају, када је у питању идеја која се односи на трансформацију извештавања, пени штампа се посматра као зачетник професионалних репортера. Мада је чињеница да су ове новине прве ангажовале новинаре да покривају судске и полицијске извештаје

тачна, каже Нерон, ипак то није значило промену правца у развоју извештавања, јер је већ било уобичајено да елитне новине плаћају политичке дописнике, и сам тренд пословања новина био је усмерен према специјализацији.

У крајњој линији, он се не супротставља мишљењу аутора који карактеристике наведене кроз претходне идеје приписују пени штампама, већ само уочава да се многе од тих карактеристика незаслужено приписују искључиво пени штампи. Детаљном реконструкцијом тих идеја закључује да је пени штампа, мада неоспорно значајна за развој касније модерне штампе, ипак била само део медијског пејзажа, а да су сличне карактеристике (попут ниске цене, уличне продаје, запошљавања репортера) већ биле заступљене у различитим новинама. Због тога, осврћући се на тезу о пени штампи као „револуционарној” у домену митологије, истиче да су чињенице истините, али је тумачење њихове историје поједностављено и, у извесном смислу, идеализовано (Nerone, 1987).

Упркос свему, пени штампа је у многим аспектима, како закључује Спенсер, постала „лабораторија у којој су се одвијали новинарски експерименти” (Spencer, 2007: 25). Бројне иновације које је ова штампа донела, било да су тумачене као прогрес у новинарској професији и новинарству уопште, или посматране као штетне тенденције, неоспорно су одредиле даљи развој новинарства, најпре у Америци, а затим у читавом свету. Храброст и оригиналност уредника првих новина за пени инспирисала је уреднике новина у наредним деценијама, који су своје извештавање умногоме заснивали на одликама пени штампе.

2.1.2. Америчко ново новинарство: жута штампа

Порекло услова у којим је настала жута штампа тешко је утврдити, као што је случај и са свим другим историјским појавама. Сходно томе, Спенсер закључује да се један фактор издваја, а то је интеграција концепта слободе штампе и могућност штампе да опстане на новинском тржишту због новонастале економије. Штампа је постепено еволуирала од слуге политичке структуре до једног од њених најоштријих критичара, а коментар за који би уредници раније губили посао или ишли у затвор, постаје уобичајен, посебно тридесетих година деветнаестог века (Spencer, 2007: 19). У том смислу, одлике новина насталих у том периоду – новина за пени, које су тема претходног поглавља – биле су база на којој се жута штампа заснивала.

Термин „жуто новинарство” први пут се појавио у Сједињеним Државама да би пејоративно окарактерисао садржај који су произвели издавачи Вилијам Рендолф Херст и Џозеф Пулицер касних деведесетих година деветнаестог века (Kaplan, 2008: 5369). Прецизније, термин се први пут појавио крајем 1897. године у мањим њујоршким новинама, скован како би се омаловажила китњастост Херстовог *New York Journal*-а и, донекле, Пулицеровог *New York World*. Сковао га је Ервин Вордман, уредник *New York Press*, у једном од текстова у ком је критиковао Херста, а фраза је делом инспирисана популарним луком из стрипа „Жути дечак” (Yellow Kid) који се појављивао у недељним издањима *World* и *Journal*. Изворни термин био је „жути дечак новинарство” (yellow kid journalism), али је убрзо скраћен, а чак га је и сам *New York Journal* прихватио изјавом у уводнику објављеном маја 1898. године. Термин је у самом настанку био погрдан, а таква асоцијација на жуту штампу опстала је и данас. Чак и на почетку двадесет и првог века, „жуто новинарство” је скраћеница за све врсте прекршаја прикупљања вести – поигравање чињеницама, јурњава за језивим сензацијама, трговање „лажним вестима” (Campbell, 2019: 1, 3). Термин је недвосмислено пејоративан, а Поповић и Поповић (2014) наводе да су у западним културама термин *жуто* или жута боја повезани са смећем и, индиректно, са оним што је јефтино или чак безвредно.

Крајем деветнаестог века америчко новинарство је, пратећи велики индустријски и економски процват, доживело значајан напредак у многим аспектима. Број листова се повећао четири пута, са 600 на 2600, тираж је увећан шест пута, а поред тога, новинарство је доживело организационе, професионало-журналистичке и техничко-технолошке промене. Промене које су у медијима настале створиле су „ново новинарство, а најистакнутији представници тог тзв. америчког новог јурнализма били су Џозеф Пулицер, Вилијам Херст и Едвард Скрипс. Вероватно најзначајнији представник јесте Пулицер, кога амерички историчари сматрају оснивачем новог јурнализма” (Бјелица и Јевтовић, 2006).

Џозеф Пулицер рођен је у Мађарској 1847. године. Са седамнаест година, 1864. године, придружио се војсци, са којом је прешао у Америку да би се на страни Линколна борио у грађанском рату Севера и Југа. Године 1867. постао је амерички држављанин, а у том периоду постао је пријатељ Карла Шурца (Carl Schurz), тадашњег уредника водећег дневника на немачком језику *Westliche Post*. Наредне године је *Post* запошљавао репортере, и том приликом је Пулицер започео своју новинарску каријеру.

Покривао је различите теме, од политике и важних вести до тривија. На кратко време је 1872. био сувласник новина у којима је радио. Након напуштања *Westliche Post*-а, 1874. године купио је лист у Сент Луису, али је и тај посао напустио и током наредних неколико година путовао је у Европу неколико пута. По повратку купује лист *Sent Luis Post-dispach* (1878) и почиње новинарски бизнис, а на велика врата улази када у Њујорку преузима већ пропали дневник *New York World*, тада демократске јутарње новине (Бјелица и Јевтовић, 2006; Emery, 1972). Пулицер је 1883. године купио *New York World*, који је у том тренутку имао 15.000 читалаца. Како пословање листа у том тренутку није било сасвим ефикасно, било је погодно за Пулицера да експериментише са новим техникама како би привукао читаоце. Тако је увео илустрације и фотографије преко целе прве стране; наслове је од наслаганих у једној колони редизајнирао на банере преко целе стране; увео је стрипове и додао стране за жене и спорт. Иновације које је унео у *New York World* брзо су лист учиниле најтиражнијим у земљи – до 1887. године је његова дистрибуција достигла 250.000, чиме је надмашио *Sun*, дотадашњег градског лидера са тиражом од 130.000 (Kaplan, 2008: 5369, 5370).

Пулицер је у Њујорк стигао у доба огромних друштвених промена, када је на десетине хиљада имиграната годишње долазило у град. Из угла издавача новина, то је била до тада непозната прилика за обраћање масовној публици. Сваки имигрант био је потенцијални редовни кушац дневних новина, међутим, читање новина била је навика коју је тек требало стећи и развити. Изазов је био још сложенији ако у обзир узмемо чињеницу да писменост и познавање енглеског језика имиграната нису били ни близу нивоа познавања матерњег језика. Листови попут *World*-а били су свесни ових чињеница, због чега су њихове странице обиловале фотографијама и подебљаним насловима, а речник и структуре реченица били су једноставни. Такође, свесни класне структуре која је имигранте спречила да се еманципују, ослањали су се на приче од безвременског интереса: секс, насиље, злочине, трагедије и фарсе. Најзад, свесни потреба и предрасуда имиграната, залагали су се, макар и привидно, за либералност (Juergens, 2015: 45, 46, 47).

Због свих новина које је увео, Пулицер и његов лист често су били на мети критика. Због једноставности са којом су његови новинари приступали текстовима, и сензационализма којим су текстове уоквиривали, конкуренција је била строга у критиковању. Ефикасност и до тада неостварена брзина у придобијању нових читалаца наводили су супарничке листове да Пулицеру замерају због новина које је увео, са

нагласком на сензационализам. Међутим, Џозеф Пулицер није изумео сензационализам, нити је био одговоран за друштвене и економске промене које су омогућиле да сензационализам процвета осамдесетих и деведесетих година 20. века. Ипак, он је одиграо кључну улогу у историји америчког новинарства тиме што је брзо реаговао на могућности које су се нудиле. Његови експерименти са новим уређивачким техникама који су постигли значајан успех су *World* учиниле једним од првих модерних, масовних дневних листова (Juergens, 2015: 49). *World* је постао најпрофитабилнија новина икада објављивана. Он је утицао на карактер читаве дневне штампе у Сједињеним Државама, а новински издавачи проучавали су *World* и имитирали га све док из њих није израсло *ново новинарство* (Mott, 1950: 436).

Мот анализира разлоге успеха *World*-а кроз шест његових одлика и иновација. Фактори његовог успеха током осамдесетих и раних деведесетих година били су следећи: добро покривање догађаја и вести зачињене сензационализмом, друштвено ангажовање и „акробације”, квалитетни уводници, обим новина, илустрације и промоције. На првом месту, као најважније, Мот истиче политику вести. Вести су представљане што је шареније могуће, а новинари су претраживали град у потрази за инцидентима и догађајима. Овим вестима давани су необични и често сензационални наслови, а на исти начин су се обрађивале и телеграфске и кабловске вести. Међутим, нису само тривијалне вести испуњавале новине – извештавање о озбиљним темама није било занемарено, а овакве теме биле су окосница новина. Друга веома важна карактеристика односи се на друштвене капање и „акробације”. Једна од најпопуларнијих била је прикупљање фонда за изградњу подножја Кипа слободе, а Пулицер је путем свог листа апеловао на људе да прикупе новац. Још једна иновација *World*-а била је прича репортерке Елизабет Коркан (Elizabeth Cochran), која је под псеудонимом Нели Блај (Nellie Bly) истраживала услове у установи за ментално оболеле на Блеквеловом острву. Репортерка је, глумећи ментално оболелу особу, ушла у установу, а затим је у текстовима разоткрила услове у којима су пацијенти лечени. Још једна од прича коју је *World* донео било је путовање око света репортерке Елизабет Коркан. Са циљем да обори рекорд јунака романа Жила Верна, који је свет пропутовао за осамдесет дана, Нели Блај је 14. новембра 1889. године испловила из Њујорка. Лист је тада дневним чланцима пратио њено путовање, али је и покренуо такмичење у којем је требало да грађани покушају да претпоставе колико ће времена репортерки бити потребно да обиђе свет. У такмичењу је учествовало скоро милион читалаца, а њено

време је било 72 дана, 6 сати, 11 минута и 14 секунди. Поред тога, било је много кампања усмерених против компанија потпут *Standard Oil Company* или *New York Central*, затим залагања за права имиграната утицањем на реформу пријема имиграната на Стетен Ајланд, као и акција попут утицања на омогућавање божићне вечере за сиромашне (Mott, 1950: 438). Оваквим поступцима Пулицер је постигао то да маса читалаца *World* доживи као свог пријатеља (Emery, 1972: 318). Трећа одлика односи се на уредничку страну (енг. editorial page). Пулицер је овом делу листа посвећивао много пажње, а кампање које су промовисане на овим странама *World* су учиниле водећим портпаролом либералних идеја у Америци. Мот наглашава да је лист био снажно антимонополски оријентисан, фаворизовао је порезе на приход и наследство, и углавном био на страни синдиката у ситуацијама штрајкова. Четврта одлика, према Моту, јесте обим листа. Он сматра да је ово фактор који се не може занемарити, с обзиром на то да је Пулицер објављивао најпре осам, а касније и до шеснаест страница по цени од два цента. *World* је био лидер у илустрацији новина, што је пета одлика која је значајна за његов успех. Постепено уводећи илустрације, од повремених слика у недељном броју, *World* је касније објављивао читаве дијаграме места злочина, означавајући симболом X место где је тело лежало. Током кампање 1884. године *World* је отпочео са објављивањем политичких карикатура, а до 1890. су карикатуре Волтера Мекдугала (Walter McDougall) имале редовно место у новинама, на насловној страни, а портрети, састанци, уличне сцене или пожари били су уобичајени на осталим страницама. Последња карактеристика, према Моту, била је промоција, па су тако и купони и такмичења имали улогу у постизању успеха (Mott, 1950: 436-439).

Ипак, критике на рачун његовог рада биле су снажне. Његови савременици замерали су му то што је само оживео сензационализам који је обележио прве масовне новине – пени прес, наводећи чињеницу да је сензационализам стар колико и само новинарство. Емери признаје тачност ових тврдњи, али тврди да је Пулицер сам препознао слабост таквог приступа и покушао да ублажи његову употребу (Emery, 1972: 318-319). Ти напори примећују се када се у обзир узме уредничка страна новина, која је обилазала текстовима о проблемима друштва и другим озбиљним темама.

Успон *World*-а и јефтине штампе уопште, отворио је две главне дилеме. Прва је дебата о професионализму, а друга се односила на објективност. Управо због сензационалистичког извештавања, професионалност новинара доведена је у питање (Spencer, 2007: 7, 8). Упркос оштрим критикама са којима се жута штампа суочавала, са

посебним освртом на недостатак професионализма, управо је уредник једног од два најпознатија представника ове штампе, Пулицер, улагао велике напоре да од новинарства начини самоуправну професију. За разлику од других професија, попут лекара и наставника, које су, делећи заједничке вредности, основале самоуправна друштва, у новинарству то није био случај. Иронично, Пулицер је 1892. године начинио први јавни гест да концепт професионализма уведе у новинарство, покушавајући да донира новац њујоршком Универзитету Колумбија за оснивање школе новинарства. Због његовог идентификовања кроз рад његових новина, његове повезаности са жутом штампом и угледом који то прати, администратори школе одбили су донацију. Десет година касније, 1902. године, предложио је председнику Универзитета Колумбија Николасу Мареју Батлеру (Nicholas Murray Butler) финансирање оснивања школе за новинаре и низа награда за новинарска достигнућа – понуду која је овог пута узета у разматрање. Након годину дана, 1903. године, новинарство је постало област изучавања на Колумбији⁶, са мандатом да унапреди и инспирише професију (Spencer, 2007: 13-15).

Када је у питању „жута штампа“, Џозеф Пулицер је, користећи првих година свог рада средства сензационализма како би остварио тираж, „отворио Пандорину кутију” (Emery, 1972: 350). Међутим, иако је Пулицер настојао да постигне баланс између информисања и забаве, уредници других жутих новина приписивали су његов успех само сензационализму, због чега су такав приступ користили обилато у својим новинама. Вилијам Рендолф Херст је посматрао Пулицеров напредак средином осамдесетих година и, више него било који други уредник, примењивао сензационалистичке методе. Херст је рођен 1863. године у Калифорнији, као син власника рудника злата и других сировина. Интересовање за новинарство показао је када је његов отац 1880. купио *San Francisco Examiner*, јутарњи лист који је претворио у средство Демократске партије. Ипак, 1883. одлази на Харвард, са кога бива избачен. Тај одлазак на исток није био узалудан, јер је изучавао сензационалистичке технике Пулицера, а на једном од својих одмора радио је као репортер *World*-а. По повратку у Сан Франциско, постао је уредник *Examiner*-а, након што је његов отац постао сенатор Калифорније. За једног од уредника *Examiner*-а поставио је Сема Чемберлена (Sam Chamberlain), који је раније радио за Бенета и Пулицера, а праћење добрих новинара и

⁶ Колумбија није прва високошколска установа која је нудила образовање из области новинарства, године 1874. Корнел је нудио сертификат из новинарства, а 1893. Универзитет Пенсилваније диплому (Spencer, 2007: 15)

уредника других медија, као и њихово запошљавање у својим листовима, Херст је практиковао и касније у својој каријери (Emery, 1972).



Слика 4: Стрип *Жути дечак* штампан у новинама New York World (Извор: сајт The Diversity Style Guide)⁷

Каријеру у Њујорку је, иронично, започео куповином новина које је 1882. основао брат Џозефа Пулицера, Алберт Пулицер (Albert Pulitzer). Месец дана након куповине новина, 7. новембра 1895. године, објављен је први број *New York Journal*-а. Када је Херст дошао на њујоршки сцену, већ је постојало осам дневних листова. Тираж Пулицеровог *World*-а био је око 250.000, а Бенетовог *Herald*-а нешто мање од 200.000. Поред тога, значајан лист био је и *New York Sun*, који је 1868. године купио Чарлс Андерсон Дејна (Charles Anderson Dana), са тиражом од 100.000. Пулицерово недељно издање новина, под називом *Sunday World*, било је такође развијено – додато је много више страна за забаву, појавио се прилог за женску публику, млађе читаоце и љубитеље спорта. Поред тога, хумористички цртежи и илустрације били су његова значајна

⁷ Доступно на: <https://www.diversitystyleguide.com/glossary/yellow-journalism/> (приступљено: 14. 6. 2025. године)

одлика. Редовну стрип рубрику, која је имала велику читалачку привлачност, *Sunday World* уводи 1889. године. Најуспешнији су били стрипови Ричарда Фелтона Аутколта (Richard Felton Outcault), чија је централна фигура био дечак без зуба у жутој спаваћници – „Жути дечак”. Како су све неведене карактеристике доносиле читаност, амбициозни Херст је имао циљ да Пулицерове новинаре намами да почну да раде код њега. Поред запослених *World*-а, приволео је и новинаре других листова, попут *New York Sun*-а, да пишу за његов *Journal*. Та пракса, као и усвајање снажног сензационализма, били су разлог брзог успона листа. Резултат је био такав да је *Journal* 1896. године, након годину дана Херстовог уреда, постигао дневни тираж од 437.000 (Emery, 1972; Nasaw, 2013).

Како је Пулицеров лист био најчитанији, био је Херстова највећа конкуренција. У борби за читаоцима и тиражем, два медијска могула штампала су преувеличане и фабриковане приче. Ипак, њихово највеће ривалство није се заснивало на текстовима и насловима, већ је пре, сматра Џексон (Jackson, 2005), било засновано на борби око карикатуристe Ричарда Аутколта и његовог стрипа „Жути дечак”. Аутколт је првенствено креирао стрип-епозоде „Жутог дечака”, по главном лику његовог стрипа „Хоганова улица” – за Пулицеров *World*. Како Херст испрва није могао да намами Аутколта да стрип објављује у *Journal*-у, лансирао је сопствену маскоту са називом „Јелер Фелер” (The Yeller Feller). Ипак, Херст је на крају успео у намери да Аутколтову карикатуру објављује *Journal*, а Пулицер је, одбијајући да се одрекне свог заштитног знака, ангажовао другог карикатуристу да имитира Аутколтов рад. На тај начин су у новинарском пејзажу Њујорка постојала два „Жута дечака” (Jackson, 2005: 791). Судећи према овим чињеницама, делује да етикета „жуто новнарство” није била изненађујућа.

У време када су Пулицер и Херст кренули у новински рат, америчко новинарство користило је подједнако текст и слике. До 1870-их, слике више нису креирали гравери који су користили плоче од дрвета, већ су у употреби биле целулоидне траке. У ранијим годинама развија се и фотографија, која такође постаје изражајно средство штампе. Готово сваки технолошки напредак који су амерички проналазачи остварили постао је средство медија за прикупљање и дистрибуцију вести. Међутим, успон жуте штампе се не може ограничити само технолошким развојем, сматра Спенсер (Spencer, 2007) – развој жуте штампе одређује скуп идеја и концепата дубоко укорењених у америчком животу (Spencer, 2007: 3, 4). Пулицеров и Херстов успех у постизању милионских дневних тиража подстакао је друге новине да

подражавају иновације које су они увели, а на тај начин се сензационализам ширио. Поред сензационализма, нове новине су усвојиле и популизам и социјализам како би одговориле интересима нових читалаца из редова радника и имиграната – тако су новине од оних ограничених припадношћу „класи” постале „масовни” медиј. Етаблирана штампа је, суочена са јаком конкуренцијом, као одговор преиспитивала укус новонасталих новина, оспоравала је њихов легитимитет, те ново новинарство окарактерисала као „жуто” (Kaplan, 2008: 5369). Свет штампе овог доба нису окарактерисали само ратови које су водили Херст и Пулицер, већ и подела у пракси између уредника елитне и, са друге стране – жуте штампе, чији приступ новинарству није сматран објективним (Spencer, 2007: 7, 8).

Кроз поделу на позитивне и негативне, Бјелица и Јевтовић анализирају последице новинарског рата између Пулицера и Херста. Позитивна последица је велики допринос Пулицерових и Херстових листова ширењу читалачке публике, нарочито женске, као и чињеница да су штампу почели куповати и појединци који до тада нису читали новине (домаћице, продавачице, кућне помоћнице). Поред тога, нова графичка решења, нарочито илустрације у боји, повећале су изражајне могућности штампе. Са друге стране, негативне последице огледају се у сензационализму и одликама које се данас приписују таблоидној штампи (Бјелица и Јевтовић, 2006).

Упркос негативним карактеристикама које се жутој штампи приписују, и Кембел наглашава да жуто новинарство у његовом најразвијенијем облику крајем деветнаестог века карактеришу и позитивне одлике. Жуту штампу тог периода објашњава кроз шест карактеристика. Најпре, Кембел истиче насловне стране, које су садржале разнородне теме кроз табелу која је укључивала вести из политике, рата, дипломатије, спорта, криминала и друштва. Поред тога, присутна је употреба илустрација, попут скица и фотографија, као и развој експерименталних изгледа новина, попут распореда насловне стране у којој би један чланак и илустрација доминирали. Затим, честа употреба наслова у више колона, тенденција ослањања на анонимне изворе, као и склоност да се скрене пажња на достигнућа новина – показују да жута штампа са краја деветнаестог века није била ненадахнута (Campbell, 2019). Жуто новинарство постигло је готово универзалну читаност новина – 1880. године дневне новине у Њујорку штампале су само четири примерка на сваких десет становника, али до 1900. стопа се удвостручила на осам примерака на десет становника. На врхунцу Шпанско-америчког рата 1898. године, Пулицер и Херст остварили су тираж од 1,2 милиона (Kaplan, 2008: 5370).

2.2. Историја таблоидног новинарства у Србији

Крај 19. века у Србији значајан је период за развој српског новинарства. Као последица развоја културе, према Бјелици (1968), новине нису више биле намењене само малом броју интелектуалаца, већ су настојале да допру и до осталих грађана. Због тога долази до промене усмерења одређених дневних листова, те поред информативних садржаја почињу да објављују и забавне материјале.

Развој првих таблоида у Србији започет је тек након Првог светског рата, а први модерни таблоиди појавили су се током тридесетих година 20. века. Њихово настајање било је постепено и заостајало у односу на оснивање штампе у земљи. Након рађања првих штампаних новина у Србији, појавом Димитрија Давидовића са *Новинама србским*, прошло је више од пола века до настанка првог облика таблоида (Barović, 2012: 112).

2.2.1. *Мале новине* Пера Тодоровића – зачетак булеварске штампе у Србији

Дух и искуство модерне европске штампе у београдску штампу унео је Пера Тодоровић, „прво озбиљно новинарско име у Србији” (Klasić, Bešlin i Jeffs, 2017: 12). То је учинио листом *Мале новине*, који је излазио крајем 19. и почетком 20. века. Пера Тодоровић рођен је 2. маја 1852. године, у Водицама у близини Смедеревске Паланке. Након завршене ниже гимназије у Крагујевцу, Тодоровић је 1868. уписао гимназију у Београду. Мада је био добар ученик, због плаховите нарави је избачен из школе. Школовање је наставио у трговачкој школи у Пешти, након чега је уписао студије педагогије у Цириху (Радовић, 2024: 260). Прве новинарске радове Пера Тодоровић објавио је 1872. године у листу за шалу и сатиру *Враголан*, као ученик Прве београдске гимназије. Његов први текст изашао је у Додатку бр. 9/1872: у питању је било писмо тадашњем директору гимназије, Ђорђу Малетићу, са којим је Тодоровић имао сукоб (Булатовић, 1999: 325, 326).

Мале новине Тодоровић је купио почетком 1889. године; у његовом власништву и под његовим уредништвом излазиле су до 29. маја 1903. године (Рошуљ, 1999: 386). Њихова појава под уредништвом Тодоровића била је незапажена код публике, али је

лист за неколико месеци постаo један од најчитанијих, „јединствен управо по начину на који су унутрашњо-политичка збивања посматрана” (Јовановић, 1999: 337). Новине су покривале различите теме и успевале да достигну тираж од 30 000 примерака, који није могао ни приближно достићи ниједан тадашњи лист. За разлику од тадашњих новина које су у обимним и уопштеним уводницима писале о актуелним страначким идејама и политичким дешавањима, у *Малим новинама* штампани су краћи текстови, попут вести из државе и света, затим обавештења о времену, огласи, лутријски извештаји. Прве су штампале фељтоне и књижевне текстове, као и прилоге из науке (Група аутора, 1992: 332).



Слика 5: Насловна страна *Малих новина* штампаних 22. јуна 1888. године (Извор: сајт Претражива дигитална библиотека)⁸

Од осталих новина разликовале су се и саопштим изгледом: на насловној страни су уместо дугих уводника објављивале огласе, обавештавале читаоце о времену изласка

⁸ Доступно на: <https://pretraziva.rs/pregled/male-novine> (приступљено: 14.6.2025. године)

и заласка сунца, а повремено су публиковале и фељтоне. Најновије вести штампане су у рубрикама *Београдске новости* и *Телеграми*, што је и био главни фокус *Малих новина* у односу на вести из области политике. Политика јесте била део садржаја новина, али брзо информисање и кратке вести биле су главна њихова одлика. У контексту теме овог рада, посебно је интересантно нагласити да су ове новине имале сталне рубрике са сензационалистичким садржајем – „Смесице”, „Шала и забава”, „Шарена писма” и „Полицијски гласник” (Bjelica, 1968: 62).

Према Рошуљу, у уређивачки правац *Малих новина* „нераскидиво је уткан и његов (Тодоровићев прим. прев.) лични однос према тренутној власти у земљи” (Рошуљ, 1999: 339). Три године пре куповине *Малих новина*, Пера Тодоровић био је један од истакнутих чланова Радикалне странке. Са њеним вођама разишао се 1886. године, због сумњи да се потпуно приклонио краљу Милану. С друге стране, са краљем, који је почетком 1889. године абдицирао у корист Александра Обреновића, растао се у хладним односима. Доласком новог краља, Народној радикалној странци поверен је састав нове владе, коју је Тодоровић у *Малим новинама* убрзо након формирања предвидео као „тесногрудну, застраћену, ускогрудну партијску владу” (Рошиљ, 1999: 339). Поред критика власти, у свом листу објављује текстове у којима износи оптужбе на рачун бившег краља, укључујући његов раскошан начин живота и породичне проблеме.

Уређивачку политику *Малих новина* Јовановић описује као „срећан спој начела професионалног политичког новинарства, уз знатну примесу елемената булеварске штампе” (Јовановић, 1999: 342). Поред садржаја, сличност *Малих новина* са тадашњим изузетно популарним новинама у свету, посебно у Европи, била је чињеница да су то прве српске новине које су на улицама продавали колпортери, што је једна од основних иновација које су неколико деценија уназад увели издавачи пени преса у Сједињеним Америчким Државама. Пера Тодоровић први је у Србији продавао своје новине „на број”⁹, а *Мале новине* су прве које су редовно продаване на улици (Бјелица и Јевтовић, 2006). До тога је дошло због чињенице да су се тадашње новине продавале искључиво

⁹ У том периоду уобичајен начин дистрибуирања новина подразумевао је годишње претплате. Како Србија тада није имала пошту, претплата се вршила преко нахијских судова (нпр. *Новине србске*), који су новине добијали од штампарије и касније слали претплатницима. Поред тога, значајно је напоменути да су многе новине које су настале у првој половини 19. века имале потешкоћа са одржањем тиража и бројем претплатника, па је у том смислу одлука Пера Тодоровића да новине продаје „на број” и на улици у одређеном смислу била одговор и решење проблема. Више видети у: Bjelica, M. (1968). *200 godina jugoslovenske štampe – pregled istorije novinarstva*. Jugoslovenski institut za novinarstvo i Književno izdavačka zadruga Sloboda, Beograd

путем претплате, а читаоци који су се на новине претплаћивали на период од три, шест или дванаест месеци, нису редовно измиривали своја дуговања према издавачу. Из тог разлога, многи листови су се суочавали са финансијским тешкоћама и престајали са излажењем. Тодоровић је препознао тај проблем и активно радио на његовом решавању, због чега је, између осталог, сматран иноватором у српској издавачкој делатности. У тренутку када је преузео *Мале новине*, многи претплатници одбијали су да плате своје дугове. Као одговор на ову ситуацију, покренуо је кампању под називом „Доле са вересијом!”. Следећи корак у решавању овог проблема начинио је 1. јула 1889. године, када су у Србији први пут продате новине „на комад”. Овај датум има посебан значај у историји српског издаваштва, јер је продаја новина на број довела до увођења колпортаже и отварања првих продавница новина у Београду, које су у почетку биле смештене у дуваницима (Јовановић, 1999: 388; Рошуљ, 1999: 401, 402).

Новине с краја 19. века у Србији одликовале су се опширним и устаљеним стилом изражавања, од којег се Тодоровић први дистанцирао у *Малим новинама*. Ову разлику Јовановић сажето описује: „За објашњење нечега што је Тодоровић сводио на пар реченица, осталима су биле потребне читаве стране” (Јовановић, 1999: 342). Оваквим приступом, Тодоровић је учинио новинарски израз непосреднијим и разумљивијим, приближивши га обичном грађанину. Кратким и јасним излагањем информација, за разлику од сложеног и опширног стила који је доминирао тадашњом штампом, успео је да привуче ширу публику и учини новине приступачнијим слојевима друштва који су раније били мање укључени у јавни дискурс.

Као уредник, Тодоровић се прилагођавао укусима малограђанске публике и писао је романе у наставцима „приземне” садржине. Због тога је у историји српског новинарства окарактерисан као зачетник булеварске журналистике и сензационалистичке штампе у Србији (Група аутора, 1992). У овом контексту значајно је напоменути да су уз новине сваког месеца објављивани или подлистак *Забавник Малих новина* или свеске са сензационалним романима у наставцима. Тодоровић је са поносом истицао да су *Мале новине* „једини српски лист који је својим читаоцима давао поклоне” (Рошуљ, 1999: 401). Поред рубрика у којима је сензационалистички садржај био доминантан, елементи сензационализма били су присутни и у оним рубрикама које су тематски обрађивале озбиљне друштвене и политичке теме,¹⁰ чиме је Тодоровић

¹⁰ У броју 265, објављеном 5. септембра 1889. године, у причи у наставцима о проституцији као друштвеном порблему, Тодоровић укључује „начелника вароши Београда Глишу Ђорђевића, називајући

успешно комбинирао забавни и озбиљан садржај, али увек уз нагласак на сензационализму, као основни принцип прилагођавања публици.

Изузетно је значајан допринос Пере Тодоровића развоју савремене дневне информативне штампе, и сматра се једним од највећих српских новинара и организатора новинарске службе. У својим текстовима користио је архаични и народни језик српских сељака, често користећи погрдне и колоквијалне изразе који су били блиски већини читалаца. Због тога и због подилажења потребама тадашње публике, аутори Тодоровића упоређују са Пулицером, истичући сличност у новинарском раду (Бјелица, Јевтовић, 2006). По угледу на француску штампу, пре *Малих новина* уређивао је листове *Рад*, *Самоуправа* и *Старо ослобођење*, чији је био покретач или један од покретача, а у којима је стекао новинарско искуство (Aleksić, Vidić, 2014: 103).

Рад Пере Тодоровића представља један од најзапаженијих доприноса у историји српског новинарства. Пишући у тону специфичне комике и луцидно избегавајући традиционалне форме, уводи иновације када је реч о новинарским жанровима. Тодоровићев приступ новинарству, који се одликовао смелошћу и одлучношћу да раскине са традиционалним формама и уведе елементе сензационализма, успоставља нове журналистичке стандарде. Поред тога, специфичност његовог рада је неговање посебног жанра који Бјелица и Јевтовић (2006) одређују као „коментар писан литерарним стилем”. Иновација *Малих новина* била је и могућност да белешке и чланке објави сваки појединац који је спреман да за то плати. Ова промена указује на став који је Тодоровић имао према новинарству – посматрао га је као трговину која за циљ има остваривање профита, што се често наводи као значајна одлика таблоида.¹¹

У деценији у којој су *Мале новине* почеле излазити, број новина у Србији био је у порасту. Због тога су београдски новинари, водећи се примером европских држава, а са циљем заштите новинарских интереса и подизања угледа новинарства, 1881. године основали прво новинарско друштво у земљи. У контексту утицаја на развој савременог новинарства, значајно је нагласити и то да је Тодоровић најпре био члан прве редовне

га „лиферантом београдских проститутских домова”. Видети више у: Јовановић, В. (1999). Тодоровићеве *Мале новине* (допринос развоју савременог новинарства у Србији XIX века). У: *Пера Тодоровић: зборник радова*. Институт за књижевност и уметност, Београд, 337-349.

¹¹ Пера Тодоровић био је заговорник идеје да новинари, попут лекара и адвоката, имају право да наплаћују своје услуге, због чега је први уредник и новинар који штампу доживљава као бизнис. Више видети у: Бјелица, М., Јевтовић, З. *Историја новинарства*. Београд: Мегатренд.

управе првог удружења новинара – Новинарског друштва Србије, а касније и председник Друштва, други по реду.

Делује да су аутори сагласни када је уређивање *Малих новина* и новинарство Пере Тодоровића у питању – то су прве модерне новине (Група аутора, 1992; Aleksić, Vidić, 2014). Када је садржај новина у питању, Алексић и Видић (2014) детаљно анализирају рубрику, *Домаће вести* која је присутна од самог њиховог настанка и од тада редовно објављивана. Аутори су уочили разноврсност садржаја и тема у овој рубрици, као и мешавину врло озбиљних и меких вести, при чему су вести и извештаји често били „умотани” у „мале приче”. Поред тога, приметили су да је белетристички стил писања чинио да се догађаји о којима се извештава чине ближим и пријемчивијим, као и то да је језик близак читаоцима којима се обраћа. Оно што аутори приликом анализе новина бележе јесте да су прожете „наговештајима сензационализма” (Aleksić, Vidić, 2014: 103).

И мада се *Мале новине* у литератури често појављују као информативне, очигледна је њихова подударност са претечама таблоида у Америци – пени пресом, описаним у претходном поглављу. То се најпре односи на околности у којима новине настају, а које подразумевају извесну еманципацију свих друштвених слојева, затим и изглед новина и њихов садржај. Због тога се може рећи да су *Мале новине*, у извесном смислу, биле једне од првих, ако не и прве новине са таблоидним одликама у Србији.

2.2.2. „Цицварићевско новинарство”: печат Крсте Цицварића у српском новинарству

У историји таблоидног новинарства у Србији незаобилазно је име Крсте Цицварића. Када је реч о његовом новинарском раду, нема сумње да су новине које је уређивао биле таблоидне. Мада се настанак таблоида у свакодневним расправама често везује за крај осамдесетих година 20. века и увођење вишепартијског система, њихова историја почиње доста раније (Barović, 2012: 111). За већину првих таблоида, који се појављују у Србији непосредно након Првог светског рата, везује се име Крсте Цицварића (Valić Nedeljković, 2009: 17). Он је „звезда булеварске штампе” у Србији – наводно га је Винстон Черчил сматрао једним од најбољих новинара Европе (Група аутора ДВСН, 1992: 349).

Цицварићево име оставило је велики траг у српском новинарству, а постало је и синоним за одређени стил новинарства. Синтагме *цицварићевско новинарство* или *наши/модерни/нови цицварићи* које означавају лош, јефтин, агресивни и сензационалистички новинарски приступ. Такво извештавање не информише грађане, већ шири дезинформације и изругује и вређа неистомишљенике. Оно промовише некултуру, па чак и говор мржње (Бешлин, Жарковић, 2023: 57).

Цицварићеве новине су, према Баровићу, следиле логику класичних таблоида. Текстови су обилovali стереотипима, неретко и сексизмом. Предмет извештавања често су биле различите криминалне афере, са сензационалистички описаним убиствима (Barović, 2012: 115). Цицварићев рад оставио је снажан утицај на тадашње српско новинарство, као и на његов даљи развој. Његову иновативност илуструје и то што је међу првима увео памфлет и постао чувен по директним нападима на личности које су биле предмет његовог извештавања.

Цицварић је рођен 14. септембра 1875. године у селу Николајевићи на Златибору, и већ као ученик основне школе објавио је први текст у локалним ужицким новинама. Његова храброст и плаховити карактер долазили су до изражаја у ужичкој гимназији, где је улазио у сукобе са професорима, укључујући отворени сукоб са вероучитељем и професором Настасом Петровићем због политичких и атеистичких ставова. Због жустрог испољавања политичких ставова Цицварић је избачен из ужицке гимназије, а школовање наставља у Београду, где касније студира филозофију. Студије је похађао и у Београду и у Бечу (Група аутора, 1992: 349), међутим, није их завршио. О формалном образовању Крсте Цицварића, Баровић (2021) бележи да упркос интелекту није успео да оствари веће успехе иако је, према речима савременика, био интелигентан човек. Од ране младости је испољавао склоност да се препире, одбацује друштвене норме и правила, а касније је у животу испољавао честе политичке и идеолошке преоријентације, што је утицало на критичко интерпретирање његовог новинарског рада од стране његових савременика, али и будућих генерација.

Цицварић је био оснивач, директор и уредник неколико београдских листова. Године 1905. уређивао је анархистички лист *Хлеба и слободе*, али како су издата само три броја након оснивања, Цицварић као платформу за дељење идеја 1907. оснива нови лист анархистичке оријентације, под називом *Радничке борбе* (Група аутора, 1992: 349). Како у том периоду анархистички ставови нису били заступљени, од ових новина имао

је само губитке, а због ставова које је износио у текстовима у листу *Радничке борбе* изриче му се затворска казна. Ипак, након годину дана бива помилован. Будући да његове новине нису доносиле приходе, Цицварић је приходе остваривао у листовима који су плаћали текстове. Из тог разлога је наредних година, тачније, у периоду од 1911. до 1913, био ангажован у неколико листова. Сарађивао је са новинама *Правда*, *Ново време*, *Мали журнал*, *Звоно*, *Трибун*, *Дневни лист*, *Ново време* и *Стража* (Barović, 2012: 113; Група аутора 1992: 349).

Живот и рад Крсте Цицварића истраживао је Баровић (2012), који бележи да је Цицварић након рата писао као уводничар и главни полемичар за *Београдски дневник*, лист чији је власник најпре био Душан Паранос, а главни и одговорни уредник Мехмед Жунџић. Новине су, са прекидима, излазиле од 1912. до 1926. године. Међутим, од 7. августа 1922. као власник и директор листа потписује се Цицварић, да би септембра исте године новине назив промениле у *Београдски дневник Крсте Цицварића*. У овом листу, према Баровићу, Цицварић је писао са много жара, док сензационализам, бескрупулозност и личне увреде долазе до изражаја (Barović, 2012: 115).

Бешлин и Жарковић (2023: 60) запажају да *Београдски дневник* у раним фазама свог излажења није испољавао изразите таблоидне карактеристике. Међутим, временом су се сензационалистички елементи све више истицали, те су упадљиви наслови и садржаји постали један од кључних фактора који су овај лист издвајали у односу на остале новине тог периода. Од самог почетка, у новинама су били присутни оштри критички осврти на рад владе, институција и појединих политичких актера.¹² Ови садржаји су најчешће били обликовани као коментари објављени на насловној страни, које је потписивао Крста Цицварић. У њима се, како наводе Бешлин и Жарковић (2023: 61), приземним речником „сензационалистички указује на склоност ка корупцији”, а често су садржали и подсећања на наводне компромитујуће епизоде из прошлости и приватног живота критикованих личности. Аутори закључују да је утицај *Београдског дневника* био ограничен на територију Београда, имајући у виду његов релативно мали тираж и ограничен број сарадника. Осим тога, издавачку историју овог листа карактерисали су и чести прекиди у излажењу (Бешлин, Живковић, 2023: 62).

¹² Бешлин и Жарковић истичу нападе на Николу Пашића („најкорумптивнијег човека за кога зна историја Србије”), затим Стјепана Радића („србождера”) и Стојана Протића („најбезобразнијег српског реакционара”). Више видети у: Бешлин, М., & Жарковић, П. (2023). Крста Цицварић и београдска „жута штампа” у Краљевини Југославији. *Годишњак за друштвену историју*, 30(3), 55-71.

Након тога, од 1927. године Крста Цицварић уређивао је дневне новине *Балкан* чији је директор постао 1929. Уређивачки приступ Цицварића у *Балкану* остао је доследан оном који је примењивао у *Београдском дневнику*, посебно у погледу израженог сензационализма, ширења гласина и личних напада на неистомишљенике. Ипак, у односу на *Београдски дневник*, у *Балкану* „јефтино сензационалистичко новинарство достиже врхунац, истичући се вербалном агресивношћу, екстремизмом и шокантном вулгарношћу” (Бешлин, Живковић, 2023: 63). Провладина оријентација и десничарско-шовинистички дискурс представљали су кључне одлике уређивачке политике листа током целокупног периода његовог излажења, док је антисемитизам постао доминантан са јачањем нацистичке Немачке. Ову тенденцију додатно поткрепљује чињеница да се Краљевина Југославија у спољнополитичком контексту све више ослањала на Италију и Немачку (Бешлин, Живковић, 2023: 67).

У том смислу, *Балкан* је био један од првих српских листова који је имао карактеристике савременог таблоида. Поред сензационалистичког приступа, одликовали су га провладини ставови и агресивна реторика. Аутори наглашавају изузетну сличност између *Балкана* и данашњих таблоида у погледу начина деловања и политичке позиције, истичући „модел потпуне неодговорности за јавно изговорену реч” (Klasić, Bešlin i Jeffs, 2017: 13).

У овом поглављу представљене су неке од првих новина у Србији које су поседовале таблоидне одлике и њихову улогу у развоју српског новинарства. Ове новине значајне су најпре због тога што су увеле нови приступ извештавању у смислу жанровске и стилске разноврсности садржаја. Такође, запажен је и њихов утицај на еманципацију грађана и популаризацију конзумирања информација. Садржаји првих српских таблоида допринели су еманципацији друштвених слојева, ширењу информација и учествовању у јавним дебатама, док је развој новина таблоидног формата омогућио стварање нових начина изражавања и комуникације. Овај развој отворио је пут за даље обликовање новинарске праксе, а све наведено значајно је утицало на развој српског новинарства у целини.

2.3. Друштвена улога таблоидног новинарства

Друштвена улога медија у целини, а нарочито таблоидних, испитивана је и критикована од самог њиховог настанка. Доминантно тумачење таблоидизма углавном са собом носи негативну симболику у погледу његовог утицаја на друштво и деловања на професионалне стандарде журнализма. У том смислу, статус таблоидног новинарства као „*правог* новинарства (је) упитан, па се може маргинализовати, а затим и дисквалификовати” (Langer, 2006: 8). Таблоидно новинарство често служи као симбол урушавања новинарских постулата. Ипак, чињеница је да је таблоидни садржај популаран и да медији који се могу сматрати примерима квалитетног новинарства усвајају његове одлике. Управо прихватање таблоидног концепта од стране озбиљних медија узрокује таблоидизацију, а она се посматра као процес чији је утицај на свеукупно новинарство очигледан. Стога ће у овом поглављу бити испитана два кључна проблема која се везују за таблоидно новинарство: најпре друштвена улога таблоида и њихов утицај на демократске процесе друштва, а затим и утицај таблоидног новинарства на саму професију, понашање новинара и начин извештавања.

Иако у академским и професионалним тумачењима таблоидно новинарство углавном са собом носи пејоративну контоацију, у литератури се њему приписују и афирмативне улоге у друштву, али и повољан утицај на развој целокупног новинарства. Једна од најупечатљивијих критика таблоидног садржаја његов утицај своди на „заглупљивање” (*dumbing down*) (Trampota, 2010: 17). Поред садржаја који таблоидни медији објављују, критика обухвата и начин на који су садржаји обликовани. Како би привукли пажњу читалаца, таблоиди често наглашавају сензационалистичке елементе приче или личности, што подразумева драматизацију догађаја, дистрибуирање непроверених информација, као и наглашавање приватних живота јавних личности.

„Новинарство се одувек бавило публиком колико и садржајем” (Conboy & Steel, 2013: 87), а таблоидизација, продукт таблоидног новинарства, посматра се као неповољна појава у новинарству. У покушају за придобијањем читалачке публике, озбиљни, професионални медији мењају уређивачку политику штампе. Куран и Ситон (Curran & Seaton) објашњавају на који је начин таблоидизација утицала на деполитизацију јавности. Пишући о штампи 20. века, истичу да је континуирани раст трошкова самих медија довео до промене у њиховим уређивачким политикама. Разлози томе били су различити – број страница се континуирано повећавао, потребе за

запосленима су расле, а запослени су морали бити више плаћени. Поред тога, у 20. веку штампа достиже милионске тираже, и због свега тога притисак на медије да одрже такву дистрибуцију био је све већи. Како су истраживања тржишта показала доследност у ономе што људи читају, истичу Куран и Ситон, медији су почели објављивати све више таквог садржаја – приче о појединачним људским искуствима, забавне текстове и спортске и „женске” теме.¹³ Међутим, извештавање о јавним пословима није се показало као успешно у привлачењу публике, па су у 20. веку у многим листовима „јавни послови заузимали мање простора од спорта” (Cunhan & Seaton 2003: 91, 92). У том смислу, Јохансон сматра да се, фокусирањем медија на славне личности и скандале, пажња публике може скренути са потенцијално значајних друштвених питања. И онда када таблоидни медији пишу о темама од јавног значаја, а нагласак је на другим областима, такве вести се „доживљавају као штетне за дискурс вести” (Johansson, 2007: 38, 39).

Пословање таблоида и њихова тржишна оријентација смештају таблоидно новинарство у негативни контекст. С обзиром на то да се у оваквом поступању вести третирају као производи, представљене на начин који је лак за конзумирање, Френклин (Franklin) сматра да овај тип новинарства више не пружа форум за информативну дебату о битним јавним питањима. Због тога закључује да, када се истраживачко новинарство замени садржајем који има више елемента забаве и *infotainment*-а, то може имати негативне последице за демократију, и криза новинарства постаје криза саме демократије (Franklin, 1997). С обзиром на то да је одговорност медија да буду извор информисања грађана на начин који се уклапа у шире демократске вредности, према наведеном гледишту, таблоиди се могу посматрати као директна претња демократији. Уколико су вести о питањима кључним за друштвени живот и политичке одлуке појединаца у другом плану, грађани су усмерени на мање значајне теме уместо на кључне изазове, те могу запоставити важна друштвена и политичка питања. На тај начин се грађанима одузима способност да активно учествују у демократији. Последица таблоидизације са сличним исходом, коју је у контексту овог поглавља значајно напоменути, јесте омекшавање вести. Како би садржај био прилагођенији

¹³ Пишући о популарности таблоида у односу на „квалитетне” новине у Великој Британији у првој деценији двадесетог и првог века, Бојкоф (Boykoff) закључује да су таблоиди чак десет пута читанији у односу на квалитетну штампу. Поред тога, додаје да се таблоидна штампа „дели”, што значи да више појединаца чита или прелиста исти број новина у јавном превозу или на радном месту. На тај начин је број читалаца таблоида већи у односу на прецизно мерени тираж (Boykoff, 2008: 551)

публици (eng. audience-friendly) медији сажимају сложена политичка питања и проблеме, а такве „сензационалистичке тенденције медија мало помажу у разјашњавању или решавању сложених друштвених и економских питања” (Currah, 2009: 136).

Иако су према преовлађујећем углу гледања таблоиди потенцијална опасност за демократију, која омета процес информисања и доношења одлука, у савременој литератури присутан је и други, супротан угао посматрања таблоида – онај по коме они могу позитивно утицати на друштво. Резултате који имплицирају да таблоидизација може користити демократији, а не само да је потенцијално урушавају, нуди Сковсгард (Skovsgaard, 2014). Испитујући разлоге новинара за примену две одлике таблоидизације – сензационализам и персонализацију, аутор закључује да се употреби персонализације у извештавању прибегава са намером да политички догађаји читаоцима постану доступни и мање апстрактни, што се препознаје као „демократска функција” (Skovsgaard, 2014: 214). До сличних налаза долазе и Грејб и њени сарадници, који наводе да персонализовани формати прича могу испунити главни циљ новинарства – „унапређење грађанског ангажмана у друштвеним питањима” (Grabe, Kleemans, Bas, Myrick, Kim, 2017: 907). Резултате ових истраживања потврђују и тврдње неколико аутора који се бавили утицајем таблоида на демократију (Barnett, 1998; Temple, 2006; Nguyen, 2012; Baum, 2022).

Темпл (Temple) преиспитује теорије које тврде да омекшавање вести „заглупљује” грађане, истичући да је управо „омекшано” извештавање суштина политичког ангажовања појединаца. Поред тога, овакве форме ангажују и публику код које реакција на конвенционалне облике извештавања изостаје. Због тога је важно да медији препознају значај укључивања емотивних елемената како би сви делови друштва имали могућност за ангажовање, с обзиром на то да искључива рационализација у текстовима не доводи до стицања политичког знања код већине грађана (Temple, 2006: 257). Дакле, омекшавање вести показује се као помоћ у одржавању пажње јавности тамо где је она дефицитарна, чак и онда када је вест сведена на само неколико редова. Таква вест у одређеним ситуацијама може бити сврсисходнија у односу на исцрпно извештавање на коме присталице елитистичког новинарства инсистирају. У том погледу су меке вести начин на који медији могу да „наставе да добро служе демократији” (Nguyen, 2014: 808). Ову тврдњу Барнет (Barnett) поткрепљује примером слања политичке поруке масовној публици. Мада се пример

односи на политичку комуникацију, он илуструје на који се начин поруке упућене једном друштву могу најефикасније усвојити. Упоређивањем предизборне поруке америчког кандидата Била Клинтона из 1992. године да „економија капања” није функционална и поруке британског канцелара из 1996. о „теорији ендемог раста”, претпоставља да је већина Американаца разумела поруку њима упућену, док се не може исто тврдити за већину Британаца. Пренесено на таблоиде, језик и дужина текстова могу допринети лакшем разумевању догађаја појединцима којима недостају вештине потребне да их разумеју, као и онима који нису подложни читању сложених чланака, због чега Барнет чврсто стаје у одбрану таблоида, наводећи да „таблоидно новинарство има дугу и часну историју ‘оживљавања’ тешких концепата и прича” (Barnett, 1998: 77). Демократском дискурсу таблоиди, који су већински усмерени на забаву и спорт, доприносе и тиме што селективним политичким извештавањем заправо изложе информацијама о политичким питањима читаоце који нису превише заинтересовани за политику. Према Баумовом истраживању, када су вести о спољнополитичким кризама и сличним питањима представљене као меке вести, оне привлаче пажњу грађана који су „политички неукључени” (Baum, 2022: 92).

Позитивне карактеристике таблоидног новинарства истичу и Орнебринг (Örnebring) и Јонсон (Jönsson), тврдећи да је таблоидно новинарство у различитим историјским дешавањима допринело јавном интересу и више од „угледног” новинарства. Њихов кључни аргумент у оваквом позиционирању таблоида заснива се на алтернативној јавној сфери коју таблоиди креирају. С обзиром на то да, у односу на мејнстрим медије, свој медијски простор посвећују другачијим темама, употребљавају друге жанрове и представљају појединце који углавном нису предмет мејнстрим медија, аутори сматрају да таблоиди доводе до критиковања и преиспитивања економског, политичког, културног и друштвеног *statusa quo*. Због тога таблоидни медији поседују одређену „врсту еманципаторског потенцијала” (Örnebring & Jönsson, 2004: 284).

Да таблоиди подстичу демократизацију тврди и Васерман (Wasserman), а то илуструје примером развоја демократије у Јужноафричкој Републици. Разматрајући период након апартејда, он долази до закључка да су таблоидни медији трајно променили медијски пејзаж у овој земљи. Њихова појава у првој деценији након окончања апартејда повезује се са процесом демократизације државе, мада аутор са опрезом наглашава да је ова веза потенцијално временска. Упркос чињеници да је у том

периоду у многим деловима света интересовање за штампане медије било у опадању, таблоиди су успели да привуку црну читалачку публику радничке класе у Јужноафричкој Републици (Wasserman, 2010: 80). Сличан пример односи се на државу Мексико. Халин сматра да су приступачније и јасније вести (стилске промене) у мексичким таблоидима – вести које се директно обраћају читаоцима, деловале као позитивне снаге за друштвене реформе и демократско учешће (Hallin 2000, prema Bird, 2008).

Када је реч о утицају таблоидног новинарства на стандарде професије, сумња да ће тај утицај бити негативан настаје тридесетих година 20. века, са појавом пени преса у Сједињеним Америчким Државама (Бјелица, Јевтовић, 2006). Узрок критиковања сензационализма и, уопште, приступа извештавању са којим је пени штампа кренула од самог свог настанка Шудсон (Schudson) види у друштвеном и класном сукобу. Појава „новина за пени” омогућила је да се глас малих трговаца и занатлија чује, што може објаснити снажно супротстављање новим листовима (Schudson, 1978: 23). Са друге стране, Орнебринг (Örnebring) и Јонсон (Jönsson) истичу да су те критике подстакнуте тадашњом друштвеном климом, тачније, друштвеним, економским и политичким контекстом. Настанак таблоида означавао је и настанак конкуренције моћницима медијске индустрије, због чега су се представници културне и политичке елите са ривалима обрачунавали критиком (Örnebring & Jönsson, 2004: 292).

На мети критика био је таблоидни садржај који се односио на сензационалистичко покривање тема из области криминала и полицијских извештаја. Преношење суђења за убиство је тадашња „озбиљна” штампа оценила као неморално, а сама чињеница да се извештава о убиству била је енергично осуђена (Schudson, 1981: 23). Како су сличне теме у савременом новинарству свакидашњица, таблоидно новинарство утицало је на промену концепта и тема вести. Поред тога, појавом таблоида долази до стварања нових жанрова. Усмеравањем медијске пажње на свакодневни живот обичног човека настаје нова форма – прича о појединачним личним искуствима. Такође, жанр који се развио захваљујући таблоидима је интервју: ова форма се развила од „изразито таблоидног формата до ослонца модерног новинарства” (Örnebring & Jönsson, 2004).

На основу свега наведеног, може се закључити да поменути аутори који истражују одлике таблоидног новинарства и позиционирају га у различите контексте

имају изразито супротстављена мишљења. Тај поларитет Јохансон (Johansson, 2007: 43) посматра као упрошћавање веома сложене теме, наглашавајући да је такво тумачење основна слабост изучавања таблоидног новинарства, а нијансиранији приступ и синтеза ових гледишта донели би разјашњење. Због тога се намеће закључак да је „улогу таблоида немогуће тумачити ван друштвеног, културног и политичког контекста у коме постоје” (Вулић, Трајковић, 2023: 81¹⁴).

Најистакнутије критике упућене таблоидима укључују њихову тржишну оријентисаност, упрошћавање формата и акценат на емоционалном презентације вести. Од свих ових аспеката, тржишна оријентисаност је заједничка осуда коју деле сви аутори који таблоидно новинарство стављају у негативни контекст. Ако се основна сврха новинарства, која се односи на обавештавање јавности, замени комерцијалним интересима, резултат може бити смањење квалитета извештавања и опадање професионалних стандарда. Овакав став таблоидизацију изједначава са кризом новинарства, а кризу новинарства са кризом демократије. Из овог става следи закључак да таблоидно новинарство има негативан утицај на целокупно друштво. Иако је ова тврдња неоспорна, немогуће је говорити о таблоидима без разматрања позитивних ефеката које су они имали у различитим историјским контекстима. Најзначајнији од њих односи се на стварање алтернативне јавне сфере. Таблоиди су покренули нове дебате, извештавали о различитим темама и пружили другачији приступ актуелним догађајима, чиме су изазвали преиспитивање политичког и друштвеног статуса кво. Поред тога, значајан допринос таблоидног новинарства је у стварању новог читалаштва и новинарских жанрова.

„Садашња и будућа медијска публика навикнута је на брзе и кратке садржаје на којима се већина друштвених мрежа заснива. Такви садржаји се могу поистоветити са упрошћавањем друштвено релевантних тема или „заглупљивањем” медијског садржаја што је одлика таблоидизације. Сличну врсту извештавања у извесној мери усвајају и квалитетни, озбиљни медији, због чега можемо претпоставити да ће слични садржаји бити све доминантнији и заступљенији” (Вулић, Трајковић, 2023: 95¹⁵).

¹⁴ Vulić, T., Trajković, J. (2023). Istorijaska perspektiva tabloidnog novinarstva: društvena uloga tabloida. *CM Komunikacija i mediji*, 18(1), 81-99. doi: 10.5937/cm18-44024 - Чланак је проистекао из припремног истраживања за докторску дисертацију.

¹⁵ Vulić, T., Trajković, J. (2023). Istorijaska perspektiva tabloidnog novinarstva: društvena uloga tabloida. *CM Komunikacija i mediji*, 18(1), 81-99. doi: 10.5937/cm18-44024 - Чланак је проистекао из припремног истраживања за докторску дисертацију.

Развој технологије, умрежавање друштва и настанак онлајн медија условио је промене у пажњи публике, па се савремена медијска публика разликује од оне која је конзумирала искључиво традиционалне медије. Све већи број информација које корисници медија директно бирају „кликом” условљава промене у новинарском приступу извештавању. Затим, како се корени таблоидизације недвосмислено налазе у таблоидним медијима, сама таблоидизација и сви њени негативни аспекти приписују се таблоидима. Међутим, како све већи број медија ради опстанка и придобијања публике усваја таблоидне карактеристике, сама популарност таблоидног новинарства одражава се на његов утицај на новинарство уопште – „оно што се дешава у популарној таблоидној штампи има импликације на шире новинарско окружење” (Conboy & Steel, 2013: 87). У том смислу, био негативан или позитиван, утицај таблоидног новинарства и одговор професије на тај утицај одређују правац у коме ће се медији у будућности развијати.

2.3.1. Улога локалног новинарства

Новине *Одјек Шумадије* штампане су на територији града Крагујевца у периоду од пет година, чиме су оствариле значајан допринос развоју локалног новинарства у Србији. Сходно томе, предмет овог поглавља је анализирање концепта локалног новинарства, његове улоге у медијском систему државе, као и његовог утицаја на локалном нивоу. Посебна пажња биће посвећена утицају овог медија на локално становништво и функционисање локалних самоуправа.

Улога локалног новинарства у основи је усклађена са општим функцијама новинарства. Пре свега, његова примарна сврха јесте да пружи грађанима релевантне и благовремене информације о локалним питањима. Поред тога, локално новинарство обавља и надзорну функцију („пса чувара”), доприносећи транспарентности и одговорности унутар заједнице. Једна од његових значајних улога јесте и заступање јавног интереса, што се огледа у иницирању и вођењу проактивних кампања усмерених на теме од суштинског значаја за локално становништво (Larsen & Naper, 2022: 1473, 1474).

Многи аутори постојање и функционисање локалних медија препознају као неопходност у одржању демократског поретка (Barnett, Townend, 2015; Karlsson, Rowe, 2019; Damanhoury, Coppini, Johnson, Rodriguez, 2024), јер демократија не може

функционисати без надзора који новинари врше над властима, било националним, регионалним или локалним. У градовима у којима локално новинарство није развијено или присутно занемарена су значајна питања о свакодневном животу грађана. Било да се ради о локалним болницама, школама, превозу или предузећима и судовима, „локалне елите и доносиоци одлука се не испитују” (Barnett, Townend, 2015: 5). Дакле, уколико грађани не добијају информације неопходне за доношење одлука, и локалне власти не одговарају грађанима, долази до урушавања транспарентности и јавне контроле, што може довести до слабљења демократских процеса и смањења учешћа грађана у доношењу одлука. Међутим, Нилсен (Nielsen, 2015) истиче да се локално новинарство посматра и као површно, оно које служи владајућој елити и оглашивачима, због чега се истовремено може посматрати као претња демократији. Ипак, он закључује да се реалност локалног новинарства вероватно налази у комбинацији ових гледишта (Nielsen, 2015: 2).

Поред поменуте улоге локалног новинарства у одржавању демократије у одређеном месту, локални медији се сматрају кључним у кохезији заједнице јер доприносе осећају друштвене припадности (Larsen & Naper, 2022: 1472). То значи да локални медији играју важну улогу у одржавању повезаности међу појединцима у локалној заједници тако што их обавештавају о свим догађајима који обликују њихов свакодневни живот. Локални медији одражавају локални идентитет и вредности, пружају платформу за решавање заједничких проблема и тај начин повезују становнике. Ово је нарочито значајно у мањим срединама, где људи често зависе од локалних медија као главних извора информација. У том контексту, лист *Одјек Шумадије* је, са великом вероватноћом, имао значајну улогу у формирању јавног мњења у Крагујевцу.

Када је у питању улога локалних медија, Крстић истиче њихов значај „у информисању локалних заједница, развоју медијског плурализма и обликовању ставова грађана о значајним друштвено-политичким питањима” (Krstić, 2002: 205). Локални медији су „форум за изражавање мишљења и специфичних проблема локалне заједнице који немају довољно простора на агенди националних и регионалних медија” (Milojević, Ugrinić, 2012: 104). У том смислу, локално новинарство може покренути расправе које могу утицати на уређење локалне заједнице и решавање најразличитијих локалних изазова и проблема. Оваква улога локалних медија доприноси јачању јавне сфере на локалном нивоу, омогућавајући грађанима да активно учествују у друштвеним

и политичким процесима. Истовремено, они могу служити као механизам притиска на локалне власти, подстичући транспарентност и одговорност у доношењу одлука. Дакле, локално новинарство има задатак да служи интересима локалне заједнице – ови медији треба да заузму перспективу свог града и фокусирају се на оно што је у најбољем интересу грађана тих општина (Larsen & Naper, 2022: 1483).

Такође, локални медији могу утицати на активност локалне самоуправе у погледу решавања различитих социјалних изазова попут сиромаштва и неразвијене инфраструктуре (Krstić, 2002: 205). Када је реч о *Одјеку Шумадије*, овај лист је редовно указивао на проблеме сиромаштва кроз честе апеле за помоћ угроженима, иницирао акције попут оснивања библиотеке у Крагујевцу, борио се против ширења коцкања, и критиковао рад појединих лекара, настојећи да утиче на побољшање услова живота у локалној заједници. Дакле, у текстовима *Одјека Шумадије* уочени су различити механизми покушаја мобилисања локалне заједнице, било кроз директне позиве на акцију, било кроз критичко извештавање које је вршило притисак на надлежне институције.

2.4. Таблоидизација и сензационализам

2.4.1. Дефинисање таблоидизације

Квалитет вести и новинарска пракса предмет су шире расправе о положају савременог новинарства, актуелне већ деценијама, ако не и вековима. У том контексту се као један од основних узрочника негативних појава често наводи процес таблоидизације, због чега Роу (Rowe) наводи да у области студија новинарства постоји само неколико речи које ће привући више негативних значења од речи „таблоид” и „таблоидизација” (Rowe, 2009: 350). Упркос томе, одређење тог процеса у литератури и пракси није у потпуности јасно.

Термин „таблоидизација” настао је осамдесетих година двадесетог века (Bird, 2009: 40), али сам процес који се односи на усвајање карактеристика таблоидног новинарства и забринутост професије да ће тај процес довести до пада новинарских стандарда, почео је доста раније. Иако су се „прави таблоиди” појавили у Британији током прве деценије двадесетог века, а у САД 1920-их (Bird, 2009: 40), брига да ће омекшавање вести и промена предмета медијског извештавања довести до урушавања постулата новинарске професије појављује се још тридесетих година 19. века – у

периоду настанка пени штампе – и траје до данас. Разлози томе наведени су и преиспитани у претходном поглављу, а поглавље које предстоји биће посвећено покушају дефинисања таблоидизације, њених одлика и утицаја на нетаблоидну, квалитетну штампу кроз историју.

Пишући о таблоидизацији, Берд у наслову једног поглавља истиче да таблоидизацији „очајнички тражимо дефиницију” (Bird, 2009: 40). Таква формулација илуструје напоре теоретичара и истраживача медија да прецизно уоквири овај проблематичан процес. Приликом приближавања дефинисању важно је најпре напоменути да се таблоидизација може схватити као процес на микро и макро нивоу. Гледано на микронивоу, сматра Есер, она подразумева медијски феномен који укључује преиспитивање медијских формата који су вођени комерцијалним захтевима и захтевима читалаца. Са друге стране, на макронивоу она се посматра као друштвени феномен који „симболизује велике промене у конституцији друштва (знакови су, на пример, придавање мање важности образовању, а више политичком маркетингу, што доводи до повећања политичког отуђења) ” (Esser, 1999: 293). И Роу нуди два тумачења таблоидизације, тачније, два главна домена. Први домен био би овај већ поменути, који се односи на медије и њихову поделу на таблоиде и „озбиљне”, са одликама које им се приписују. Други домен, међутим, има доста шири опсег. У овом домену се таблоидизација посматра као „општи социокултурни процес који се протеже изван медијске сфере, да би типизирао читава друштва, са оним што се види као укрупњавање и тривијализација свих медија и друштава која они представљају” (Rowe, 2009: 352). За потребе ове дисертације, фокус ће углавном бити на првом нивоу или домену, оном који се директно односи на медије и промене настале у њима.

Таблоидизација је уоквирена као широки културни покрет „највидљивији у одређеним медијским облицима, што је омогућено растућом комерцијализацијом модерног живота и одговарајућим опадањем традиционалних вредности” (Turner, 1999: 60) и обично се посматра као супротност традиционалним новинарским стандардима (Bird, 2008). Она „жртвује информације ради забаве, тачност ради сензације” и користи тактику репрезентације која заробљава и искоришћава своје субјекте (Turner, 1999: 60). Таблоидизација подразумева промене када су у питању обрађиване теме, пружајући више забавних тема, а мање информација. Поред тога, мења се и презентација прича, па има мање дужих пруча у односу на кратке приче праћене информацијама. И најзад,

другачији је и начин обраћања – таблоидизација носи „више уличног говора при обраћању читаоцима” (Esser, 1999: 293).

Са циљем дефинисања таблоидизације, Конбој и Стил (Conboy & Steel) издвајају три њена тренда. Први тренд је „буквална трансформација листова у таблоидни формат”, то јест материјална промена штампаних листова у мање, таблоидне формате. Други тренд односи се на таблоидни стил и вредности које усваја елитна штампа, а које се тичу раста визуелних елемената на уштрб текста. И као последњи, трећи тренд издвајају ширење таблоидног обраћања публици од стране медија (Conboy & Steel, 2013: 87). Дакле, таблоидизација доноси промене које се односе на формат листа, стил извештавања и обраћање публици. Формат се односи на физичку величину новина јер се таблоидни листови штампају на половини димензије стандардног формата новина (5-6 стубаца, 597 x 375 mm) (Todorović, 2006: 28). Многе новине које су оличење квалитетног јурнализма су последњих деценија свој формат промениле у таблоидни, мада уредници ове штампе често користе еуфемизам „компакт формат” како би избегли негативну конотацију која се везује за реч „таблоид” (Brin & Drolet, 2008: 395). Оправдање оваквог поступка може бити и поскупљење новинског папира, али промене су свакако условљене и популарношћу таблоидног формата, због чега се овакви поступци могу сматрати последицом таблоидизације. Затим, када је у питању стил извештавања, карактеристике таблоидног стила су нагласак на сензационализму, емоцијама и приватном животу славних, али и обичних људи (Skovsgaard, 2014: 202). Последњи тренд се односи на обраћање публици, а како је језик и стил таблоида прилагођен сваком грађанину, текстови су писани живописно и читљиво (Бјелица, Јевтовић, 2010), јасно је да се квалитетни медији прилагођавају овом тренду.

У средишту дебате о таблоидизацији је тензија између перцепције „таблоидног стила као представљања легитимних жеља и гласа народа, или као представљања вулгаризације јавности” (Bird, 2009: 1). Оправдавање сензационалистичког садржаја који се заснива на скандалима познатих личности и гласинама ослања се на концепцију да медији публици пружају оно што публика жели да види и чује. Међутим, поред забавне функције новинарства, потребно је да уредници доносе одлуке о томе које су теме грађанима значајне како би били способни да доносе одлуке – потребно је да новинарство врши своју улогу у подстицању демократских вредности. Због тога је скован назив „броколи новинарство” (eng. broccoli journalism) (Kleinstaub, 2011: 9).

који симболички указује на то да је неопходно да грађани конзумирају и садржаје који можда нису увек примамљиви, али су делотворни.

Ипак, многе промене и притисци који су актуелни у медијима могу бити последица таблоидизације, али не морају бити повезани са њом. Роу објашњава да су многе медијске иновације заправо могли диктирати захтеви публике и технолошке промене, а не нужно таблоидизација, па се више визуелног материјала може оправдати дигитализацијом фотографија и новом инфраструктуром за штампање. Дакле, те промене се могу окарактерисати или „као таблоидизација или као неопходно адаптирање презентације медија прилагођавањем уоченим потребама и захтевима нове публике, која је мање везана за традиционалне обрасце употребе медија” (Rowe, 2009: 359). Према овом гледишту, таблоиди и таблоидизација нису директно одговорни за промене које се у медијима дешавају. Технолошки напредак донео је промене у готово свим областима људског живота и очигледно је да су оне присутне и у медијима. Поставља се питање да ли су за одређене новине у медијима одговорни таблоиди или су оне једноставна последица промене окружења у којем савремени читаоци живе. Због промена саме публике, која је неупоредиво информисанија од некадашње, не може се од медија очекивати да функционишу на начин на који су функционисали у прошлом веку. Савременом читаоцу информације су доступне у готово неограниченом броју, због чега штампани медији морају информације паковати у складу са његовим сензибилитетом.

Затим, честа критика таблоида јесте акценат на визуелним елементима. Како телевизија обилује визуелним приказима, све већи број фотографија у новинама може се посматрати као покушај да опстану на тржишту. Пажња савременог читаоца није стабилна, а број медија непрестано расте, због чега су медији приморани да користе средства која су доступна. У крајњем случају, медији који не успеју да привуку пажњу и допру до свог читаоца, не могу вршити ни своју функцију у смеру развоја демократских вредности. Уколико медиј не привлачи публику, или још једноставније – уколико нико не чита његов садржај – он не може остварити никакав утицај, а сигурно не може подстаћи политичко или друштвено ангажовање. Дакле, уз опрез се може закључити да визуелно представљање само по себи не мора бити негативна појава, а покушај привлачења пажње читалаца одлика је медија од самог њиховог настанка. Без обзира на уређивачку политику и пословање, новинарство без публике не може постојати. Ипак, у овом контексту је изузетно значајно нагласити да одређене критике

таблоидизације које задиру у етичка питања професије, попут нарушавања приватности и многих других, не могу бити оправдане потребом медија да допре до публике и оствари одређени утицај.

Будући да у различитим друштвима има различита значења, таблоидизација је проблематичан термин за дефинисање и „може се анализирати само у односу на одговарајуће медијске културе и новинарске традиције” (Esser, 1999: 318)

2.4.2. Дефинисање сензационализма

С обзиром на то да је приликом дефинисања процеса таблоидизације сензационализам готово незаобилазан, у овом поглављу биће испитане његове карактеристике. Сензационализам се дефинише као теоријски концепт који обухвата све карактеристике новинарских производа које су у стању да привуку пажњу публике (Vettehen, 2015). Овај концепт углавном се везује за тржишно оријентисане медије, а настаје као последица притиска којем су изложени медији – да задрже пажњу публике у све конкурентнијем медијском пејзажу. Таблоидни медији често су на мети критика због обилне употребе сензационализма, а штампани таблоиди вероватно носе највећи терет те критике. Прве новине које су таквим извештавањем оствариле пут ка масовнијој публици биле су „новине за пени” (Penny press), настале у првој половини деветнаестог века. Сагледавајући проблем сензационализма тог доба, Емери и Емери узрок његовом настанку налазе у одликама друштва и навикама појединаца који су тадашње друштво чинили (Emery & Emery, 1984: 95), а делује да се та тврдња може пренети и на савремено доба. Упркос снажном неодобравању сензационалистичког начина извештавања, медијски простор обилује оваквим садржајима и они привлаче публику. Иако разлози томе нису сасвим јасни, делује да је сензационализам повезан са људском еволуцијом, и да је интересовање за информације о девијантности људима урођено (Shoemaker, 1996: 42). Дејвис и Меклауд сматрају да се сензационалне вести допадају појединцима јер у њима „покрећу еволутивну тенденцију да обраћају пажњу на информације које би могле да повећају репродуктивну способност”, због чега закључују да је основа привлачности таквих вести за људе универзална, а да појава сензационалистичких новина само представља технолошку промену у начину преноса информација (Davis & McLeod, 2003: 215).

Као и „таблоидизација”, и термин „сензационализам” није јасно дефинисан, али се често може заменити терминима као што су „скандал” и „драма” (Skovsgaard, 2014: 202). Садржај сензационалистичких прича за циљ има да изазове интересовање и емоције код читалаца. Углавном су засноване на необичним, „шокантним” догађајима, а чак и када догађаји о којима се извештава нису интригантни, они буду на тај начин представљени. Сензационализам је наглашавање емоције ради ње саме (Emery & Emery, 1984: 95). У том смислу, сензационалистичке вести нису „праве” вести, а током година су коришћена различита поређења која би указала на разлику између њих. Сензационалистичке вести, за разлику од „правих”, нуде забаву уместо информација, инфотејмент уместо едукације, приче о појединачним људским искуствима насупрот јавним пословима, мишљење наспрам чињеница, меке вести уместо тврдих (Grabe et al, 2001: 637).

Сензационализам, према Валић Недељковић и Пралици, представља медијско преувеличавање догађаја или давање много већег медијског простора одређеном догађају него што је његов објективни информативни значај. Ове садржаје у штампи прате наслови са великим словима преко насловне стране и велике фотографије, док је у електронским медијима одлика учесталост емитовања вести о догађају, а на порталима кликбејт наслови и непримерени коментари на одређене информације (Valić Nedeljković & Pralica, 2007: 258).

Ветехен разликује три категорије сензационалистичких карактеристика, а то су узбудљив садржај, таблоидно паковање и живописно приповедање. Прва категорија, узбудљив садржај, укључује сваки садржај који упућује на основне људске потребе, а то су приче о сексу, насиљу, криминалу, катастрофама или глади. Таблоидно паковање садржаја – друга категорија, односи се на формалне карактеристике, као што су велики, упечатљиви наслови у штампи. И последња карактеристика, живописно приповедање, односи се на укључивање информација које су или конкретне или блиске публици (Vettehen, 2015). Сличне три категорије сензационализма нуде и Арбауи и његови сарадници. Према њиховом истраживању, прва категорија је тема, а у сензационалистичке теме сврставају насиље и секс. Друга категорија је перспектива приповедања која се односи на конкретне приче или емотивна сведочења, за разлику од апстрактних информација (ова карактеристика позната је и као персонализација). И последња, трећа категорија, подразумева карактеристике које се тичу форме (с обзиром на то да истражују телевизијски сензационализам, говоре о употреби музике и

специфичних техника камере, које утичу на људски сензорни систем и изазивају емоције) (Arbaoui, De Swert & Van der Brug, 2020: 302, 303). Иако су ове карактеристике у наведеним истраживањима поређане другачијим редоследом и другачије именоване, односе се на исто: садржај или тему, форму садржаја и начин приповедања. На основу тога закључујемо да, у зависности од тога какве су природе три наведене карактеристике, можемо одредити да ли је и у којој мери вест сензационалистичка.

2.4.3. Инфотејмент, инфомершал, меке и тврде вести

Као неодвојиви од таблоидизације и сензационализма, јављају се трендови инфотејмента и инфомершала, хибридних жанрова информације, забаве и рекламе. Због тога ће ово поглавље бити посвећено њиховом дефинисању, настанку и ефектима. Поред тога, како се процес таблоидизације често дефинише и „омекшавањем” вести, а сензационализам њиховом неумереном употребом, у овом поглављу ће бити и дефинисане меке и тврде вести, са посебним акцентом на меким вестима. У том смислу, термини „тврдо” и „меко” користе се за описивање читавог низа карактеристика заступљених у појединачним медијским текстовима.

Приликом дефинисања инфотејмента, као што је већ наговештено, неизбежно је повезивање са таблоидизацијом. Сам неологизам инфотејмент настаје касних осамдесетих година двадесетог века (Thussu, 2009: 7), а дефинише се као кровни термин који покрива „фузију забаве и новинарства унутар различитих медијских жанрова” (Boukes, 2019: 1). Брисање граница између информација и забаве у новинарству предмет је академске дебате у смислу последица које друштво сноси, с обзиром на то да се од вести традиционално очекује да буду информативне (Jebril, Albaek & De Vreese, 2013: 119) .

Као језички спој информације и забаве, инфотејмент се схвата двојачко: као процес у коме вести постају забавније и процес извештавања у којем се забава укључује у политичке теме (Boukes, 2019: 1). Овакав приступ извештавању ствара забринутост када је политичка комуникација у питању, с обзиром на то да грађани на основу медијских порука одлучују о учешћу у политичким процесима. Уколико су медијске поруке о политичким темама прожете забавом, политичка комуникација се омекшава, што може да „релативизује, генерализује и успава друштвену критику” (Vićentijević, 2012: 38) и негативно утиче на демократске процесе. Како се границе између

квалитетног и таблоидног извештавања о политици замагљују, ефекат инфотејмента се често испитује. Као последица пораста забавног програма у односу на професионално и објективно извештавање, настаје сложени хибридни програм „са потенцијално широким спектром импликација на јавно информисање, политичку комуникацију и демократски дискурс” (Baum, 2008: 2276). Према Брантсу (Brants), импликације које инфотејмент доноси огледају се у одређеном степену деполитизације вести, која се манифестује маргинализацијом политичких вести, као и популистичкој слици политике, која се огледа у фокусирању на људске приче, персонализацију и сензационализам у представљању политичког процеса и политичара (Brants, 1998: 321).

Инфотејмент је информативни програм који је форматиран по принципима који важе за забавни и комерцијални програм. Најчешће је присутан на комерцијалним телевизијама, тврде Валић Недељковић и Пралица, али се појављује и у таблоидима као модел писања (Valić Nedeljković & Pralica, 2007: 82). Пораст инфотејмента се огледа у популарности таблоидних вести, а узроке његовог пораста аутори виде у променама које се одвијају у друштву и медијима, од којих се издвајају промене у политичким системима и развоју комерцијалних телевизија. Модернизација политичких система условљава медије да остваре приступ свим актерима. „Овај нови приступ имао је за циљ да задовољи потребе и очекивања просечног грађанина кроз инфотејмент – са фокусом на приче о људским интересима и емоције” (Jebril, Albaek & De Vreese, 2013: 112). Узрок успона инфотејмента огледа се и у развоју комерцијалних телевизија осамдесетих година двадесетог века. Како је медијска конкуренција расла, са циљем да придобију гледаоце, новинске куће своје садржаје почињу прилагођавати потребама тржишта, полазећи од претпоставке да читаоци желе да се забаве (Boukes, 2019: 1).

Букс (Boukes, 2019) истиче да се инфотејмент не може посматрати као посебан жанр вести, већ као кровни термин који покрива и обухвата пет жанрова:

1. меке вести – (које ће у даљем тексту бити прецизније дефинисане) јесу вести које природно привлаче пажњу публике и код читалаца изазивају узбуђење и емоције;
2. *opinionated news* (или партијски облик новинарства) – Букс тумачи као инфотејмент жанр, а то су вести у којима су информације испреплетане са ставом или мишљењем новинара. Ове вести тумаче се као комерцијални

производ због тога што користе симболички језик, исмевају противнике и поларизују теме, одступајући тиме од објективног извештавања;

3. политичка сатира – посматра се као жанр инфотејмента због тога што сатиричари кроз хумор покривају и критички преиспитују политичке теме;
4. ток-шоу емисије – припадају инфотејменту због тога што водитељи ових емисија неретко разговарају са политичким кандидатима у неформалној атмосфери, а такви су *Шоу Елен Деџенерес* (The Ellen DeGeneres Show) и *Опра Винфри шоу* (The Oprah Winfrey Show);
5. политичка фикција – то су програми који спајају политичку стварност са фикцијом, попут телевизијских серија *Западно крило* (The West Wing) и *Борген* (Borgen). Иако је овај жанр несумњиво фиктиван, ипак је повезан са политичким системом и политичким актерима, због чега се одређује као инфотејмент (Boukes, 2019).

Све наведене жанрове одликује комбиновање информисања и забаве, мада у различитом степену заступљености ове две функције. Упркос томе што се инфотејмент углавном критикује због већ напоменутих могућих неповољних утицаја на друштво и демократију, ови жанрови могу имати и другачије ефекте. Најистакнутији пример је политичка сатира која анализира и критички преиспитује политички систем или одлуке политичких актера, док шаљивим тоном заобилази ограничења са којима се суочавају други новинари. На тај начин успева да емитује поруке које су различите од доминантних порука политичке елите. У том смислу, политичка сатира као жанр у оквиру инфотејмента диференцира се у односу на преовлађујуће академске ставове, по којима инфотејмент угрожава формирање политичких ставова појединаца. На сличан начин се посматра и политичка фикција, која, иако заснована на сценарију, ипак има одлике стварности и на примеру неких политичких ситуација утиче на формирање ставова гледалаца. У том смислу, забавне ток-шоу емисије које се тумаче као форма меких вести могу помоћи гласачку „компетентност” грађана нехајних према политици, показује истраживање Баума и Џејмисон (Baum & Jamison). Аутори напомињу да се на основу тих резултата никако не може закључити да меке вести могу гласача неупућеног у политику трансформисати у политички софицистираног и доследног гласача, иако резултати истраживања показују да су ови први, као гледаоци ток-шоу емисија, повећали склоност да доследно гласају (Baum & Jamison, 2006: 958).

Попут инфотејмента, на омекшавање граница информације као објективне чињенице утиче и „инфомершал”. Термин „инфомершал” означава мешавину информација и рекламе, и може се посматрати као покушај имплицитног убеђивања публике путем информисања о производу (Jalilifar, Saidian, & Nazari, 2021: 568). Настаје педесетих година 20. века (Elliott & Lockard, 1996: 45), а као хибридни жанр постаје популаран тридесетих година (Jalilifar, Saidian, & Nazari, 2021: 570) и везује се за комерцијални телевизијски програм.

Инфомершал као комуникацијска форма јесте сугестивна порука у којој је информативни садржај распоређен на начин који прикрива комерцијални императив (Hore & Johnson, 1998). Карактерише је дуга форма – инфомершал жанрови дужи су од уобичајених реклама због чега се разлика између програма и рекламе замагљује. Самим тим, не може се посматрати као искључиво комерцијални садржај (Jalilifar, Saidian, & Nazari, 2021: 570). На примеру употребе слика, Лестер (Lester, 2008: 2182) објашњава како инфомершал доводи читаоце у заблуду. До тога долази када оглашивачи опонашају новинаре, било да у питању штампано или телевизијско новинарство, како би своје текстове представили као информацију и читаоце навели да дођу до ирелевантних или лажних закључака и конотација.

Прикривање комерцијалних намера и „замагљивање разлике између комерцијалног и некомерцијалног садржаја” (Parsons & Rotfeld, 1990: 63) је основа критике инфомершала. Када медијско окружење дозволи хиперкомерцијални говор, концепти „информације” и „убеђивања” се сједињују и пропаганда постаје норма (Johnson, 2017: 72, 73), што отвара различита етичка питања. У медијском окружењу је због тога неопходно јасно рашчланити ове концепте, како би грађани приликом доношења одлука били недвосмислено обавештени о свим областима друштвеног живота.

Дебата о квалитету новинарства, повезана са таблоидизацијом и инфотејментом, обухвата и дихотомију меких и тврдих вести, која је последњих деценија употребљавана приликом истраживања развоја новинарског извештавања. Порекло термина „тврде” и „меке” вести није научно, а претпоставља се да су их најпре користили новинари у САД како би категорисали различите врсте вести, након чега су термини из новинарског доспели у академски дискурс (Reinemann et al, 2012: 223).

У академској литератури не постоји консензус о значењу ових термина – они нису прецизно дефинисани (Boczkowski, 2009), али се чини да приликом одређења меких и тврдих вести теоретичари интуитивно на уму имају одређену вест (Patterson, 2001, Reinemann et al, 2012). У покушају да разграниче ова два концепта, Рајнеман и његови сарадници у прегледном раду детаљно и свеобухватно испитују природу меких и тврдих вести. Они долазе до закључка да се приликом дефинисања и разликовања меких и тврдих вести у академској литератури, појединачно или у комбинацији, користи пет димензија. У питању су теме или догађаји о којима се извештава, начин производње вести, фокус вести, стил презентовања вести и рецепција вести од стране публике (Reinemann et al, 2012: 225). У зависности од од ових димензија, вест се посматра као тврда или мека.

Затим, дистинкција тврдих и меких вести најчешће се изводи њиховим поређењем. Тврде вести се обично односе на теме из унутрашње политике, спољних послова и економије (Peiser, 2008: 3733), попут извештавања о хитним догађајима који укључују лидере, великим проблемима или значајним поремећајима у рутини свакодневног живота, као што су земљотреси или катастрофе авио-компанија (Smith, 1985 према Van, 2008: 4736). Тврде вести публици износе чињенице о томе шта се догађа, али реципијенту остављају одлуку о томе како да информације прихвати, док меке вести уместо тога теже да публику забаве или посаветују (попут вести у којој је читаоцу објашњено на шта треба да обрати пажњу када купује нови рачунар) (Van, 2008: 4736). Патерсон (Patterson) дефиницију меких вести изводи из дефиниције тврдих, указујући на њихову супротност. Због тога индиректно истиче да су све оне информације које нису важне за способност грађана да разумеју и реагују на свет јавних послова, по дефиницији, меке вести. Према Патерсону, меке вести су сензационалније, више усредсређене на личност, практичније и више засноване на инцидентима – оне су личније, дакле мање институционалне и ближе читаоцу (Patterson, 2001: 3). То су вести које су или лично корисне или само забавне, попут оних о криминалу, музици, спорту, па чак и кућним љубимцима (Zaller, 2003: 109), фокусиране на људске приче и неполитичке теме (Scott & Gobetz, 1992: 406).

Табела 1: Карактеристике меких и тврдих вести

Карактеристике	Меке вести	Тврде вести
Дефиниција	Вести које се односе на забаву, стил живота, или оне личне приче, често са мало директног утицаја на друштво.	Вести које се односе на важне и актуелне догађаје са директним утицајем на друштво и политику.
Примери	Приче о познатим личностима, трендовима у моди, или забавним догађајима.	Извештаји о политичким одлукама, економским променама, или природним катастрофама.
Циљна публика	Широка јавност заинтересована за забаву и <i>lifestyle</i> садржаје.	Читаоци који траже прецизне информације о важним и актуелним темама.
Приступ и стил	Често користе емоционални или сензационалистички приступ, са нагласком на забаву.	Објективан и фактографски приступ, са фокусом на тачност и релевантност информација.
Улога у таблоидном новинарству	Често преузимају већу улогу у таблоидима, због веће привлачности и потенцијала за сензацију.	Присутне су, али често мање заступљене.

У контексту класификовања тврдих и меких вести, Леман-Вилзиг и Селецки (Lehman-Wilzig & Seletzky) указују на неопходност дефинисања нове, такозване „средње категорије” вести, које називају општим вестима (general news). Опште вести су оне вести које није нужно одмах објавити – одређени економски, друштвени и културни догађаји, али и важни демографски подаци, академски извештаји и научна открића и изуми, као и информације корисне за читаоцаг (попут утицаја промене пореског закона на појединце). Поред тога, то су вести које су релевантне за одређену друштвену групу, али не за друштво уопште. Даље, будући да наведене три категорије више нису најбољи начин за описивање и мерење типова вести које се производе у савременом добу, аутори предлажу поткатеорије: врло меке вести (егозотичне и лако сварљиве, оне вести које уопште не морају бити објављене), меке вести (вести без велике важности, ексклузиве), опште вести, јаке опште вести, слабе тешке вести, тешке вести и јаке тешке вести. Последњих пет категорија одређује се на основу критеријума одређених у истраживању, а који указују на степен значаја вести за друштво у целини – што је вест утицајнија и значајнија, то је њена категорија већа. Примери вести крећу се од теме о повећању прихода велике компаније, које би било у домену општих вести, до избијања вируса који прети међународном епидемијом, што је тема јаких тешких вести. (Lehman-Wilzig & Seletzky, 2010: 47, 51, 52).

Меке вести спречавају медије да грађанима пружи јасно разумевање њиховог учешћа у јавним пословима, истиче Патерсон. Меке вести искривљују перцепцију јавности, а извештавање које обилује оваквим вестима узрокује опадање интересовања за јавне послове (Patterson, 2001: 15). Као што је више пута поменуто, информације које од стране медија долазе до грађана веома су значајне за њих јер утичу на одлуке које ће доносити, или, како Залер (Zaller) истиче – вест је важна по доприносу самоуправљању појединаца. У том смислу, квалитет вести зависи од тога колико оне заправо пружају информација неопходних за обављање улоге грађана. Уколико појединци не добијају објективне информације, независне од политике и владе, демократија може бити угрожена. Због тога се питање квалитета вести огледа у томе „да ли вести пружају довољно богат и занимљив однос политичких информација да би демократија функционисала” (Zaller, 2003: 110, 111). Уколико овакву концепцију посматрамо као тачну, може се закључити да меке вести, уколико у себи садрже довољно „квалитетних” информација, могу бити подједнако учинковите у подстицању развоја демократије као и тврде вести. Са друге стране, вести које по карактеристикама и форми одговарају тврдим вестима, али садржај није довољно „квалитетан”, не поспешују нужно демократију.

2.5. Жанровске и стилске карактеристике таблоидног новинарства

Некада се таблоидизација дефинисала много уже и односила само на промене у новинским и електронским форматима, али данас овај термин обухвата и промене у садржају вести. Поред формата и садржаја, карактеристике стила су доста важне приликом одређења феномена (Albæk et al, 2014: 122). Настанак пени преса, првих новина са одликама савремених таблоида, 1830-их година у Сједињеним Америчким Државама, почиње промена у новинарству и приступу извештавању. Једна од најзначајнијих карактеристика које су ове новине увеле је редифиниција вести тако да одговарају „укусима, интересима и читалачким способностима” читалаца који раније нису читали новине, а који припадају мање образованој категорији становништва. Дотадашње вести су извештавале о значајним друштвеним, комерцијалним и политичким догађајима, а са појавом таблоида појављују се и значајан простор заузимају извештаји о злочинима, причама о греху и катастрофама – вести које су људи на улици сматрали узбудљивим и забавним (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989: 53).

Фокус на емоционалном и необичном универзална је карактеристика таблоида, некадашњих и савремених, због чега се медијски садржаји који одговарају таквом опису означавају као таблоидни. У овом поглављу биће испитано који се жанрови најчешће повезују са таблоидизацијом и какве су њихове одлике. Иако се због разноликости новинарске праксе не могу изоловати таблоидни жанрови (с обзиром на то да су предмет извештавања и стил писања неодвојиви од одређења таблоида), нити се могу одредити прецизне дефиниције новинарских жанрова који се приписују таблоидима, циљ је у овом делу дисертације покушати објединити различите жанрове и облике новинарства како би се омогућио непосреднији увид у жанровске и стилске карактеристике таблоидног новинарства.

Стил се обично дефинише као „начин употребе језика” (Jaakkola, 2018), а како наводи Броесма (Broersma, 1880: 11), стил и форма чине да људи поверују да су догађаји о којима се извештава стварни. Новинарство представља много више од чињеница које прикупља и о којима извештава – оно је дискурс кога најпре карактерише његова перформативна природа чији је циљ наметање представе о свету. У том смислу, оно што новинарство јесте – институционализовано препричавање догађаја – веома је посебан начин да се тим догађајима припише смисао. Кључне компоненте у стварању кредибилитета и поверења су, према Матеусу, форма и стил (Mateus, 2018: 63, 72). Начин употребе језика и обликовање текстова кључне су одлике медија, али и база на којој се заснива њихов друштвени кредибилитет. То значи да су, поред садржаја, стил и форма у новинарству јако важни. Садржај вести мења се сваког дана, али форма и стил „обезбеђују ритуалну функцију вести” (Broersma, 1880: 19), што значи да начин на који се у вестима организују чињенице, као и стил којим се оне обликују, уливају публици поверење. Уколико су исте чињенице написане белетристичким стилем и у првом лицу, оне „не звуче” као вест. То значи да читаоци углавном нису у могућности да утврде да ли су новински текстови истинити, али их сматрају истинитим онда када су засновани на културним кодовима и јавним сазнањима – другим речима, онда када новинар употребљава ваљане аргументе (Broersma, 2010: 20). Тако новинари за представљање јавности бирају чињенице које одговарају новинарској форми, а одабир форме одређује како се вести уоквирују (различите приче могу бити конструисане од истих чињеница).

Када је новинарски стил писања у питању, највећи део академског проучавања фокусира се на штампу и вести, али многе традиције писања то превазилазе, и у

одређеном смислу се надограђују књижевном и културном продукцијом. Новинарски стил настаје као резултат низа различитих избора и проучава се у односу на друге факторе који утичу на процес комуникације, као што су медиј, форма, садржај, жанр, дискурс и публика. Дакле, сви наведени елементи процеса комуникације неопходни су за разумевање медија, а сам стил се не може проучавати независно од самог медија и његових одлика, као и независно од публике (Jaakkola, 2018). Водећи се наведеним, можемо претпоставити да се закључак о томе да ли је новинарски стил писања таблоидан мора донети у односу на сам медиј и његове одлике, карактеристике уређивачке политике, предмет извештавања, као и дискурс и публику којој је садржај намењен. У том смислу, без свих наведених елемената стил се не може тумачити. Матеус (2018: 72) препознаје два главна стила извештавања модерне штампе, које назива информативним моделом (енг. information model) и моделом приче (енг. story model). Модел приче повезан је са сензационалистичким дискурсом и популарнијим новинама. Ипак, ови стилови нису искључиви већ они често могу коегзистирати. Поред тога, наведени стилови нису једини и могло би их се идентификовати много више.

Алексић (2021) наглашава да је за преношење поруке и изазивање ефекта које медији информацијама желе да постигну значај обликовања текста изузетно значајан, као што је и садржај поруке важан. Анализирајући еволуцију приповедања кроз историју књижевности и новинарства, аутор закључује да су промену обликовања медијских текстова узроковале различите околности, попут комерцијализације и индустријског развоја. Наиме, због све интензивније борбе новина за читаоце, медији су променили приступ зарад максималних постизања ефекта. Алексић, затим, истиче да су повећање броја информација до којих новинари долазе, али и увођење рубрика и тематских целина, указали на неопходност јаснијег и ефикаснијег обликовања текстова – а то обликовање текстова представља жанр (Алексић, 2021: 58). У том смислу, жанрови су текстуални обрасци који организују причу, а одабир жанра одређује начин на који ће прича бити испричана (Broersma, 1880: 25). Поред стила и садржаја, према Мелу и Асису, две основне карактеристике дефинишу жанр, а то су способност груписања различитих формата и њихова друштвена функција (на пример, функција информативних жанрова је друштвени надзор) (Melo & Assis, 2016: 48). Модели поделе жанрова разликују се у односу на новинарску традицију држава. Према Мелу и Асису, новинарски садржај разврстава се у пет врста жанрова: информативне жанрове, жанрове мишљења, интерпретативне жанрове, диверзионе или забавне жанрове и

утилитне/корисне жанрове (Melo & Assis, 2016). Када је новинарска пракса и традиција у Србији у питању, поделом се издвајају три модела жанрова – фактографске, аналитичке и белетристичке. Фактографски жанрови заснивају се на саопштавању информација, нуде дубинску анализу различитих друштвених феномена, док белетристички жанрови имају најслободнију структуру и у извесном смислу могу бити засновани на емоцијама (Алексић, 2021: 58, 59). У информативне жанрове спадају вест, извештај и интервју, аналитички жанрови су коментар (и његове подврсте уводик и колумна), чланак и критика, док су репортажа, фељтон, цртица, белешка и текстови хумористичке природе сврстани у категорију белетристичких жанрова (Јевтовић, Петровић и Арацки, 2014).

Некада се таблоидизација дефинисала много уже и односила само на промене у новинским и електронским форматима, али данас овај термин обухвата и промене у садржају вести. Поред формата и садржаја, карактеристике стила су доста важне приликом одређивања феномена (Albæk et al, 2014: 122). Када говоримо о овим променама у начину представљања информација, значајно је напоменути и начин на који долази до трансформације у самим жанровима. У претходном тексту побројани су основни новинарски жанрови, а њихова подела начињена је на основу одређених заједничких карактеристика које новинарски текстови морају поседовати да би били препознати као специфични жанр. Ипак, у новинарској пракси, та подела не мора бити искључива јер се различити жанрови могу преклапати у одређеним карактеристикама, због чега жанр може бити окарактерисан као флуидна категорија. Таква флексибилност указује на то да новинарски жанрови нису стриктно изоловани и могу функционисати као хибридни облици. С обзиром на то да хибридни жанрови заузимају значајно место у раду, у овом делу покушаћемо да се приближимо њиховом дефинисању.

Хибридноост је „кровни термин за све врсте мешања, преплитања и комбиновања које се јављају у жанровима и текстовима” (Mäntynen & Shore, 2014: 738). Овај концепт односи се на позајмљивање и апропријацију „’различитих’ елемената” (Hallin, Mellado & Mancini, 2023: 220), што ствара нове, несталне форме. С обзиром на то да је подела жанрова извршена на основу различитих одлика, попут форме, садржине и функције текста, њихово преплитање може наступити у било којој од поменутих димензија. Због тога је значајно нагласити да продукти хибридности могу поседовати флуидне карактеристике и тешко их је категорисати. Поред тога, хибридни

облици извештавања у савременом новинарству постали су правило, а не изузетак (Mast et al., 2016).

У том контексту, Ван ден Булк, Паулусен и Белс истражују вести о познатим личностима као хибридне текстуалне жанрове – „као жанр који на различите начине комбинује карактеристичне теме, формуле, рутине и стилове двеју категорија вести и забаве” (Van den Bulck, Paulussen, & Bels, 2016). Дакле, овај жанр представља веома широку категорију која потенцијално може садржати различите подтипове. Према њиховом истраживању, вести о познатима могу истовремено садржати чињенице и фикцију, дакле вести и забаву, због чега закључују да је овај жанр хибридан на најмање три начина. На првом месту, вести о познатима представљају мешавину прича од јавног интереса и *human-interest story*. Друго, ове вести су хибридне у начину на који комбинују гласине и чињенице. И, на последњем месту, њихова хибридност се огледа у томе што елитне новине приликом креирања тема које доприносе јавној дебати нуде оригиналне садржаје, док је код извештавања о познатима присутан висок ниво информативних додатака (Van den Bulck et al., 2016). Према томе, хибридност у новинарском извештавању представља значајан феномен који одражава промене у жанровским границама и новинарском приступу.

Природу хибридних жанрова Катенаћо (Catenaccio, 2008) илуструје на примеру саопштења за штампу. Ови текстови су информативни и релативно кратки, и њихов садржај писан је са циљем промоције имица и репутације компаније. Њихова хибридност огледа се у мешавини информативног и промотивног садржаја, због чега се жанровски смештају између вести и проширене рекламе.

У савременом новинарству хибридизација се може посматрати као прилика за промену и развој новинарских жанрова – она може допринети генерисању нових жанрова. Анализом Фејсбук лајва (енг. Facebook Live) страница штампаних медија, Колуси и Рока (Colussi & Rocha, 2020) показују да се лајв, као почетно информативни садржај претвара у коментар или дебату, дакле приближава се аналитичком жанру. С обзиром на то да у току емитовања видеа уживо гледаоци могу коментарисати садржај, овај начин извештавања омогућава директну интеракцију. Аутори наглашавају да на учешће публике утиче дијалошка природа платформе, на основу чега можемо закључити да је хибридизација неизоставни део новинарства у сваком историјском периоду, а посебно у савременом медијском екосистему.

Због свега тога, хибридноста у новинарству је више од пуке комбинације елемената, са циљем стварања нове целине, и може бити више од „мешања жанрова, спајања пословних модела или сарадње између професионалних и аматерских новинара” (Mast et al., 2016: 7). Она је у историји новинарства свеprisутна, посебно уколико у обзир узмемо неизоставну чињеницу да се развој новинарства не може тумачити независно од развоја друштва у коме делује. У контексту рада најзначајнији аспекти хибридизације односе се на преплитање забавне и информативне функције новинарства, стила извештавања и емоционалног ефекта на публику, због чега ће фокус бити на тим аспектима.

Истицање емотивних елемената, субјективност и персонализација информација – особине су таблоидног новинарства, а жанрови са сличним карактеристикама у литератури се често појављују као жанрови *фичер* новинарства. Сам концепт фичер новинарства настаје као једна од „кључних сила које су покретале популаризацију и таблоидизацију штампе” (Steensen, 2017: 1), због чега ће наредно поглавље бити посвећено дефинисању фичер новинарства и његових жанрова, са циљем приближавања дефинисању карактеристика таблоидног новинарства.

2.5.1. Фичер новинарство

Као и код дефинисања других термина који су у директној вези са таблоидним новинарством, и термин *фичер новинарство* нејасно је дефинисан у досадашњој академској литератури. У том смислу, откривајући разлоге за то Стинсен наводи да је „разлика између информативног и фичер новинарства замагљена” (Steensen, 2009: 15). Термин је 1912. године увео Х. Ф. Харингтон (H. F. Harrington), наводећи у уџбенику да је фичер она прича у којој је елемент вести субординиран (Harrington, 1912 према Steensen, 2011: 53). Ни данас фичер текстови нису прецизно одређени – они могу бити кратки, али и дугачки текстови који дубински истражују одређену тему на више страница. Због тога се може закључити да се дефинисање фичер новинарства мора базирати на жанровским и стилским карактеристикама пре него на форми, обликовању текста. При томе се као основни мотив препознаје ослањање на емоције и афекте, склоност сензацијама и драматизовању предмета извештавања.

Стинсен овај концепт дефинише као „породицу жанрова” (енг. family of genres), то јест, као кровни назив за три жанра која су заснована на субјективности и емоцијама

– *human-interest story*, фичер репортажа (енг. feature reportage) и профил (Steensen, 2017: 1). Са друге стране, Амидор (Aamidor, 2013) у књизи посвећеној фичер новинарству издваја још неке врсте фичера које сматра најчешћим: профил, тренд стори (енг. trend story), фокусна прича (енг. focus story), прича за и против (енг. pro-and-cons story) и сличне форме. Ови жанрови деле заједничке особине које их одређују, а то су интимност, литерарност и авантуризам. Фичер жанрови врло детаљно приказују људе, што ствара интимнији однос са публиком, а поред тога су и повезани са приповедањем и фикцијом, због чега су литерарни. Најзад, фичер текстови за циљ имају да публику упознају са различитим занимљивостима; они су авантуристички, јер публику воде на „путовања да упозна људе и места” (Steensen, 2017: 1). На основу тога, изводе се дискурси који доминирају фичер новинарством, а то су дискурс фикције, дискурс авантуре и дискурс интимности (Steensen, 2009: 4). Како се анализом дискурса препознаје веза између употребе језика и друштвених пракси, али и ефекти комуникације, ови дискурси фичер новинарства имплицирају да је циљ елементима фикције забавити читаоце и пружити им авантуру. Непосредност доводи до илузије блискости са читаоцем, због чега се препознаје и дискурс интимности.

Концепт који се приписује таблоидном новинарству је персонализација, која се огледа и у одабиру жанрова којим се обликују медијски садржаји, а приче о појединачним људским искуствима или *human interest story* су њено оличење. *Human interest story* је новинарски жанр чије су кључне одлике субјективност и емоције, а теме животи обичних људи који су искусили неку врсту емоционалне драме и са којима се публика може повезати и идентификовати (Steensen, 2017: 4). *Human interest story* „уноси људско лице или емоционални угао у презентовање догађаја, питања или проблема” (Semetko and Valkenburg, 2000: 95). Ове приче о људским животима имају наративни облик, а њихов настанак везује се за пени прес. Жанр постаје део масовне штампе средином деветнаестог века (Winfield & Hume, 1998: 86), а популарност стиче тако што га усваја и промовише најпре жута штампа касног деветнаестог века, а затим и таблоидна штампа основана у Британији почетком двадесетог века. Убрзо након британских, усвајају га и таблоиди у Сједињеним Америчким Државама. У савременом добу *human interest story* карактеристичан је жанр за америчко подручје, и, мада је уобичајен и у Европи и другим деловима света, он се не користи често ван територија енглеског говорног подручја (Steensen, 2017: 4).

Настанак термина и афирмација жанра везују се за пени штампу. Термин *human interest stories* је, према Хјуз, први пут употребљен у редакцији новина *New York Sun* Бенцамина Деја да означи „брбљиве мале извештаје о трагичним или комичним инцидентима у животима људи” (Hughes, 2017: 12, 13). Жанр је у свом модерном облику настао на страницама листа *Sun* (Örnebring & Jönsson, 2004: 288; Steensen, 2016: 121) као забавна, трач прича заснована на основним емоцијама као што су страст, издаја, оданост и амбиција (Steensen, 2017: 4). Теме свакодневних разговора појединаца о животима других људи постају медијске теме. Препричавање дешавања из туђег живота, или оно што се колоквијално означава као оговарање, добија значајно место у популарној јефтиној штампи, а сами текстови овог жанра шире публику популарне штампе на већи број грађана у односу на раније новине, које су се обраћале елити. У том смислу, прва насловна страна другонасталог најуспешнијег пени преса, *New York Herald*, према Винфилду и Хјуму (Winfield & Hume), била је посвећена „Биографској скици Матије пророка” што је заправо била прича о појединцу или *human interest story* (Winfield & Hume, 1998: 86). Овај жанр даље популаризује и жута штампа, како је наведено, па се сматра да је Пулицер комерцијални успех постигао и захваљујући овом жанру, који је често користио у извештавању (Winfield & Hume, 1998: 90).

Уоквиривање информација у стилу *human interest story*-ја „персонализује, драматизује и ’емоционализује’ вести” (Semetko and Valkenburg, 2000: 96) што одговара карактеристикама које се приписују таблоидима, а које су описане у претходним поглављима. Жанр који такође одговара понуђеном опису и веома је близак *human interest story*-ју је профил, прича о одређеној личности. Стинсен (2017) приликом одређивања овог новинарског жанра напомиње да је профил уско повезан са културом славних личности, с обзиром на то да су они у највећем броју случајева његови објекти. Профил настоји да „ухвати особу која стоји иза јавне личности и да публици да увид у живот иза сцене” (Steensen, 2017: 6). Како су те особе углавном познате јавности и популарне, профил је прича која у основи одговара на питање „Какав је он? ” или „Каква је она? ” (Aamidor, 2013: 3) и тиме тежи да задовољи знатижељу читалаца о животу славних личности. Идеја профила је да прикаже читаоцима познате личности „онаквим какве заиста јесу“ и пружи им осећај да су их заиста срели и разговарали са њима, упознали њихово „право ја” (de Leon, 2002: 57).

Живописни стил писања карактеристичан је и за фичер репортажу, с тим што овај жанр углавном има наративну структуру и укључује приказивање догађаја у првом

лицу (Steensen, 2010: 122). Фичер репортажа потиче од распрострањеног новинарског жанра репортаже, који је присутан у англосаксонском свету, али и у шпанској, немачкој, француској и словенској новинарској култури. У источноевропским и медитеранским земљама се репортажно новинарство повезује са аргументованим стилем писања, али у западноевропском и америчком новинарству репортажа се повезује са уметношћу писања више него са новинарством и „еластичнија” је од америчке (Steensen, 2017: 6; Hartsock, 2015: 113), па се писци репортажа често посматрају као писци. Карактеристичан пример тога је белоруски репортажни новинарка Светлана Алексијевич, која је прва новинарка добитница Нобелове награде за књижевност. Она је 2015. године награђена највећим светским признањем за своје књижевне радове, а од 1901. године, када је награда установљена, једини је добитник чији је рад готово искључиво новинарски. Мада је кроз историју признање уручено многим писцима који су се бавили новинарским послом, они су првенствено били аутори белетристике, драме или поезије, а рад Светлане Алексијевич највећим делом је састављен од наративне књижевне публицистике и репортажа (Hartsock, 2015: 38). У том смислу је фичер репортажа оличење литерарног дискурса фичер новинарства.

Приказивањем личних искуства која су повезана са догађајима од јавног интереса, фичер новинарство одговара на „јавно признату” потребу друштва да буде забављено и повезано на емоционалном нивоу. На тај начин оно доприноси томе да се обим новинарства помери са политике и друштвених тема на појединца и његову приватност. Због тога, фичер новинарство је појам ужи од таблоидног, али је свакако један његов део, јер се у многим аспектима који су у овом поглављу наведени они поклапају.

3. Историјски и друштвени контекст настанка листа *Одјек Шумадије*

3.1. Друштвено-политички и економски услови међуратне Србије и Крагујевца

Лист *Одјек Шумадије* представља значајан пример новина претеча таблоидног новинарства у Србији у међуратном периоду, посебно на територији града Крагујевца. Ово поглавље има за циљ да пружи дубљи увид у историјске и друштвене околности које су обликовале појаву и развој ових новина. Фокусирајући се на историјски контекст, описаћемо друштвене, политичке и економске услове у Србији и Крагујевцу у међуратном периоду и периоду од 5. маја 1936. до 8. априла 1941. године, када је лист био активан.

Историјски и друштвени контекст периода настанка *Одјека Шумадије* указује на комплексну ситуацију у којој се држава налазила. Наиме, од уједињења Срба, Хрвата и Словенаца 1918. године било је тешко успоставити успешан развој и стабилност државе због тога што је новонастала држава објединила делове који су се разликовали по многим основама. Димић (1996: 24, 25) у том контексту наводи различите елементе попут традиције, обичаја, степена просвећености и културне развијености, писма и језика, занимања. Затим наводи да су на неуједначеност друштва Краљевине СХС утицали и неједнака економска развијеност становништва више држава спојених у једну заједничку, разлика у политичким културама, као и њихова професионална и друштвена структура. Процес интеграције успоравали су и различити „политички системи и установе, аграрни режими, саобраћајни, монетарни и порески системи” (Димић, 1996: 25).

Ћирковић као најутицајнији елемент који је спречавао брзу и лаку интеграцију Краљевине СХС истиче чињеницу да су при стварању ове државе укључена подручја различитих нивоа развијености са шест правних режима (Ћирковић, 2004: 255). Ова подручја су се састојала од: „правног система Краљевине Србије; краљевине Црне Горе; правног подручја Словеније и Далмације које се налазило у оквиру Аустрије; у оквиру правног система Угарске подручје Барање, Бачке и Баната, као и правни систем Хрватске и Славоније иако су на основу Угарско-хрватске нагодбе из 1868. године, имале елементе аутономије, посебно у оквиру питања просвете; правни систем Босне и Херцеговине који се налазио у оквиру Аустроугарске управе” (Ђурашиновић, 2018: 41). Такође, припојени су делови који нису имали значајне привредне везе (Ћирковић, 2004:

255), што додатно указује на разлике у привредном и културном развоју. Поред тога, и унутар делова који су били настањени Србима постојале су различитости – релативно развијени били су Срби из Хрватске и Војводине, док су сиромашнији и у заостатку били становници подручја која су била под Турцима до 1878. или 1912. године (Ћирковић, 2004: 256).

На сличан начин су и културне политике уједињених народа биле условљене различитим степеном развоја, због чега је просветни живот регулисан различитим просветним законима из неколико административних центара: Београд, Загреб, Љубљана, Сплит, Сарајеви, Нови Сад. Због тога је било неопходно успоставити јединствени просветни систем за све чланице државе, са циљем духовног уједињења југословенских народа (Димић, 1996: 171).

Краљевина Срба, Хрвата и Словенаца 1929. године добија назив Краљевина Југославија и бива подељена на девет бановина: Дунавска бановина са седиштем у Новом Саду, Вардарска бановина са седиштем у Скопљу, Савска са седиштем у Загребу, Зетска са седиштем на Цетињу, Врбаска са седиштем у Бања Луци, Приморска са седиштем у Сплиту, Дринска са седиштем у Сарајеву, Приморска са седиштем у Сплиту и Дравска бановина, чије је седиште у Љубљани (Ђурашиновић, 2018: 45). Овој подели и промени имена државе, према Андрејићу, „претходили су велики националистички испади у политичком животу који су запретили потпуном дестабилизацијом и распадом земље” (Андрејић, 2014: 61), а читав период између стварања Краљевине СХС и Краљевине Југославије обележен је парламентарним и политичким кризама (Дракић, 2014: 780). Интензивирање сукоба наступа након збора у Загребу 22. јануара 1928. године. Говор Светозара Прибићевића, вође Срба у Хрватској и лидера Сељачко-демократске коалиције, у којем је оштро критиковао Београд и српску војску изазива оштре реакције у Србији. Посланици из Хрватске, према Андрејићу, започињу спровођење кампање против српских посланика и Србије, у чему се посебно истичу хрватски посланици Стјепан и Павле Радић. Овим поступцима је посебно био погођен посланик Пуниша Рачић, који је на седници Скупштине 20. јуна 1928. године ранио и усмртио неколико посланика (Андрејић, 2014). Након ове седнице, криза парламентаризма у држави кулминира, а краљ Александар I Карађорђевић покушава да стабилизује стање у држави. У периоду који је уследио, у циљу решавања политичке кризе „као могуће опције помињане су ревизија Устава, те расписивање нових парламентарних избора. Међутим, 6. јануара 1929. године краљ је

завео апсолутистичку власт, укинуо Устав и распустио Народну скупштину“ (Дракић, 2014: 785). Рад удружења и политичких странака која су имала „верска или племенска“ обележја укинут је новим законима, а такође је проглашена и јединствена југословенска нација. Одлуку о укидању државно-правног поретка краљ Александар је „образложио чињеницом да је страначко-парламентарни живот запретио да уништи саму државну заједницу“ (Вајагић, 2009: 128). Тада краљ формира нову владу¹⁶ на челу са генералом Петром Живковићем, командантом краљевске гарде и вођом групе официра „Бела рука“ (Дракић, 2014).

С обзиром на то да су постојеће националистичке тенденције биле једна од основних претњи стабилности, подела бановина учињена је на основу природних и саобраћајних веза, а не према националним територијама. Према новој подели, град Крагујевац постаје део Дунавске бановине¹⁷, чије је седиште било у Новом Саду, а која је обухватала Војводину (Банат, Бачку и Барању), источни Срем и део северне Србије. Њена површина је износила 30.158 км² или 12,1% укупне територије државе, а према попису из 1931. године на овој територији је живело 2.323.103 становника (16,6% свих становника земље). У Дунавској Бановини су статус самоуправног града имали Нови Сад, Бела Црква, Велика Кикинда, Велики Бечкерек, Вршац, Сента, Сомбор, Сремски Карловци, Стара Кањижа и Суботица (Влајагић, 2009: 131, 132; Андрејић, 2014: 68).

Утицај ових новина био је далекосежан, што се одразило и на Крагујевац, дотадашње седиште највеће административно-територијалне државне јединице, Шумадијске области. Први пут од његовог оснивања, након увођења шестојануарске

¹⁶ Како би обезбедио подршку хрватских пословних кругова, краљ у владу укључује и Хрвате, због чега је хрватска опозиција, на челу са Мачеком, ове промене дочекала без отпора. Видети више: Дракић, Г. (2014). Шестојануарска диктатура и правна држава. У *Зборник радова „Владавина права и правна држава у региону“* (стр. 780–792). Источно Сарајево: Правни факултет Универзитета у Источном Сарајеву.

¹⁷ Средишта срезова Дунавске бановине налазила су се у Алибунару (Алибунарски), Апатину (Апатински), Аранђеловцу (Орашачки), Бачкој Паланци (Бачкопаланачки), Бачкој Тополи (Бачкотополски), Батини (Батински), Белој Цркви (Белоцрквански), Београду (Врачарски), Великој Кикинди (Великокикиндски), Великом Бечкерек (Великобечкеречки), Великом Орашју (Орашки), Великом Градишту (Рамски), Вршцу (Вршачки), Горњем Милановцу (Таковски), Гроцки (Грочански), Дарди (Дарђански), Жабарима (Моравски), Жабљу (Жабљски), Земуну (Земунски), Илоку (Илочки), Иригу (Иришки), Јаши Томићу (Јашатомићки), Ковачици (Ковачички), Ковину (Ковински), Крагујевцу (Гружански и Крагујевачки срез), Кули (Кулски), Лазаревцу (Колубарски), Младеновцу (Младеновачки), Новом Бечеју (Новобечејски), Новој Кањижи (Новокањишки), Новом Саду (Новосадски), Ошацима (Ошачки), Панчеву (Панчевачки), Пожаревцу (Пожаревачки), Рачи (Лепенички), Руднику (Качерски), Руми (Румски), Сенти (Сенћански), Смедереву (Подунавски), Смедеревској Паланци (Јасенички), Сомбору (Сомборски), Сопоту (Космајски), Сремској Митровици (Сремскомитровачки)¹³, Старој Пазови (Старопазовачки), Старом Бечеју (Старобечејски), Тополи (Опленачки), Тителу (Тителски), Умки (Посавски) и Шиду (Шидски). Видети више: Manakin, V. (1931). *Banovina Dunavska: opšti pregled*. Glavno uredništvo Almanaha Kraljevine Jugoslavije.

диктатуре, град више није седиште највеће административно-територијалне јединице, већ је од 1929. до 1941. године седиште само Гружанског и Крагујевачког среза¹⁸. У овом периоду Крагујевац губи административни значај и прекида се његов брзи развој који је трајао до 1927. године.

Крагујевац је, према попису становништва из 1931. године имао 27.249 становника. Ђуровић (1995: 230) уочава два значајна периода у развоју Крагујевца: први, који је трајао од 1846. до 1900. године, и други – од 1921. до 1931. године. Према подацима у табели (Табела 2), он уочава нагли развој града до 1900. године, након којег долази до застоја условљеног Балканским ратовима и Првим светским ратом. Ипак, након 1921. године развој се наставља, те је број становника са 15.664 до 1931. порастао на 27.249.

Табела 2: Попис становништва Крагујевца од 1846. до 1931. године (Ђуровић, 1995: 230)¹⁹

Година	Број становника	Број кућа
1846.	2.376	639
1866.	6.386	1.404
1884.	9.083	1.594
1890.	12.669	1.958
1900.	15.586	2.315
1921.	15.664	2.482
1931.	27.249	5.004

Највеће болести Крагујевца у периоду 1923–1933, које су и узроковале смртност, биле су туберкулоза и тифус. Смртност је износила 18 умрлих на 1000 становника, што се може објаснити недостатком здраве пијаће воде, канализације, али и влажним становима у радничким и дивљим насељима. Изградња водовода у Грошници 1935. године знатно утиче на побољшање здравствених и хигијенских услова живота. О урбаном развоју града значајно је нагласити да се од 1930. године гради у стилу

¹⁸ У овом периоду у Крагујевцу су се налазила следећа надлежства и установе: Окружни суд, Државно тужилаштво, Срески суд, Суд Општине Града Крагујевца, Начелства срезова Крагујевачког и Гружанског, Пореска управа, Шумска управа, Пошта, телеграф и телефон, Окружни уред за осигурање радника, Дом народног здравља (са бактериолошком станицом, амбулантом за кожне и венеричне болести, школском поликлиником, антирабичним и хемијским одељењем), Бановинска болница, Шумадијска стална војна болница, Штаб Шумадијске дивизијске области, Крагујевачки војни округ, Команда места, Касанра 19 пешадијског пука „Војвода Путник“, Артиљеријски пук „Танаско Рајић“ у Управа Архилеријско-техничког завода. Видети више: Поповић, М. Д. (1956). *Крагујевац и његово привредно подручје: прилог привредној и социјалној географији града и околине*. Београд: Научно дело, 108.

¹⁹ Табела преузета са: <https://udi.rs/wp-content/uploads/2020/12/07.-Djurovic.pdf>

модерне архитектуре интернационалног стила²⁰, попут других градова Југославије (Ђуровић, 1995).

Када је културни и друштвени живот у питању, град у овом периоду остаје културно средиште и центар друштвеног живота, иако губи некадашњи значај. Од 1923. град има своје Градско народно позориште (основано под именом Академско позориште), 1932. оснива се Позориште Соколског друштва, а 1930. Позориште питомаца Војно-занатлиске школе. Поред тога, у овом раздобљу активна су два биоскопа, Народни универзитет, Народна библиотека, Радничко културно-просветно друштво „Абрашевић” и пет певачких хорова, а као покретач многих активности у Крагујевцу деловала су различита друштва (друштво „Кора хлеба“ за помоћ незапосленима, друштво „Милосрђе”, Друштво за сузбијање туберкулозе „Потпора”, Друштво за заштиту незбринуте деце „Књегиња Зорка”, Месни одбор Црвеног Крста, Пододбор Удружења резервних официра и ратника, Шумадиско обласно коло јахача „Кнез Михаило”, Јадранска стража, Хришћанска заједница младих људи, Девојачки дом, Соколско друштво) (Поповић, 1956).

Такође, у Крагујевцу тог доба постоје и различите просветне установе: Државна мушка и женска гимназија, основана 1835. године, Виша женска школа, која постоји од 1891. године, Женска учитељска школа, основана 1904, Трговачка школа, основана 1890. године, Општа занатска школа, која ради од 1898. Затим, од 1927. почиње са радом Пољопривредна школа (Поповић, 1956; Ђуровић, 1995).

У међуратном периоду у Крагујевцу је излазило неколико штампаних листова: *Глас Шумадије*, *Јавно мњење*, *Јавна реч*, *Народна Самоуправа* (1936-1939), *Општинске новине* (1935-1939), *Одјек Шумадије* (1936-1941) и *Светлост*. Као два најугледнија Ђуровић истиче *Глас Шумадије* и *Јавно мњење*, листове који „доносе веома занимљиве вести о значајним политичким, привредним, културним и спортским догађајима у Краљевини Југославији и Европи” (Ђуровић, 1995: 234).

Значајан догађај међуратног раздобља, када је положај Крагујевца у питању, представља и пуштање у саобраћај железничке пруге Крагујевац–Краљево 1929.

²⁰ Град је нови план развоја града поверио професору Техничког факултета у Београду, Михаилу Радовановићу и познатом архитекти Радету Милосављевићу. Они су били образовани на најпознатијим европским универзитетима (Радовановић је завршио специјалистичке студије у Сорбони, а Милосављевић се усавршавао у Енглеској. Видети више: Ђуровић, А. (1995). О друштвеном животу Крагујевца почетком 1935. године. *Годишњак за друштвену историју*, 11(2), 231. <https://udi.rs/wp-content/uploads/2020/12/07.-Djurovic.pdf>

године, које доприноси опадању његове привредне снаге. Тиме се остварују услови за настанак нових привредних центара у држави, а Крагујевац престаје да буде значајан саобраћајни чвор и један од највећих привредних центара земље, те постаје транзитно место (Поповић, 1956). Даље, у периоду велике светске економске кризе која је трајала од 1929. до 1933. године смањено се обим промета у Краљевини за чак 50%, а зараде „запослених у Крагујевцу смањене су за 60-70%” (Андрејић, 2014: 76, 77).

Дакле, економска и друштвена структура Краљевине Срба, Хрвата и Словенаца, касније Краљевине Југославије, двадесетих и тридесетих година 20. века указују на то да су друштво и држава били у почетном делу процеса капиталистичке модернизације. Новонастала држава заостајала је у односу на европске државе у погледу културног развоја и образовног нивоа. Ниво писмености међуратног друштва Краљевине Југославије, осим на појединим подручјима, није био на задовољавајућем нивоу. Бјелица и Јевтовић (2006) бележе да попис становништва из 1921. године показује да је 51,5 одсто становништва старијег од 12 година било неписмено, што је чини једном од држава са највећим процентом неписменог становништва у Европи тог доба. Према подацима из 1931. године, проценат неписменог становништва значајно је варирао међу различитим подручјима саме државе. Разлике су биле толико драматичне да је у подручју са најмање неписмених становника проценат неписмености износио нешто више од 5%, док је на другом крају земље неписмено становништво чинило више од 72% укупног броја (Димић, 1996: 192). Наведени проценти односе се на Дравску бановину, чије је становништво било писмено у високом проценту, и Врбаску бановину – у којој је више од две трећине становника било неписмено²¹. Дунавску бановину, којој је припадао Крагујевац, 1931. године насељавало је 28,87% неписменог становништва (Бецић, 2014). То је релативно висок проценат, али не неуобичајен за то време и географски контекст, посебно уколико се у обзир узме чињеница да су одређена подручја Србије имала значајно већи проценат неписмених. Ипак, важно је узети у обзир то да није познато колико је формално писмених било и функционално писмено, односно у стању да разуме контекст прочитаног, што је кључно за праћење штампе (Бешлин, Жарковић, 2023: 55, 56).

²¹ У новоформираној држави разлике у нивоу културног развоја њених делова Лазић (2009) илуструје процентом неписмених у становништву који је по подручјима износио: Дравска бановина 5,54%, Београд 10,87%, Дунавска бановина 28,87%, Моравска бановина 61,96% и Врбаска бановина 72,60%. Видети више у: Лазић, М. (2009). Друштвени односи у Србији у време закаснелог капиталистичког развоја. *Годишњак за друштвену историју* (3), 18.

Поменута неписменост и заостајање у културном развоју били су директно повезани са економском структуром земље. У периоду пре Другог светског рата Србија је била превасходно пољопривредна земља – три четвртине радно активног становништва сачињавали су сељаци пољопривредници, док индустријски и занатски радници чинили тек десетак процената (Лазих, 2009: 10). Према попису становништва у 1921. години, особе запослене у групи пољопривреда, сточарство, шумарство и рибарство чиниле су 80,4% укупно запослених, а 1931. године 76%, укупно запослених особа (Матичка, 1974: 71). Чињеницу да је доминантан постотак становништва Краљевине Југославије привређивао бавећи се пољопривредом Димић (1996: 35) доводи у везу са културним напретком у држави. С обзиром на то да пољопривредни рад има нижу тржишну вредност у односу на друга занимања, успорен развој не представља неочекивану појаву.

3.2. Позиција новинара и новинарства у међуратном периоду у Србији

Дакле, у годинама настанка и штампања *Одјека Шумадије* највећи део становништва чинило је ситнопоседничко сељаштво. Процес урбанизације био је веома спор, са изузетком Београда, чији је број становника порастао са 102 хиљаде на 300 хиљада у периоду од 1920. до 1940. године. Поред Београда, урбанизација је била *приметна* и у Загребу, због чега су ова два града била средиште развоја штампе и рада већине професионалних новинара. Када је позиција новинара и новинарства у међуратном периоду у питању, Бјелица и Јевтовић (2006) истичу да су на развој штампе после Првог светског рата политичка збивања имала значајан утицај. По завршетку рата дошло је до нових страначких груписања и оснивања низа нових странака, док су старе партије настојале да се реорганизују. На изборима за Конституанту 1920. године, учествовало је четрдесет различитих политичких странака и групација. Шеснаест је добило мандате у Скупштини, користећи штампу као средство политичке пропаганде (у прилог тези о пропагандној улози тадашње штампе иде чињеница да су се политички листови покретали пред изборе и по њиховом завршетку гасили). Годину дана касније је озакоњена монархистичка владавина са Народном скупштином као највећим законодавним телом. Тада скупштина постаје место борби различитих странака, са централним сукобом око централизма и федерализма. Политичка ситуација била је комплексна и незавидна – владе су се неколико пута састављале и растављале, многа питања попут привреде, националних и социјалних проблема нису решавана. Све

наведено државу је гурало у још већу кризу, а те прилике одразиле су се и на новинарство. Бјелица и Јевтовић наводе да је у том периоду грађанска штампа писала о скупштинским полемикама, чиме је повећавала тираж, док је радничка штампа прогањана. Новинарска права додатно је ограничио и Закон о штампи²² из 1925. године, омогућавајући забрану новина у случајевима увреде владара, страних владара, Народне скупштине, позивања на промену Устава и закона силом, и повреде јавног морала (Бјелица, Јевтовић, 2006). Поменути закон је декларативно прокламовао принцип слободне штампе, међутим, његове уредбе биле су рестриктивне и назадне, због чега су тадашњи савременици сматрали да је ближи полицијским уредбама него закону (Ристановић, 2015: 57). У контексту периода у ком је закон донет, закључујемо да је владајућа елита је настојала да контролише медије и спречи ширење идеја које би могле угрожити њихову власт. Нови закон омогућавао је властима да забране новине у различитим ситуацијама, што је значило да су новинари морали бити изузетно опрезни у свом раду. Морали су пажљиво бирати речи и теме које би обрађивали како би избегли сукоб са законом и могућност забране новина, што је могло довести до аутоцензуре. У том смислу, овај закон је био средство контроле медија и ограничења слободе говора у периоду политичке нестабилности.

Почетком 1929. године долази до промене власти и уређења државе – краљ Александар Карађорђевић извршио је државни удар, укинуо Устав, распустио Народну скупштину и забранио политичке организације и странке. Држава добија назив Краљевина Југославија, а на снагу ступа Закон о краљевској власти и државној управи, према коме је краљ „носилац све власти у земљи”. Од самог њеног оснивања државни органи су тежили ка контролисању писане речи (Ристановић, 2015: 57). Краљевина Југославија била је подељена на бановине – нова управна подручја, што је утицало на организацију југословенских новинара. Закон о штампи измењен је и допуњен тако да су сви страначки листови забрањени, као и многи други. Овога пута у закону слобода штампе није ни декларативно поменута, а рестриктивне одредбе додатно су пооштрене. Држава је могла забранити улазак иностране штампе, уредници су били дужни да објаве сваку исправку коју би власт послала. Тиме је онемогућена опозициона штампа, а постојећој је забрањено да слободно коментарише дешавања и промене у земљи. У

²² Према овом закону, донетом у периоду политичке нестабилности и борбе за власт, штампари су новине морали пријављивати и достављати полицији. Били су одговорни за садржај текстова и због тога готово да није било критички интонираних текстова. Видети више у: Бјелица, М., Јевтовић, З. (2006). *Историја новинарства*. Мегатренд Универзитет, Београд.

том контексту корак даље представља оснивање Централног прес-бироа²³, чији је задатак био контрола и цензура средстава информисања, а његово уплитање у уређивачку политику ишло је до те мере да је прописивао на ком месту новинари морају штампати поздравне чланке и које фотографије могу објавити (Бјелица, Јевтовић, 2006; Ристановић, 2015). Сходно свему наведеном, намеће се закључак да је период монарходиктатуре Александра Карађорђевића обележен строгим цензуром и изразитим ограничавањем слободе информисања.

Године 1934. поново долази до промене режима, што, као и претходна дешавања, знатно утиче на новинарство. Након убиства Александра Карађорђевића, диктаторски режим запао је у такву кризу да је нова влада морала расписати изборе за Народну скупштину и дозволи активност политичких странака. Тада је обновљено штампање страначке штампе и од тог момента, упркос тешкоћама и политичким кризама које су наилазиле, број публикација се константно увећавао (Бјелица, Јевтовић, 2006).

У 1939. години у Краљевини Југославији постојало је, према Статистичком годишњаку Краљевине Југославије из 1940. године, 495 штампарија, од тога 125 у Дунавској бановини (Државна штампарија, 1941). Ова информација показује да је у том периоду Дунавска бановина имала значајан удео у штампарској индустрији Краљевине Југославије, што указује на њену важност и развијеност у области штампе и издаваштва у односу на друге регије. Исте године у Краљевини је штампано укупно 1245 различитих листова. Према учесталости публиковања, било је 38 дневних листова, 286 који су излазили једном или два до три пута недељно, и 139 који су штампани два до три пута месечно. Највећи број листова, чак 575, излазио је месечно, што чини готово половину укупног броја листова. Два или три пута годишње штампано је 80 листова, на пола године 5, а на годишњем нивоу 19 листова. Поред тога, штампана су још 103 листа чија је фреквенција излажења била означена као повремена. Затим, када је у питању врста листова, било је: 26 званичних, чак 210 политичких, 63 научна, 160 верских, 31 здравствени, 116 културних, 51 уметнички, 92 господарска, 15 туристичких, 216

²³ Централни прес-биро био је под директном контролом председника Министарског савета и састојао се од Одсека за домаћу штампу, Одсека за страну штампу, Одсека за радио-дифузију и Административног одсека. Основни задатак запослених у Прес-бироу био је надгледање и анализирање садржаја штампе, на основу чега су припремали извештаје за државне органе. Контрола објављивања се вршила на два начина: први начин била је превентивна цензура, а други забрана штампања публикација чији садржај није био одговарајући и у складу са интересима владе. Видети више у: Ристановић, Р. (2015). Београдска периодична штампа о почетку Другог светског рата. *Токови историје*, (2), 57, 58.

сталешких и 245 дефинисаних као „остали”. На подручју Дунавске бановине штамана су 182 листа, што представља релативно велики удео у укупној медијској производњи. Готово 15% свих новина у Краљевини Југославији штампано је у Дунавској бановини, што указује на значај ове области у контексту штампе и активности у новинарству (Бјелица, Јевтовић, 2006).

У периоду између 1918. и 1941. године на територији данашње Србије излазило укупно 2163 листова и часописа. *Политика*, *Време* и *Правда* биле су водеће дневне новине са највећим тиражима у Краљевини Југославији. Већина тадашњих листова излазила је у Београду (1277), док је од градова у унутрашњости Србије највише листова и часописа излазило је у Крагујевцу, чак четрдесет (Бјелица, Јевтовић, 2006). У 1941. години, непосредно пре почетка Другог светског рата, *Одјек Шумадије* је био једини лист који је излазио у Крагујевцу. У контексту неизвесности тог периода, овај лист је имао изузетно важну улогу као главни извор информација најпре за грађане Крагујевца, али вероватно и за становнике околних мањих места. Будући да је *Одјек Шумадије* редовно објављивао званична саопштења и наредбе власти, грађани су имали прилику да буду упознати са актуелним дешавањима и приближавањем рата на начин који би иначе био немогућ. Објављивање таквих информација могло је допринети стварању осећаја контроле у време хаоса и непредвидивости, пружајући грађанима важне информације о мерама које су предузимане. У том смислу, начин на који су вести преношене могао је бити пресудан за очување јавног реда и стабилности у условима приближавања рата. Без овог значајног извора информација, становници Крагујевца не би имали адекватан начин да се информишу о насталим променама и предстојећим изазовима, што наглашава кључну улогу коју је овај лист играо у припремљености локалне заједнице у једном од најтежих периода у историји. У време рата, такве информације могу бити кључне за организовање заједничког деловања.

4. Методолошки оквир

4.1. Предмет и циљ истраживања

Предмет овог истраживања су почеци таблоидног новинарства у Србији. Истраживање ће бити засновано на студији случаја локалног листа *Одјек Шумадије*, који је излазио у Крагујевцу у међуратном периоду, од 1936. до 1941. године. У раду ће бити проучено у којим су друштвеним, политичким и културним условима настајале једне од првих локалних новина у Србији које су имале одлике таблоида. Биће испитано у којој су мери оне биле таблоидне и које су теме биле у фокусу. Поред тога, биће урађена класификација новинарских жанрова, уз истраживање њихових квалитативних карактеристика, као и то на који су начин обликовани текстови које на основу теорије и технике новинарства класификујемо као полутаблоидне и таблоидне. У том смислу, обликовање текстова подразумева већ поменути жанр, карактеристике наслова, структуру текста и његову графичку опремљеност, као и језик и стил писања.

Таблоидизација је процес који се односи на промене у новинарству и новинарском извештавању (Emery & Emery, 1984: 95). Одређује се као тренд који карактерише наглашавање приватног живота и меких вести, али укључује и друге димензије, попут одређеног понашања новинара, поједностављења формата и „феминизације” презентације вести (Uribe & Gunter, 2004: 388). Све ове карактеристике носе медији по којима је таблоидизација и добила назив – таблоиди.

Жута штампа, *soft news*, *infotainment* и *tabloid* су термини који се често користе са сличним или истим значењем, а сви углавном имају негативну конотацију. Под појмом таблоид најчешће се подразумева дневна штампа коју карактеришу нижа цена, мањи формат, сензационални садржаји, као и кратки текстови са упадљиво великим насловима и доста фотографија (Todorović, 2014: 49). Основне карактеристике таблоидног новинарства су поједностављење и спектакуларизација вести (Rowe, 2011: 451), а таблоиди конзументима уместо објективних чињеница пласирају атрактивне информације и сензационалистичке наслове (Вулић, Митровић, 2017: 165). Одлике таблоидних новина могу се идентификовати као персонализација и сензационализам, а подједнако су значајне и језичке карактеристике кроз које се оне представљају. Први таблоидни медији фаворизовали су лакши, живљи стил новинарства. Стил који су користили био је близак разговорном, а развијали су и нове новинарске технике, као

што су ослањање на интервјуе и нагласак на запажањима извештача (Johansson, 2007: 15). Због тога ће у раду, поред жанровских карактеристика и опремљености текста, бити анализирани и језик и стил.

Упркос чињеници да се таблоидно новинарство дефинише као негативна појава која снижава професионалне стандарде, многи аутори (Örnebring & Jönsson, 2004; Schudson, 1978; Temple, 2006; Wasserman, 2010) истичу позитивне последице постојања таблоида. С обзиром на то да се обраћају читаоцима који раније нису били читалачка публика, и свој простор посвећују темама које раније нису имале медијски простор, профилишу се као алтернативна јавна сфера. Због тога друштво пажњу посвећује проблемима и догађајима о којима раније не би били информисани, што у извесном смислу подстиче демократске процесе (Örnebring & Jönsson, 2004: 284, 287). Поред тога, утицај таблоида на савремено новинарство огледа се и у промени изгледа новина, а то су учинили побољшањем фонта, другачијим изгледом насловне стране и увођењем илустрација (Johansson, 2007: 15).

Када је у питању Србија, сличног мишљења су аутори који сматрају да новине с краја деветнаестог века нису више биле упућене само на мањи број интелектуалаца и припадника политичких странака, већ су настојале да продру и у шире народне масе (Бјелица, Јевтовић, 2006). Почети таблоидног новинарства у Србији везују се за крај XIX и почетак XX века, када су штампане „претече српских таблоида” – новине Косте Цицварића и Пере Тодоровића (Вулић, Обрадовић, 2021: 21). Године 1888. почињу да излазе прве новине у чијем се садржају препознају савремене одлике таблоидног новинарства. То су *Мале новине* Пере Тодоровића, које су у Београду излазиле свакодневно од априла 1888. до октобра 1903. Модерна српска штампа у којој су текстови почели да се распоређују по рубрикама кренула је да се развија када је Пера Тодоровић почео да издаје овај дневни лист, који је био намењен широј јавности – за разлику од новина из претходних деценија (Aleksić, Vidić, 2014: 84). Тодоровић је значајно допринео развоју дневне информативне штампе у Србији. Он предњачи у томе што публици доноси мешавину информативног и забавног материјала, а његов значај илуструје и податак да тиражи први пут у Србији прелазе границе од 30.000 (Бјелица, Јевтовић, 2006). Значајно је напоменути и новине код којих су такође уочени елементи таблоидног новинарства – а то су новине Крсте Цицварића. Цицварић је издавао и уређивао неколико листова, а дневни лист који у највећој мери имао одлике таблоида био је *Београдски дневник*. У овом листу он је, најпре, био главни уводничар и

полемичар, а од 7. августа 1922. потписиван је као власник и директор. Исте године, септембра месеца, новине мењају назив у *Београдски дневник Крсте Цицварића*. Због његовог писања тадашње јавне личности су га оптуживале за сензационализам, бескрупулозност и личне увреде, због чега у српској журналистици постоји термин *цицварићевско новинарство* којим се означава новинар без скрупула и професионалних обзира (Баровић, 2021: 115).

Због споре индустријализације, Краљевина СХС, касније Југославија, у међуратном периоду, између 1918. и 1941. године имала је један од најнижих степена урбанизације у Европи. У том периоду је на територији данашње Србије излазило укупно 2163 листова и часописа. Водеће дневне новине биле су *Политика*, *Време* и *Правда*, које су имале највећи тираж у Краљевини Југославији. Већина листова излазила је у Београду (1277), док је од градова у унутрашњости Србије највише листова и часописа излазило је у Крагујевцу, чак четрдесет (Бјелица, Јевтовић, 2006). С обзиром на то да је *Одјек Шумадије* био једини крагујевачки лист током 1941. године, у њему су објављивана и званична саопштења и наредбе власти које су говориле о доласку рата (Milanović, 2012: 358). Будући да су још од експанзије штампаних медија почетком XVII века ратови једна од најпопуларнијих медијских тема (Aleksić, 2018: 58), извештавање *Одјека* о почетку рата значајно је и у погледу испитивања начина пласирања вести о надолazeћем рату.

Други светски рат одредио је глобалну друштвену и политичку будућност, а почетак 1941. године донео је Краљевини Југославији сложен политички положај. У жељи да остане неутрална у тада готово у целисти окупираној Европи од стране фашистичке Немачке, 25. марта 1941. године потписала је са Трећим рајхом протокол о приступању Југославије Тројном пакту. Међутим, два дана касније изведен је државни удар како би се сменила Влада која је потписала овај протокол и краљ Петар прогласио пунолетним, како би могао да преузме власт. Убрзо затим, Немачка је одлучила да брзим нападом окупира и Краљевину Југославију (Вулић, Обрадовић, 2021: 15). Такав друштвено-историјски контекст, предратна атмосфера и сам почетак рата могли су утицати на начин извештавања.

Предмет анализе овог рада биће, дакле, крагујевачки лист који је излазио од 5. маја 1936. до 8. априла 1941. године – *Одјек Шумадије*. Овај лист одабран је због своје уређивачке политике, као један од ретких међуратних листова који је имао одлике

савремених таблоида. Његов значај огледа се и у томе што је на територији града Крагујевца једини штампан у току 1941. године, због чега можемо претпоставити да је у том периоду био значајан извор информисања ондашњих грађана.

Милован Пантовић Ганди био је оснивач и уредник *Одјека*, а уједно и аутор највећег броја текстова. Новине су коштале један динар, а редакција је била на Пантовићевој кућној адреси. У новинама су се, између осталог, могли прочитати непрекидни апели за помагање сиромашнима и гладнима, вести о неморалу појединаца, званична саопштења полицијских и војних власти (Milanović, 2012: 356). Мада сам лист себе дефинише као *независни информативни лист за економска и друштвена питања Крагујевца*, што је назначено на свакој насловној страни испод његовог наслова, у овом листу биле су присутне одлике таблоида. Вулић и Обрадовић *Одјек* дефинишу као информативни лист са одликама таблоида, истичући да је од тих одлика овом листу једино недостајало да остварује профит. Они истичу да су честе биле теме попут брачних превара, крађа, туча итд. Уреднички концепт био је такав да се на насловној страни новина објављују најважније вести из Крагујевца и земље, као, на пример, о електрификацији, порезима, седницама у граду или Народној скупштини, али је на првој страни неретко објављиван и позив за помоћ сиромашним грађанима. Лист је углавном имао четири стране, на којима су биле распоређене редовне рубрике са вестима из привреде, спорта, затим вести о отварању болница, удружењима која брину о старима, градским доброторима, прикупљању помоћи за сиромашне са њиховим адресама, док је последња страна била посвећена огласима (Вулић, Обрадовић, 2021: 22).

На примеру новина *Одјек Шумадије* биће проучена презентација догађаја и личности са фокусом на жанровско одређење, то јест кроз одабир жанрова који су карактеристични за таблоидно новинарство, а које тадашња штампа није употребљавала (допринос таблоида популаризацији жанрова). Таблоиди трансформишу концепт вести и уводе нове новинарске форме – *human-interest story*. *Human-interest story*, или такозвана „топла људска прича” је прича о појединачним људским искуствима чији је циљ да код публике буди јака осећања према одређеној теми, било позитивна или негативна (Mirkov, 2019: 142). Поред тема о политичким дешавањима и транспорту, таблоиди укључују вести о криминалу. Њихов утицај огледа се и у популаризовању новинарског жанра интервјуа. До настанка таблоида сматрало се да ова форма задире у приватност саговорника, а данас је она више норма него изузетак

(Örnebring & Jönsson, 2004). Због тога ће анализом садржаја бити установљено у којим се жанровима најчешће појављују таблоидни садржаји.

Наведене чињенице сведоче о значају таблоида у процесу популаризовања самог новинарства и ширењу утицаја медија, због чега се очекује да резултати овог истраживања укажу на то каквим је садржајима, језиком и стилским решењима анализирани лист *Одјек Шумадије* допринео већој читаности новина на територији града Крагујевца. Због тога су резултати истраживања значајни са аспекта изучавања историје новинарства, медијски важног историјског периода и развоја таблоидног новинарства.

Главни циљ истраживања је да се релевантном научном анализом лист *Одјек Шумадије* смести у одговарајући контекст фокусирајући се на карактеристике текстова који су препознати као таблоидни. Поред тога, циљ је истражити карактеристике новинарских жанрова коришћених у овом контексту, као и то на који су начин обликовани текстови чији се садржај процењује као таблоидан. Још један од циљева је испитивање друштвено-историјског контекста у коме су новине објављиване. Како се медији могу посматрати као интерпретација стварности, а кроз историју су често били изложени политичком, културном и друштвеном утицају, значајно је испитати у којим је условима настао лист *Одјек Шумадије*.

С обзиром на то да уредник лист дефинише као *независни информативни лист за економска и друштвена питања Крагујевца*, а примећене су одлике таблоида, циљ овог рада је испитати које новинарске функције овај лист испуњава. Дефиниција оснивача Би-Би-Сија Лорда Рајта о основним одговорностима јавног сервиса била је да „забавља, информише и образује”. Ове функције су у другим европским земљама прихваћене као основне новинарске функције (Holtz-Bacha & Norris, 2001).

За дефинисање циљева рада важно је напоменути конструкционистичку улогу медија. Конструкционистичку теорију са аспекта теорија комуникације веома значајном чине „схватање реалности као социјалног конструкта и језика као кључног у процесу стварања тог конструкта” (Marković, 2018: 135). На ову теорију се теоретичари позивају како би објаснили на који начин публика помоћу медијски генерисаних слика осмишљава друштвене и политичке догађаје (Алексић, 2020: 15).

Поред тога, таблоидизација је процес који захвата све врсте медија, а све већи број њих усвајаја њене карактеристике, делом и због убрзаног технолошког развоја који условљава медије да се рапидно прилагођавају новонасталим тржишним правилима. То очигледно утиче на начин на који ће се новинарство развијати у будућности, због чега је изузетно значајно истраживати ову тему, као и њен историјат.

4.2. Истраживачка питања и хипотезе

У односу на представљени циљ истраживања, постављене су следеће хипотезе и истраживачка питања:

Основна хипотеза: У начину извештавања *Одјека Шумадије* присутне су одлике таблоидног новинарства, због чега се он може посматрати као претеча српских таблоида.

Прва помоћна хипотеза: У текстовима *Одјека Шумадије* практикује се новинарска форма која задире у приватну сферу грађанског живота – приче о појединачним личним искуствима (*human-interest*).

Друга помоћна хипотеза: Језик и стил писања *Одјека Шумадије* је поједностављен, ближи разговорном него публицистичком стилу.

Трећа помоћна хипотеза: Друштвено-историјски услови у којима је *Одјек Шумадије* објављиван утицали су на његову уређивачку политику и начин извештавања.

Истраживачко питање 1: У којој мери је присутна свака од три поменуте новинарске функције и која је доминантна?

Истраживачко питање 2: Колико објављени садржаји у *Одјеку Шумадије* имају одлике локалних медија?

Истраживачко питање 3: У којој мери текстови *Одјека Шумадије* представљају рефлексију тадашњег друштвеног живота?

Истраживачко питање 4: Који елементи таблоидног извештавања су присутни у текстовима *Одјека Шумадије*?

Истраживачко питање 5: У којим се жанровима најчешће појављују таблоидни садржаји?

Истраживачко питање 6: Које су језичко-стилске карактеристике текстова са таблоидним садржајем и у којој мери је заступљена теорија и техника писања новинарског текста?

4.3. Истраживачке методе

Сходно предмету и циљевима истраживања, у дисертацији ће најпре бити коришћен општи научни метод, који подразумева анализу релевантне литературе. Такође, у раду ће бити примењена критичка анализа дискурса која укључује квантитативну и квалитативну анализу садржаја. Осим тога, због специфичности истраживања биће коришћен и историјски метод, помоћу којег ће бити проучен историјски развој таблоидног новинарства и студија случаја.

Студија случаја је једна од најчешће коришћених метода квалитативног истраживања сложених друштвених феномена, било појединачних, групних, организационих, друштвених, политичких или сродних феномена (Yin, 2009; Yazan, 2015). На примеру листа *Одјек Шумадије*, студијом случаја биће истражено на који се начин развијало таблоидно новинарство у Србији у периоду између два рата.

У раду ће бити примењена анализа садржаја као једна од најзначајнијих истраживачких техника у друштвеним наукама и најчешће коришћених метода за истраживање медијског садржаја. Она настоји да анализира податке у оквиру специфичног контекста с обзиром на значења која им неко – група или култура – приписује. Најчешћи извори који се истражују анализом садржаја јесу масовни медији (Krippendorff, 2018), а анализа медијског садржаја је специјализовани подскуп анализе садржаја, добро успостављена методологија истраживања (Masnamara, 2005: 1). За потребе квантитативне анализе индуктивним приступом биће дефинисан кодни лист како би се утврдила заступљеност категорија релевантних за ово истраживање – жанровска заступљеност, вредносни контекст, однос аутора и заступљеност основних новинарских функција (информисање, едуковање и забава) у текстовима. Са друге стране, квалитативна анализа неопходна је како би се установила уређивачка политика самог листа – која је новинарска функција доминантна и које су теме заступљене.

Квалитативно ће бити анализирани текстови како би се утврдиле карактеристике таблоидног новинарства тог доба, карактеристике новинарских жанрова који су коришћени, карактеристике наслова, као и језик, стил и стилска решења за приказивање личности и догађаја. Квалитативна анализа садржаја ослања се на критичку анализу дискурса Теуна ван Дијка, која поред лингвистичког приступа укључује и социјални и историјски контекст који су неопходни за овакву врсту истраживања. Применом критичке анализе дискурса биће омогућен детаљнији увид у сам начин извештавања *Одјека Шумадије*, кроз проучавање жанровских и језичко-стилских карактеристика, како би се издвојили модели и обрасци који су карактеристични за таблоидно извештавање. Поред тога, биће испитана и конструкција текста, његова графичка опремљеност и објективност аутора. Јединица анализе биће новински текст.

С обзиром на то да корпус чине новински текстови, у дисертацији ће бити примењен и дескриптивни метод.

Лист је излазио у периоду од 1936. до 1941. године различитом динамиком. До 1938. године штампа се као полумесечник, а последње три године излажења као недељник. Корпус истраживања обухватиће 79 бројева, који су дигитализовани и доступни на сајту Народне библиотеке „Вук Караџић” у Крагујевцу. Концепцију штампања самих новина, то јест чињеницу да су у одређеном периоду излазиле као полумесечник, а затим као недељник, може оправдати и чињеница да су оне објављиване онда када су финансијске могућности власника Милована Пантовића то дозвољавале, како је и истакнуто у једном од уводника листа (*Одјек Шумадије*, 1. септембар 1938, бр. 7, стр. 1).

4.3.1. Медијско уоквиривање

Концепт *медијског уоквиривања* једно је од најплоднијих подручја савремених истраживања у области комуникација и новинарства (Matthes, 2009: 349). Уоквиривање је начин класификације и категоризације информација који омогућава публици да свету око себе да одређени смисао (Goffman, 1974). Уоквирити значи изабрати неке аспекте перципиране стварности и начинити их истакнутијим у комуникацијском тексту, на начин који промовише одређену проблематику, интерпретацију узрока, моралну процену и/или препоруку за обраду (Entman 1993: 52).

Уоквиривање постоји онда када услед промене у презентацији неког питања или догађаја дође до промене мишљења публике. Његова главна премиса је да се одеђено питање може посматрати и тумачити из различитих перспектива. Уоквиривање се односи на процес којим људи развијају одређену концептуализацију друштвеног питања или преусмеравају своје размишљање о проблему. У комуникацији, оквири организују стварност и пружају значење расплету догађаја; они промовишу одређено дефинисање и тумачење датог проблема (Chong & Druckman, 2007: 105, 106). Сврха медијског уоквиривања је покушај да се утиче на појединце и групе да размишљају, процењују и делују у односу на тему у складу са контекстуалним информацијама кодираним у референтном оквиру. У овом процесу, комуникатори се смењују као пошљилаоци и примаоци. Тако некадашњи чланови публике могу стварати и слати медијске оквири, а то је посебно омогућено захваљујући технолошком развоју интернет комуникације, која скоро сваком појединцу пружа могућност да дође до публике. Међутим, Д'Анцело указује на разлику између убеђивања и уоквиривања. Убедљиве поруке су осмишљене са циљем да промене мишљење или став о одређеном објекту, док медијски оквири обликују подлоге на основу којих појединци и групе размишљају, тумаче, вреднују и делују у односу на тему (D'Angelo, 2017). То заправо значи да, уколико се пред појединце стави двосмислена или неизвесна ситуација, како ће одговорити на њу – зависи од начина на који је порука представљена или уоквирена, од терминологије која се користи за описивање проблема или визуелног контекста који се налази у поруци. У том смислу, медијски оквири повезују менталне тачке за јавност – сугеришу везу између два концепта тако да након излагања уоквиреној поруци публика прихвата или је барем свесна повезаности (Nisbet, 2010: 46,47).

Медијски оквир је писани, говорни, графички или визуелни модалитет поруке који комуникатор користи за контекстуализацију теме. У том смислу, контекстуализација се односи на циљно понашање комуникатора којим успоставља референтни оквир за тему. Један од начина да се то учини је *emphasis framing*, где комуникатор више пута повезује одређене информације и намерно изоставља потенцијално релевантне информације у настојању да дефинише тему и донесе скуп судова о њој. Други начин успостављања референтног оквира је *equivalency framing*. У овом случају комуникатор представља тему која захтева доношење одлуке у смислу опција ризика које се формулишу као добици или губици (D'Angelo, 2017).

Оквири се реализују кроз специфичне текстуалне и визуелне елементе, а то могу бити кључне речи, цитати, фразе, специфичан избор језика, метафоре итд. Такође, могу бити стереотипне слике или специфични „фотографски избори”, као што су угао камере и фокус, тј. визуелно кадрирање које нуди одређену слику стварности. Такви текстуални и визуелни избори у стварању вести заправо представљају специфичне конструкције приказаних догађаја (Belmonte & Porto, 2020: 56). Они заправо поједностављују сложена питања тиме што већу важност или тежину придају одређеним разматрањима и аргументима у односу на друге. Међутим, медијски оквири могу утицати на ток дебате међу грађанима, али они ретко искључиво одређују јавно мњење. Највећи утицај има онај „интерпретативни пакет” који се је у складу са популарном културом, уклапа се у медијске праксе или је у великој мери спонзорисан од стране елите (Nisbet, 2010: 47).

Приликом уоквиривања, најпре је неопходно да се проблем или догађај идентификују. Затим истраживач, како би разумео на који начин оквири у комуникацији утичу на јавно мњење, мора изоловати одређени став – а сваки став има другачији оквир. На основу оквира се ствара кодна листа. Када је сет оквира идентификован, наредни корак је избор извора за анализу садржаја (што су углавном масовни медији, укључујући утицајне новине, часописе, веб локације и телевизијске емисије). Кодери затим анализирају унапред одређени узорак, идентификујући присуство или одсуство једног од унапред дефинисаних оквира (Chong & Druckman, 2007: 106, 107).

Матес (енг. Matthes, 2009), вођен тиме да су аутори суочени са огромном разноликошћу теоријских и практичних схватања оквира, пружа систематску анализу студија медијског уоквиривања у водећим светским часописима за комуникацију. Он у свом истраживању анализира садржај 131 студије објављене у петнаест међународних часописа, са циљем да пружи систематичније и детаљније знање о томе како истраживачи разумеју и мере оквири (Matthes, 2009: 349). У свом раду он долази до резултата да се, у дотадашњим објављеним истраживањима, највећи број аутора приликом дефинисања медијског уоквиривања позивао на Ентмана. Ентманова изворна дефиниција овог проблема, која је анализу медијског уоквиривања учинила живом и значајном методологијом, већ је понуђена у овом раду.

Теорија успостављања дневног реда често се изучава у контексту или заједно са теоријом уоквиривања, као њен део, јер су обе фокусиране на дефинисање оних проблема који завређују пажњу јавности (Aleksić, 2021: 66).

4.3.2. Студија случаја

Студија случаја примењује се у многим областима, попут антропологије, пословања, комуникација, економије, образовања, медицине, политичких наука, социјалног рада и социологије (Gerring, 2006: 3), и карактеристична је за друштвене науке и науке о животу (Heale & Twycross, 2018: 8). Она се може дефинисати као интензивно проучавање појединачне јединице са циљем генерализовања на већи скуп сличних јединица (Gerring, 2004: 341). Предмет истраживања посматра се детаљно и интензивно, сав фокус је на предмету, који се испитује из више углова. Студија случаја заснива се на праћењу једног или неколико случајева у природном окружењу, „у стварном сплету унутрашњих и спољашњих околности у којима он постоји или се одвија” (Branković, 2009), а у примени студије случаја, *случај* означава просторно ограничену појаву или јединицу која се посматра у једном тренутку или током неког временског периода (Gerring, 2006).

Студија случаја се врло често појављује у образовним и другим истраживањима друштвених наука, али је, упркос томе, она недоследно дефинисана. Ван Вајнзберг и Кан истичу да, због тога што се користи као свеобухватна категорија за различите истраживачке методе, методологије и дизајне, она губи своје значење, те предлажу прецизнију и свеобухватнију дефиницију:

„Студија случаја је транспарадигматска и трансдисциплинарна хеуристика која укључује пажљиво разграничење феномена за које се прикупљају докази (догађај, концепт, програм, процес, итд) ” (VanWynsberghe & Khan, 2007: 80).

Томас (Thomas, 2012) такође преиспитује сложену природу студије случаја и нуди следећу дефиницију:

„Студије случаја су анализе особа, догађаја, одлука, периода, пројеката, политика, институција или других феномена који се холистички проучавају једном или више метода да би се осветлила и експлицирала нека аналитичка тема” (Thomas, 2012: 12).

Слично објашњење понудио је и Бранковић, који студију случаја одређује као истраживачки приступ или стратегију, а не као истраживачки метод. Узрок томе је чињеница да је ова стратегија нешто шире од метода, „она често укључује и посматрање и испитивање, дубинске интервјуе, анализу садржаја” (Branković, 2009: 143).

Геринг (Gerring, 2006) своју књигу „Истраживање студије случаја: Принципи и праксе”, у којој испитује и анализира студију случаја, започиње поглављем које носи назив „Загонетка студије случаја”. Оваквим одабиром речи аутор илуструје чињеницу да студија случаја није прецизно дефинисана, али и напоре истраживача да овај приступ истраживању дефинишу. Ипак, већ у првом пасусу Геринг нуди једноставну метафору којом разјашњава природу студије случаја. На примеру изградње куће, истиче да постоје два приступа проучавању изградње – могуће је проучавати конструкцију чак и стотину кућа, а могуће је проучавати и конструкцију одређене куће. Први приступ била би метода унакрсних случајева, а друга студија случаја. Оба приступа посвећена су истом циљу, али до њега иду различитим путевима (Gerring, 2006: 1).

4.3.3. Критичка анализа дискурса

Критичка анализа дискурса (КДА) један је од приступа анализе дискурса. Овај приступ, између осталог, примењује се због чињенице да савремена истраживања комуникације од научника захтевају не само објективно констатовање проблема који испитују, већ и критичку поруку и препоруку „друштву о односу према проблему који се проучава” (Vuković, 2014: 97).

КДА се бави односима моћи и неједнакости у језику (Blommaert & Bulcaen, 2000: 447). Полазиште ове специфичне области даје Норман Ферклаф (Norman Fairclough) у својој књизи „Језик и моћ” (*Language and Power*). Она говори о језику и моћи, тачније, о везама између употребе језика и неједнаких односа моћи. Применом КДА анализирају се друштвене интеракције уз фокусирање на њихове лингвистичке елементе, а циљ је да се покажу њихове генерално скривене детерминанте у систему друштвених односа, као и скривени ефекти које могу имати на тај систем (Fairclough, 1988: 1,5). Дакле, критичка анализа дискурса усмерена је на оне позиције моћи које се у дискурсу производе као подразумеване, а не наметнуте. КДА истражује улогу дискурса

у репродукцији доминације, а доминација се овде дефинише као испољавање друштвене моћи од стране елита, институција или група, што резултира друштвеном неједнакошћу, укључујући политичку, културну, класну, етничку, расну и родну (Van Dijk, 1993: 249, 250). То значи да језик, поред тога што је средство изражавања, ствара и друштвену неједнакост. Учесници комуникације врло често нису једнаки и не могу у истој мери контролисати контекст, а то имплицира да неко од учесника има моћ над другима. У том смислу, предмет критичке анализе је злоупотреба друштвене моћи тамо „где је главно средство за доминацију над другима језик” (Vuković, 2014: 97).

Критичка анализа дискурса никада није била једна, специфична теорија и не постоји јединствено одређен методолошки поступак за њено спровођење. Напротив, студије критичке анализе дискурса су разноврсне, изведене из различитих теоријских позадина и оријентисане на различите податке и методологије (Weiss & Wodak, 2007: 12). Циљ анализе дискурса је да транспарентним учини некада замагљене „везе између пракси дискурса, друштвених пракси и друштвених структура” (Sheyholislami, 2001: 1). Иако је КДА примарно одређена као лингвистичка анализа, она се у медијским студијама користи за анализу медијских текстова и интертекстуалног односа између повезаних медијских садржаја. Фелан (Phelan) идентификује три нивоа анализе медијских текстова. Први ниво је најближи лингвистици, и на овом нивоу истраживачи објашњавају семантичка и граматичка својства медијских жанрова и идеолошку функцију делова текста попут наслова и лида. Други ниво се концентрише на интердискурзивни и интертекстуални карактер медијских дискурса, а истраживачи на овом нивоу истражују на који се начин врши репрезентација, конструишу идентитети и друштвена припадност – ко може да говори, који су дискурси привилеговани, а који одсутни. И последњи, трећи ниво, односи се на социолошке импликације медијских дискурса, што значи – на испитивање утицаја медијске репрезентације на конструисање различитих друштвених феномена попут расизма, феминизма, климатских промена и слично (Phelan, 2017).

4.3.4. Квантитативно-квалитативна анализа садржаја

У истраживањима у оквиру друштвених наука, а посебно у истраживањима комуникација, метода анализе садржаја веома је заступљена. Ова метода подразумева проучавање забележене људске комуникације са циљем да одговори на класична питања истраживања комуникација: „Ко шта каже, коме, зашто, како и са којим

ефектом?” (Babbie, 2012: 296). Она „пружа систематска и објективна средства за доношење ваљаних закључака из вербалних, визуелних или писаних података у циљу описивања и квантификације специфичних појава“ (Downe-Wamboldt, 1992: 314).

Прва испитивања новинског садржаја применом ове методе забележена су у 17. веку, а спроводила их је црква, забринута због „ширења штампаног материјала нерелигиозне природе” (Krippendorff, 2004: 3). Као истраживачки метод постала је све популарнија двадесетих и тридесетих година двадесетог века, због истраживања филмова, а као методу за проучавање масовних медија, анализу медијског садржаја увео је Харолд Ласвел (Harold Lasswell) са циљем проучавања пропаганде (Macnamara, 2005: 1).

Анализа медијског садржаја је специјализовани подскуп анализе садржаја, и иако не постоји јединствен скуп правила и процедура примене анализе садржаја, Крипендорф процедуру методе сажима у пет корака: формулисање истраживачког питања, одабир узорка, дефинисање категорија за кодирање, кодирање садржаја и провера поузданости кодирања и анализа и тумачење података (Krippendorff, 1980, према Herring, 2004).

Методологија истраживања заснована је на квантитативној и квалитативној анализи садржаја новинских тесктова објављених у листу *Одјек Шумадије*. Корпус истраживања обухвата све доступне бројеве наведеног листа, а постављени временски оквир подразумева период од 5. маја 1936, када је објављен први број *Одјека Шумадије*, до 8. априла 1941. године, када је штампан последњи примерак. У оквиру овог временског интервала доступно је укупно 79 бројева.

У 1936. години објављено је шест бројева (1-6), а сваки од њих на по четири стране. Након једногодишње паузе током 1937. године, лист наставља са издавањем у 1938. години, када је објављено 15 бројева (7-21). Највећи број свезака, чак 42, објављен је 1939. године (1-42), са неким издањима која су садржала већи број страница него што је било уобичајено. Број објављених свезака у 1940. години није познат, а доступна је само једна – број 30. Коначно, у 1941. години штампано је 18 бројева (од броја 1 до броја 18), при чему су сви доступни за анализу. Бројеви 8 и 18 из 1938. године, као и број 23 из 1939. године, нису били доступни за анализу и нису обухваћени истраживањем.

Како је претходно наведено, динамика излажења листа није била уједначена током целокупног периода, те је он најпре штампан у интервалима од две недеље, а касније као недељник.

Лист *Одјек Шумадије* је штампан на четири стране, са мањим изузецима у празничним бројевима (Нова година, Божић, Ускрс) када је штампан на више страна, при чему је последња страна била у потпуности посвећена огласима. С обзиром на то, последња страна није укључена у анализу. Основна јединица анализе дефинисана је као појединачни новински текст. За потребе истраживања конструисан је кодни лист (Прилог 1) који садржи релевантне категорије засноване на истраживачким хипотезама и циљевима.

5. Резултати истраживања

5.1. Квантитативно-квалитативна анализа садржаја са дискусијом

Укупно је анализиран 3201 новински текст објављен у свим доступним издањима листа *Одјек Шумадије*, при чему огласи нису били предмет истраживања. Сви текстови су кодирани у складу са дефинисаним категоријама из кодног листа, а у наставку следи детаљна анализа добијених резултата.

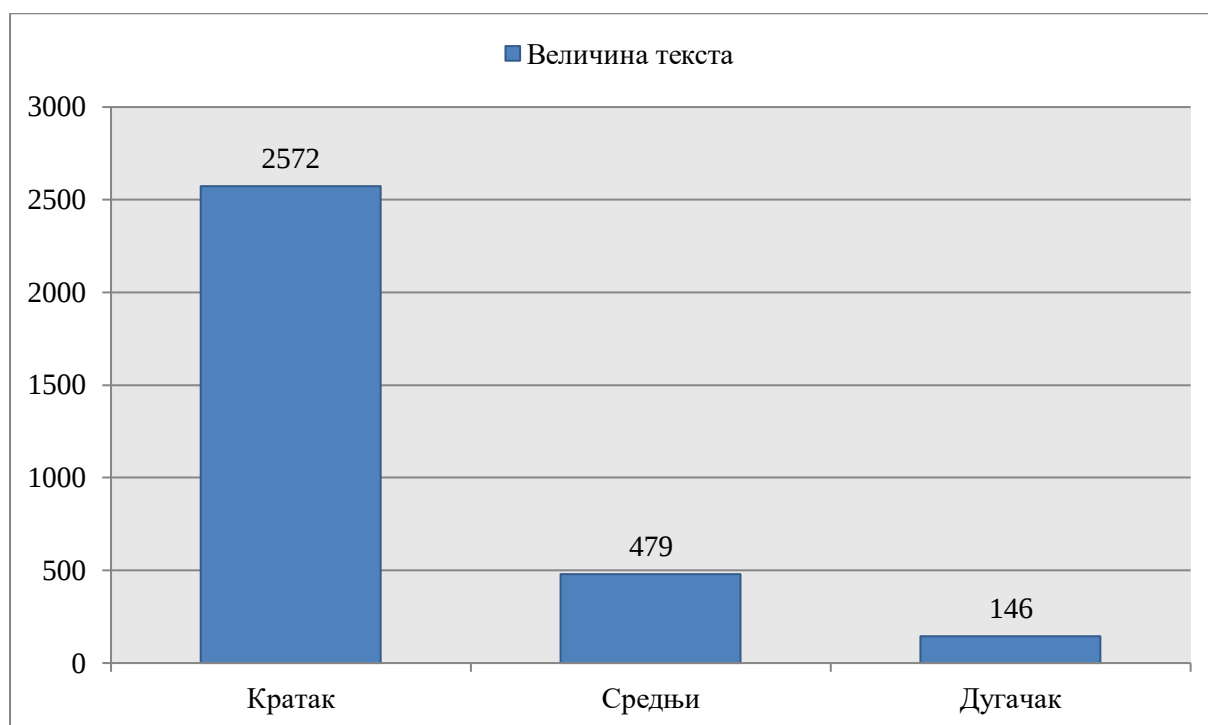
Фреквенција објављивања текстова по годинама у анализираном периоду (1936–1941) показује неуједначену расподелу броја објављених текстова (Табела 3). Од укупног броја текстова – 3201, расподела по годинама била је следећа: 1936. године објављена су 154 текста, што чини 4,81% укупног броја објављених текстова. За 1937. годину није доступан ниједан текст. У 1938. години објављено је 445 текстова, односно 13,90% укупног броја. Највећи број забележен је 1939. године, када је објављено 2105 текстова, што представља 65,76% укупног броја. За 1940. годину доступна су само 73 текста, или 2,28%, док су 1941. године објављена 424 текста, односно 13,25% укупног броја.

Табела 3: Фреквенција објављивања текстова по годинама

Година	Број објављених текстова
1936.	154 (4.81%)
1937.	0
1938.	445 (13.90%)
1939.	2105 (65.76%)
1940.	73 (2.28%)
1941.	424 (13.25%)

Више од две трећине доступног анализираног материјала (65.76%) објављено је 1939. године, што значајно може утицати на укупне резултате анализе. Због тога је приликом тумачења резултата битно узети у обзир чињеницу да је примећен дисбаланс у фреквенцији објављивања. Поред тога, битно је нагласити да на овако неуједначен број објављених текстова утиче и чињеница да је учесталост излажења листа варирала: до 1938. године листе је штампан два пута месечно, док је у наредном периоду, до 1941. године, излазио четири пута месечно.

Графикон 1: Величина објављених текстова



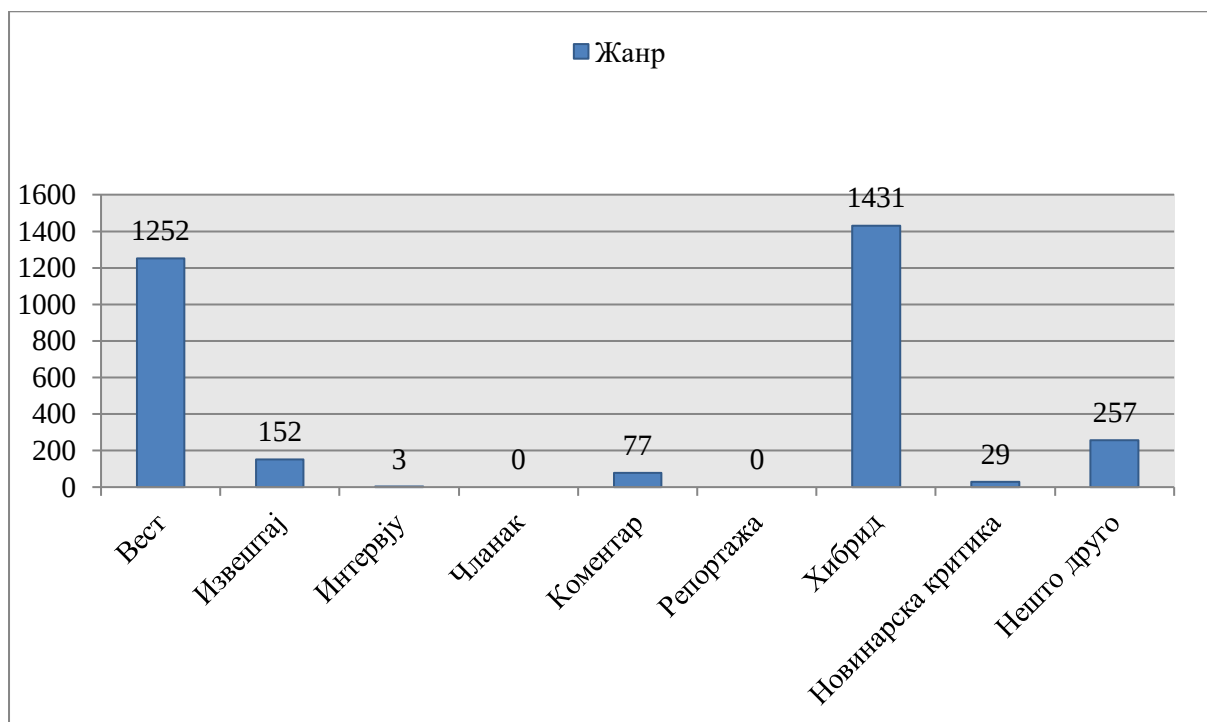
Када је реч о дужини текстова (Графикон 1) објављених у новинама *Одјек Шумадије*, доминирају кратки текстови, који чине 80,48% (односно 2572 текста) укупног корпуса. Средње дуги текстови чине 14,98%, (479) док је учешће дугих текстова минимално – 4,57% (146).

Доминантна заступљеност кратких текстова указује на могућу присутност карактеристика таблоидног новинарства, с обзиром на то да таблоиди генерално фаворизују концизне, лако читљиве садржаје са нагласком на брзи пренос информација. Ову претпоставку додатно потврђује чињеница да текстови из рубрика „Шта се прича”, „Шта се говори”, „Заврзлама” и „Рапорт”, које су идентификоване као носиоци таблоидних карактеристика, припадају управо категорији кратких текстова. Детаљна анализа ових рубрика и њихове улоге у обликовању медијског дискурса *Одјека Шумадије* биће разматрана у наредним поглављима.

Дужина текстова у *Одјеку Шумадије* стога може бити један од индикатора који доприноси позиционирању овог листа у оквиру таблоидног новинарства и потврђује његову оријентацију ка лаким, брзо читљивим садржајима. Са друге стране, ограничена заступљеност дугих текстова додатно указује на претежно површан приступ обради

информација, што се може интерпретирати као један од показатеља таблоидног приступа извештавању.

Графикон 2: Жанр објављених текстова



Заступљеност жанрова (Графикон 2) у *Одјеку Шумадије* показује изразиту доминацију кратких форми, што је у складу са претходно утврђеном доминацијом кратких текстова. Најзаступљенија форма у новинама су хибриди (1431, 44,70%) и вести (1252, 39,11%). То указује на њихов примарни фокус на брзо преношење актуелних информација, што је у складу са карактеристикама таблоидног новинарства. Затим следе текстови који су окарактерисани као „нешто друго” (257, 8,03%), а који углавном обухватају званична саопштења власти, наредбе и спискове хуманитараца које уредник објављује – реч је о садржајима који се по својој форми не могу сврстати ни у један новинарски жанр. Извештаји (152, 4,75%), који су такође преовлађујући жанр, представљају текстове који пружају основне информације о догађајима, али без дубљег истраживања или анализе, што додатно потврђује претежно површан приступ обради тема. Затим, када је у питању присуство интервјуа (3) и коментара (77), оно је значајно ограничено, што указује на недостатак дубљих, аналитичких и личних

приступа темама, као и на изостављање детаљних и критичких погледа који би могли дати дубљи увид у друштвене и политичке аспекте локалног живота. Ово се може посматрати као потврда претпоставке да *Одјек Шумадије* није пружао значајну платформу за озбиљније новинарске форме као што су репортажа и чланак, који би захтевали дубље истраживање и пажљиво сагледавање тема. Недостатак ових жанрова доприноси **доказивању хипотезе** да *Одјек Шумадије* није тежио дубљем новинарском истраживању и анализи, већ се фокусирао на кратке и информативне форме, које су карактеристичне за таблоидни приступ извештавању. Поред тога, ниска заступљеност жанрова који подразумевају дубљи друштвени контекст указује на недостатак информација које грађане могу навести на критичко освртање на друштвене и политичке проблеме локалне заједнице, што је такође у складу са хипотезом да је ово новинарство више усмерено на сензационалистички и површнији приступ информацијама.

Када је реч о форми и садржини вести објављиваних у *Одјеку Шумадије*, оне се у одређеним аспектима разликују од савременог концепта вести, што је и очекивано, с обзиром на промене које су се дешавале у развоју новинарске праксе и трансформацији жанрова.

Вест се дефинише као „најсажетије уобличавање података у писану, говорну или визуелну информацију” (Јевтовић, Петровић и Арацки, 2014: 158). Иако су њихов облик и структура еволуирали кроз историју, вести су увек садржале неке од елемената „5W” система, одговарајући на питања ко, шта, када, где и како. Тек у 19. веку вести добијају карактеристичне лидове, док су у ранијим периодима често објављиване без наслова и пратећих илустрација или фотографија (Јевтовић, Петровић и Арацки, 2014: 161), што је повремено случај и у *Одјеку Шумадије*. Фотографије и илустрације готово никад нису пратиле вести, а оне су често објављиване и без наслова.

Највећи број вести у листу *Одјек Шумадије* објављен је у рубрици „Вести”. Садржај ових текстова у значајној мери одговара савременом схватању новинарске вести; међутим, у овој рубрици су, поред стандардних вести о актуелним догађајима, уочене и информације засноване на непотврђеним гласинама, као и информације о приватним животима грађана Крагујевца.

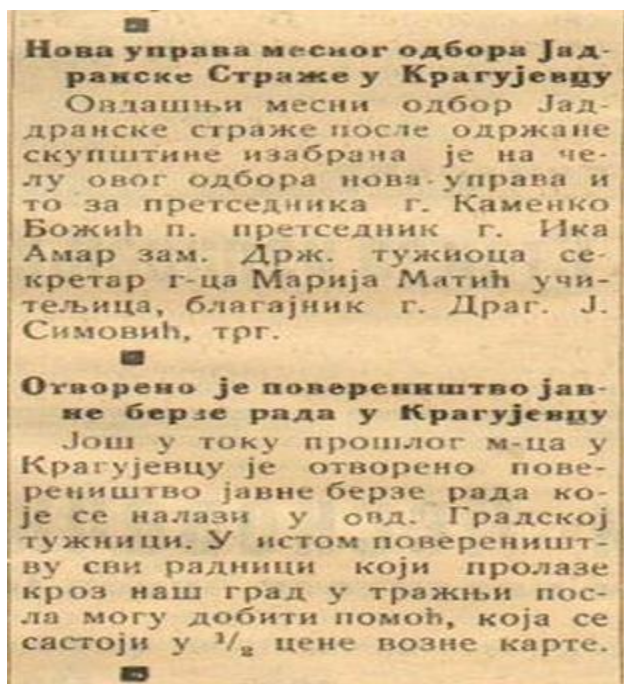
О специфичностима новинарског приступа у овом листу говори чињеница да је рубрика „Вести” обухватала широк спектар садржаја, од службених информација до

личних прича. Вести се могу сврстати у најмање три категорије, које смо одредили као: локалне вести, меке вести и вести о приватним животима грађана.

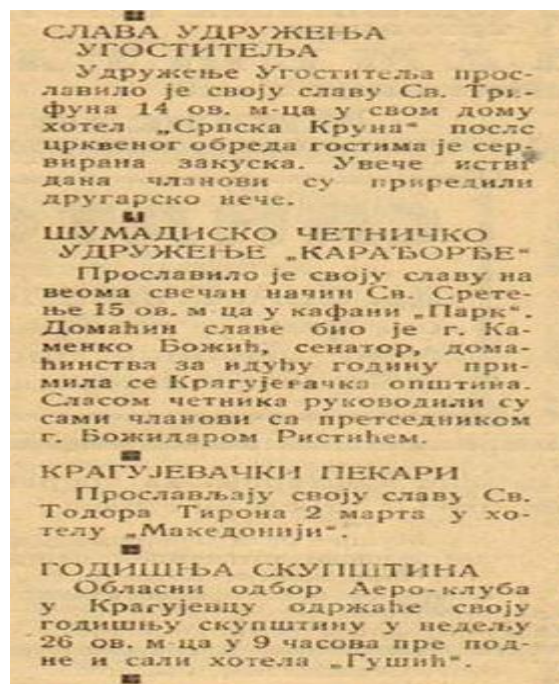
На првом месту су локалне вести, које су информисале грађане о актуелностима у Крагујевцу, попут избора нових месних управа, годишњих скупштина различитих одбора и јавних предавања. Поред тога, у овој категорији нашле су се и вести о службеним премештајима, постављењима и пензионисањима различитих професионалаца, укључујући судије, тужиоце и занатлије.

Илустративан пример овог приступа представља вест објављена у петом броју у првој години излажења листа, под насловом: „Отворено је повереништво јавне берзе рада у Крагујевцу”: „Још у току прошлог м-ца у Крагујевцу је отворено повереништво јавне берзе рада која се налази у овд. Градској тужници. У истом повереништву сви радници који пролазе кроз наш град у тражњи посла могу добити помоћ, која се састоји у ½ цене возне карте” (Одјек Шумадије, 26. јул 1936, бр. 5, страна 3). Ова вест о отварању повереништва јавне берзе рада у Крагујевцу представља типичан пример вести о актуелним дешавањима у граду. Она на првом месту има информативни карактер, јер грађане обавештава о отварању нове институције и начину њеног функционисања. Тон и стил извештавања у овој вести у складу су са класичним новинарским извештавањем – тон је формалан и службен, без емоционалног набоја и присуства сензационализма. Тема вести је локална и односи се на запошљавање и финансијску помоћ радницима, једној од социјално најосетљивијих група. Тиме се потврђује друштвена ангажованост листа и његова усмереност ка информисању грађана о практичним и социјално значајним питањима.

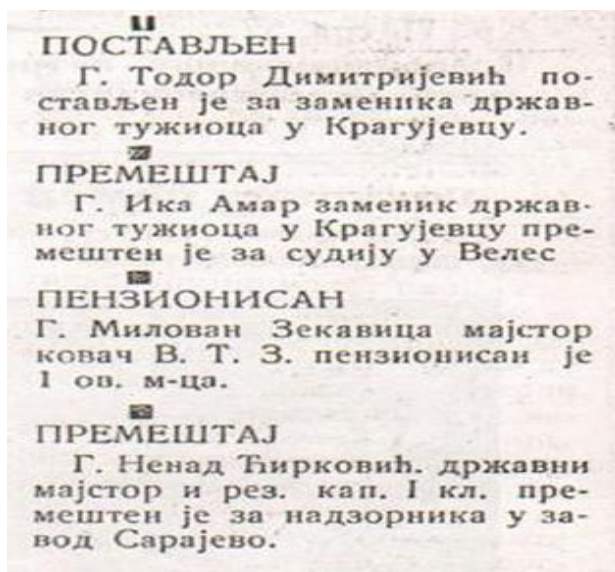
У наставку су приказане фотографије које илуструју ову категорију (Слика 6, Слика 7, Слика 8, Слика 9).



Слика 6: Рубрика *Вести*, 26. јул 1936, *Одјек Шумадије* бр. 5, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)^{24 25}



Слика 7: Рубрика *Вести*, 25. фебруар 1939, *Одјек Шумадије* бр. 3, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)²⁶



Слика 8: Рубрика *Вести*, 15. октобар 1938, *Одјек Шумадије* бр. 10, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)²⁷



Слика 9: Рубрика *Вести*, датум непознат, 1938, *Одјек Шумадије* бр. 8, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)²⁸

²⁴ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

²⁵ Приликом финалне провере извора за дисертацију (11. 12. 2025. године) примећено је да је првобитно доступни дигитални архив Народне библиотеке „Вук Караџић“ у Крагујевцу привремено ван функције, уз приказану поруку: „Search is temporarily unavailable, we are working to bring it online!“. Новине *Одјек Шумадије* преузете су раније и коришћене за анализу.

²⁶ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

²⁷ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

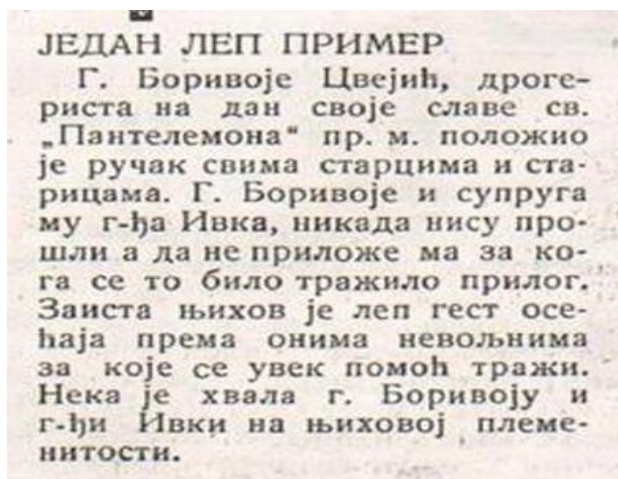
²⁸ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

Осим класичних локалних вести, у рубрици су заступљене и меке вести, односно извештаји који истичу појединачне животне ситуације грађана, чиме се приближавају концепту *human-interest* новинарства. У ову групу спадају, на пример, вести о изгубљеним и пронађеним предметима, поступцима појединаца који су привукли пажњу заједнице или мањим локалним догађајима од значаја за грађане (Слика 10 и Слика 11).

Пример који илуструје овакав приступ објављен је 20. јула 1938. године под насловом: „Један леп пример поштења”, и гласи:

„Г. Милан син г. Милована Пољаковића, овд. пензионера нашао је код циглане изгубљених 15.300 дин., нађени новац предао је Претстојништву Градске полиције. Власник нађеног новца био је г. Јаћим Петровић рабација. Интересантно је да је нађени новац пре донет него што пријављен да је изгубљен. На име награде г. Петровић дао је г. Пољаковићу 1000 динара” (Одјек Шумадије, 20. јул 1938, бр. 5, страна 3).

Ова вест представља недвосмислени пример меке вести, јер истиче индивидуални чин поштења и има изразиту *human-interest* димензију. Њен примарни циљ није искључиво информативан, већ тежи да изазове позитивну емоцију код читалаца и афирмише друштвене вредности. Тон и стил извештавања су непосредни и концизни, са нагласком на неочекиваност догађаја („Интересантно је да је нађени новац пре донет него што пријављен да је изгубљен”), што је карактеристично за меке вести и новинарски приступ близак таблоидном извештавању. Оваквим стилем аутор настоји да читаоца ангажује и емотивно и когнитивно. Иако у овој вести није присутан сензационализам у експлицитном облику, сам избор теме и начин њеног представљања указују на приступ ближи булеварској штампи него класичном извештавању.



Слика 10: Рубрика *Вести*, 1. септембар 1938, *Одјек Шумадије* бр. 7, стр. 3 (Извор: *Одјек Шумадије*)²⁹



Слика 11: Рубрика *Вести*, 20. јул 1939, *Одјек Шумадије* бр. 19, стр. 2 (Извор: *Одјек Шумадије*)³⁰

Посебну категорију чине вести о приватном животу грађана, које укључују информације о венчањима, породичним дешавањима, сукобима и тучама. Ова врста садржаја значајна је у контексту истраживања јер сведочи о одређеном степену таблоидизације уређивачке политике листа, будући да се извештавање проширило изван домена јавних догађаја на приватну сферу. Посебно је значајно нагласити да су овакви садржаји објављивани у рубрици „Вести”, што додатно потврђује присуство таблоидних механизма у уређивачкој политици листа. У оквиру ове категорије обухваћени су и извештаји о трагичним догађајима, укључујући самоубиства и смрт грађана, што додатно сведочи о проширивању фокуса извештавања са јавне сфере на приватни живот грађана. Вести о приватном животу грађана представљају додатни показатељ таблоидизације уређивачке политике листа. Иако карактеристике ових вести нису у истој мери таблоидне као рубрике са изразито сензационалним садржајем, њихово присуство сведочи о продору приватних тема у новински дискурс.

Експлицитан пример обилне употребе сензационализма представља вест под називом „Језиво убиство жене у Радничкој колони¹ и болно је одјекнуло” (Слика 14):

„Душан Алексић, радник наклоњен алкохолу, на језив начин, искасапио је ножем своју жену Љубицу мајку троје деце у очи своје славе Љубица је уморна легла са млађим дететом и не сањајући да јој се муж спрема на убиство, тога дана купио је нож и за убиство се спремио за које се

²⁹ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

³⁰ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

спремио за које се предомисљао још из раније” (Одјек Шумадије, 15. фебруар 1939, бр. 2, страна 3).

Ова вест представља изразит пример употребе сензационалистичких механизма у извештавању. На првом месту, тема наведене вести, будући да укључује породично насиље које је кулминирало фемицидом, захтева професионалан и одговоран медијски приступ. Ипак, приступ *Одјека Шумадије* извештавању о трагичном догађају у супротности је са новинарским стандардима.

Тон и стил извештавања су неформалани и ближи усменом приповедању, уз детаље који имају за циљ да изазову снажну емоционалну реакцију код читалаца. Употреба шокантних израза попут „језиво убиство”, „болно је одјекнуло”, „искасапио је ножем” додатно појачава емоционалну набијеност текста, док описивање убијене жене као „мајке троје деце” додатно наглашава трагичност и подстиче емоционалну реакцију.

Извештај је сликовит, са нагласком на детаљима о начину извршења злочина, као и породичним околностима и психолошком стању починиоца, који је описан као „наклоњен алкохолу”. Овакав приступ показује одступање од објективног информисања и приближавање таблоидном начину извештавања, у којем доминирају сензационализам и емоционална експлоатација догађаја.

У прилог томе, на следећим примерима приказане су вести које илуструју овај тренд (Слика 12, Слика 13, Слика 14, Слика 15, Слика 16, Слика 17).

Поред црне хронике, такав приступ извештавању присутан је и у вестима о поступцима појединаца. Појединости из приватног живота и интимне расправе грађана неретко су биле предмет вести. Пример томе је вест под називом „Човек поред куће спава на дрвету” (Слика 14):

„У нашем граду постоји једна жена која често бије свога мужа Будимира поред батина које добија овај човек од жене она се са тиме не задовољава него Будимира истера из куће напоље. Тако је Будимир удаљен из куће од жене провео целу прошлу ноћ на дрвету” (Одјек Шумадије, 4. август 1940, бр. 30, страна 3).

У вести је описан сукоб брачних партнера који подразумева породично насиље које супруга спроводи над својим супругом (Будимиром). Ипак, суштина вести није у

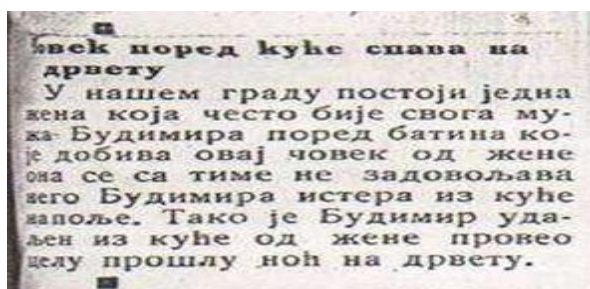
социјалној заштити, већ наглашава бизарност догађаја, што се посебно огледа у драматичној чињеници да је Будимир „провео целу прошлу ноћ на дрвету”. Стил извештавања у вести је неформалан, близак усменом казивању, због чега вест има призвук анегдоте каква се размењује у контексту интерперсоналне комуникације и оговарања.

Сличан пример меких вести о приватном животу грађана објављен је 15. јула 1939. године под насловом „Туча у Вардарској улици” (Слика 17):

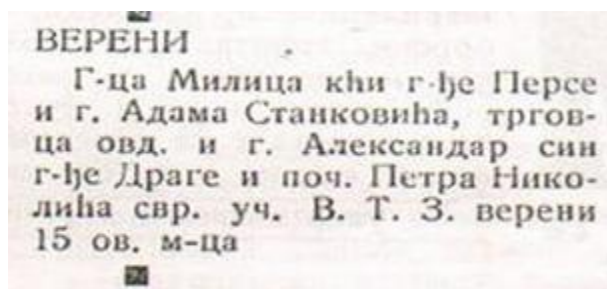
„У истој улици муж по повратку из бање затекао је своју жену у шупи са љубавником те се опет туча одиграла у троје” (Одјек Шумадије, 15. јул 1939, бр. 18, страна 3).

Као и код претходно анализирне вести, предмет вести је сукоб брачног пара који је ескалирао физичким нападом након што је супруг затекао супругу у интимном односу са другим мушкарцем. Стил извештавања је наративни и неформалан; аутор употребом језичких формулација попут „затекао је своју жену у шупи са љубавником”, догађај представља са дозом хумора.

Оваква разноврсност садржаја вести указује на то да *Одјек Шумадије* није функционисао искључиво као информативни медиј у ужем смислу, већ је укључивао елементе забавног и *human-interest* новинарства, што га приближава праксама карактеристичним за ране облике таблоидног извештавања.



Слика 12: Рубрика *Вести*, 4. август 1940, *Одјек Шумадије* бр. 30, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)³¹



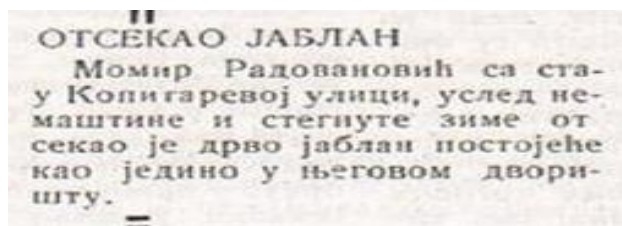
Слика 13: Рубрика *Вести*, 30. септембар 1938, *Одјек Шумадије* бр. 9, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)³²

³¹ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

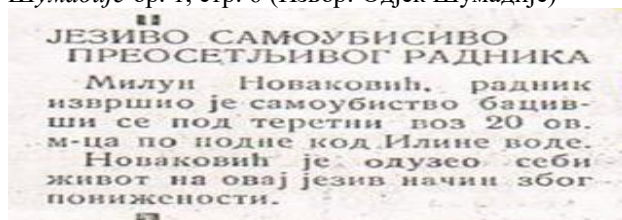
³² Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)



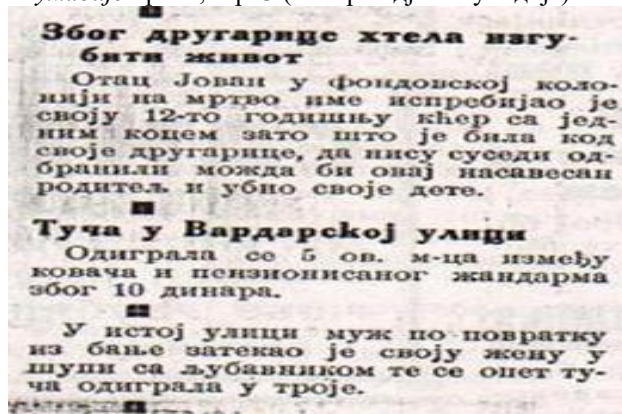
Слика 14: Рубрика *Вести*, 15. фебруар 1939, *Одјек Шумадије* бр. 2, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)³³



Слика 15: Рубрика *Вести*, 7. јануар 1939, *Одјек Шумадије* бр. 1, стр. 6 (Извор: Одјек Шумадије)³⁴



Слика 16: Рубрика *Вести*, 25. октобар 1938, *Одјек Шумадије* бр. 12, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)³⁵



Слика 17: Рубрика *Вести*, 15. јул 1939, *Одјек Шумадије* бр. 18, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)³⁶

Анализом садржаја вести у *Одјеку Шумадије* утврђена је њихова тематска расподела која указује на доминантне области интересовања овог листа. Друштвени догађаји били су најзаступљенија тема у оквиру анализираних вести. Од укупног броја вести, чак 53.19% (666) односило се на ову тему. Друга по заступљености била је хроника са 12.54% (157) вести, док је приближно исти број вести био посвећен приватним животима појединаца (142, 11.34%) и политичким дешавањима (140, 11.18%). Културне теме биле су заступљене у 4.23% (53) вести, док су криминал и катастрофе обрађени у 3.04% (38). Спорт и економија били су слабо заступљени, са

³³ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

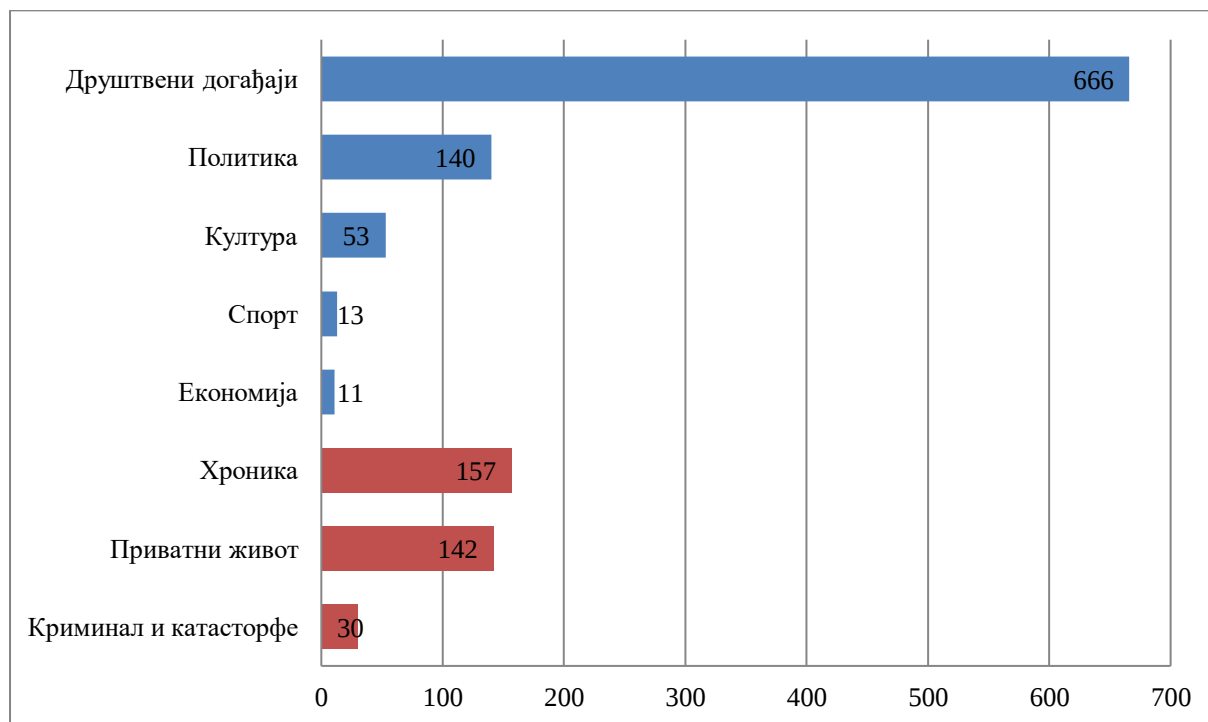
³⁴ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

³⁵ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

³⁶ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

само 1.04% (13) спортских и 0.88% (11) економских вести. Категорија „остало” обухвата 1.04% (13) вести.

Графикон 3: Теме вести у *Одјеку Шумадије*



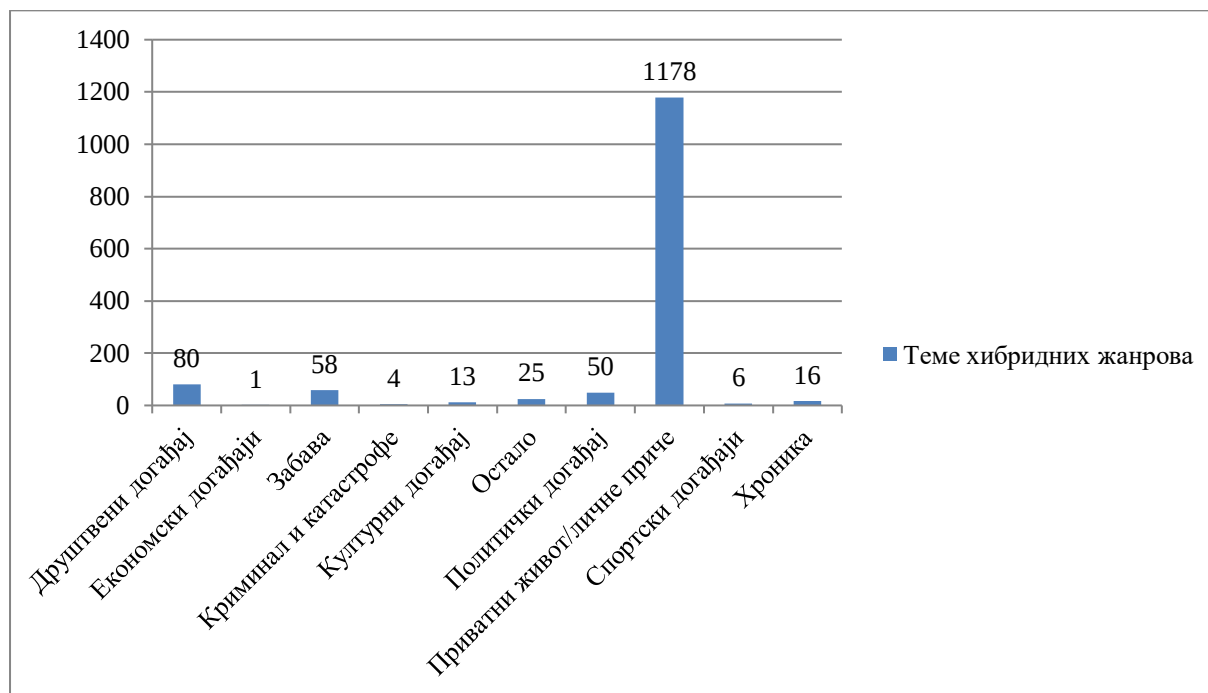
На основу ових података може се уочити да *Одјек Шумадије* значајно одступа од модела класичног информативног новинарства када су вести у питању. Иако друштвени догађаји, који се могу посматрати као релативно неутрална категорија, доминирају, велики број вести припада тематским оквирима који се традиционално доводе у везу са таблоидним новинарством.

Значајан део (27,33%) укупног садржаја чине вести о приватним животима појединаца, криминалу и катастрофама, као и хроника. Како су ове области извештавања карактеристичне за таблоидно новинарство, анализа тема вести указује на то да је *Одјек Шумадије* и у овом сегменту извештавања тежио ка забавном и емоционално набијеном садржају.

Поред тога, доминантна заступљеност **хибридних жанрова** (1431, 44,70%), који комбинују различите елементе новинарских жанрова, указује на склоност ка

флексибилнијем формату текстова, што је у складу са таблоидним приступом, који фаворизује лако читљиве и динамичне форме.

Графикон 4: Теме хибридних жанрова

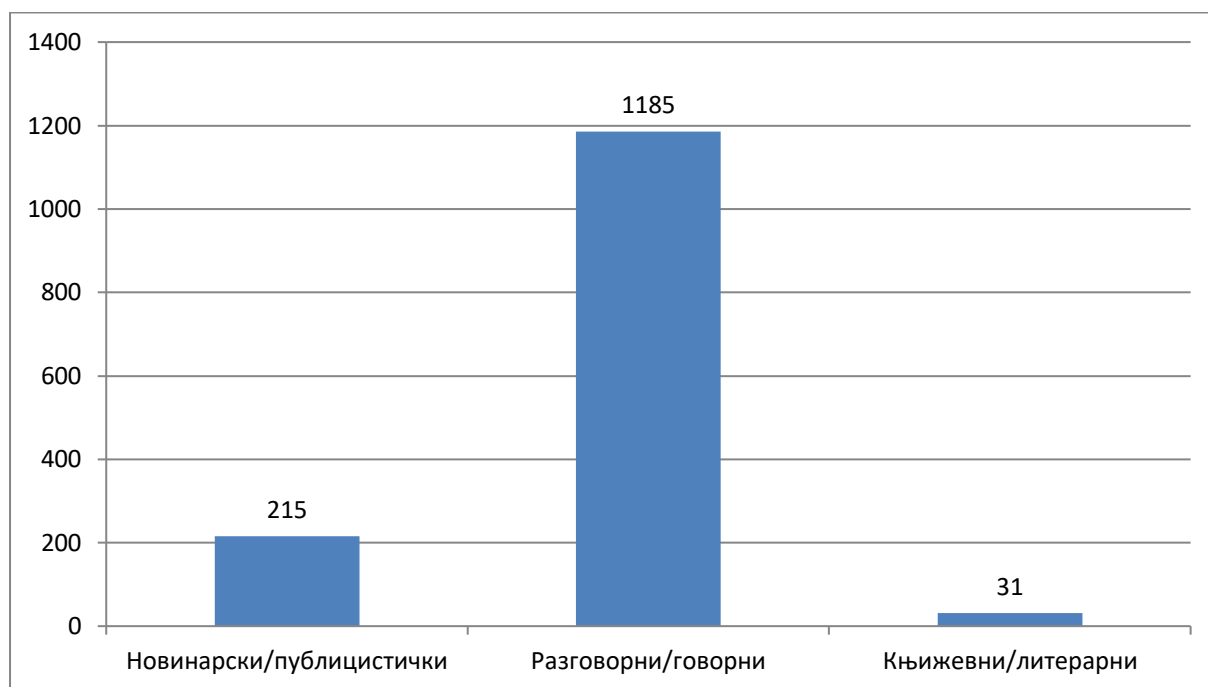


Тематски оквир хибридних жанрова (Графикон 4) у *Одјеку Шумадије* је разноврстан, са доминантном заступљеношћу теме „приватни живот/личне приче”, која чини чак 82,32% (1178) овог садржаја. Затим, са приближном заступљеношћу, следе друштвени догађаји (80, 5,59%), забава (58, 4,05%) и политички догађаји (50, 3,49%), док су теме попут хронике (16, 1,12%), културних догађаја (13, 0,91%), спортских догађаја (6, 0,42%), криминала и катастрофа (4, 0,28%) и економских догађаја (1, 0,07%) присутне у значајно мањем проценту. На основу тога закључујемо да су хибрини жанрови у *Одјеку Шумадије* најчешће коришћени за извештавање о приватном животу и личним причама појединаца.

Хибридни жанрови су у највећој мери писани разговорним стилом (1185, 82,81%), док се новинарски стил јавља знатно ређе (215, 15,02%). На последњем месту, књижевни или литерални стил присутан је само у 2,17% (31) текстова. Доминантна заступљеност разговорног стила указује на тежњу аутора да оствари интеракцију са

публиком, док је информативна функција маргинализована, што се огледа у знатно ређој употреби новинарског стила (Графикон 5).

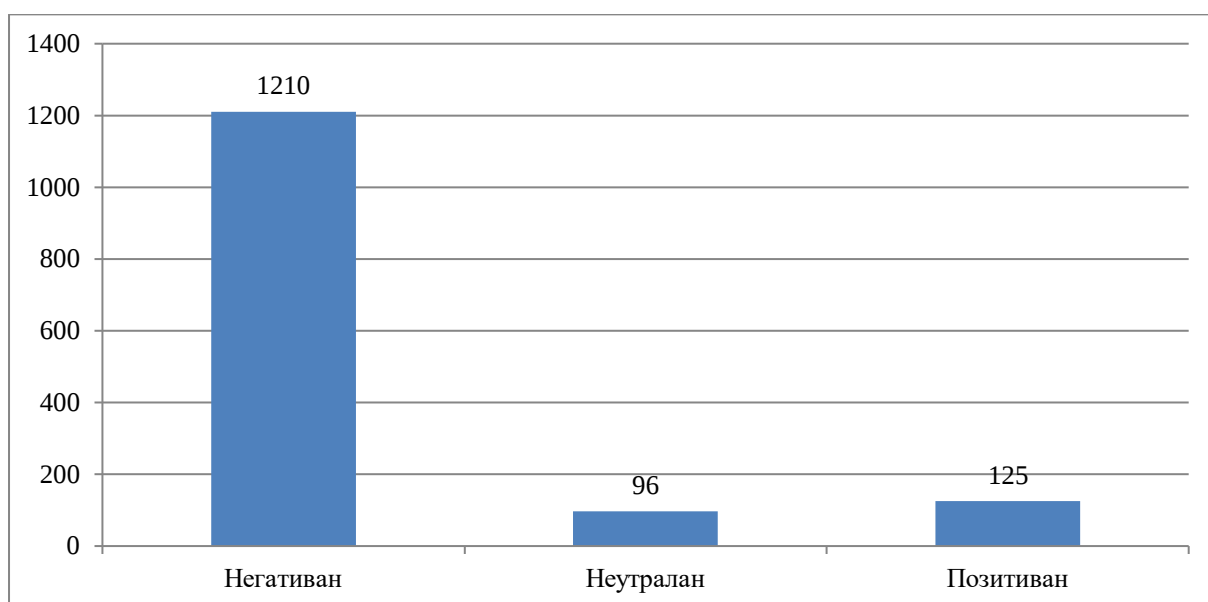
Графикон 5: Стил писања хибридних жанрова



Када се говори о тону извештавања хибридних жанрова (Графикон 6), доминантан је негативан тон (84,56%), затим следе текстови са позитивним тоном (8,74%), и најмање су заступљени неутрални (6,71%). Дакле, већина хибридних текстова (93,92%) има изражен став, било позитиван или негативан, док само 6,71% текстова има неутралан тон. Како је тема хибридних жанрова најчешће приватни живот појединаца, становника Крагујевца, негативни тон се највише огледа у критичком тону према њиховим поступцима и понашањима.

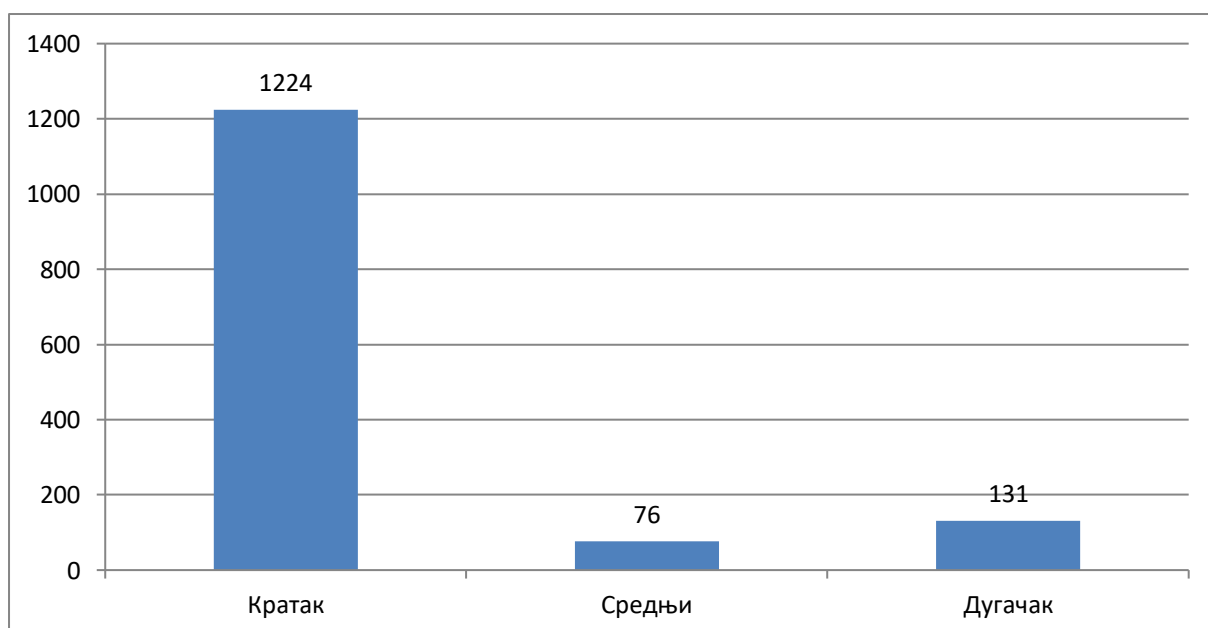
Како тон извештавања одражава став аутора и укључује емоционални аспект, анализа тона извештавања хибридних текстова у *Одјеку Шумадије* указује на то да је извештавање ближе субјективном него професионалном новинарском приступу. Таква врста извештавања утиче на перцепцију читаоца и начин реаговања на садржај, што је једна од основних одлика таблоидног и сензационалистичког новинарства.

Графикон 6: Тон извештавања хибридних жанрова



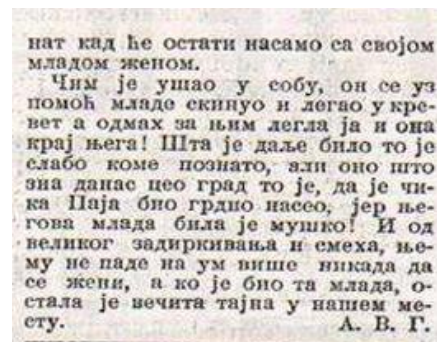
Анализа природе хибридних текстова у листу *Одјек Шумадије* показала је да је највећи број ових текстова кратке форме (85,53%), затим следе текстови средње дужине (9,15%), док су најмање заступљени дуги текстови (5,31%) (Графикон 7). С обзиром на то да кратки текстови доминирају у узорку, њихове карактеристике су детаљно анализиране у засебном поглављу (6.2. Рубрике са таблоидним одликама у *Одјеку Шумадије*). У овом делу рада разматраће се специфичности дужих текстова.

Графикон 7: Дужина хибридних текстова



Текст под насловом „Мушка млада” (*Одјек Шумадије*, 10. септембар 1939, бр. 27, страна 3) који је потписан иницијалима А.В.Г. представља пример хибридног жанра, јер комбинује елементе вести, анегдоте и хумористичке приче. Тема текста је догађај из личног живота појединца, покушај женидбе чика Паје Јовановића, а текст пружа основне информације о том догађају (Слика 18). Начин приповедања је наративан, са живописним описима, дијалозима и драматизацијом ситуације, што приближава текст народним анегдотама.

Стил писања у овом тексту је неформалан, разговорни и приповедачки. Радња је испричана у форми анегдоте, са нагласком на изненађењу и хумористичном обрту на крају. Употреба колоквијалних израза, попут „навали”, „наseo”, „вински врг”, „буба у глави”, доприноси приближавању текста разговорном, а не стандардизованом новинарском дискурсу. Оваквој стилској опредељености доприноси и присуство директног говора, као што је уочљиво у примеру: „Знаш шта Перо, рећи ће Мића, најмлађем чика Пајином унуку ја би могао твом деди скувати такву 'попару' да би га за увек прошла жеља за женидбу уопште!?” (*Одјек Шумадије*, 10. септембар 1939, бр. 27, страна 3). У овом сегменту текста приметно је неправилно означавање директног говора, што додатно указује на одступање од стандардне норме. О неформалном приступу сведоче и граматичке и правописне недоследности, попут спојеног писања речце „не” уз глагол („Ја неznam шта би дао”) и неправилне употребе глаголског облика („ја би могао” уместо „ја бих могао”).



Слика 18: Текст „Мушка млада”, 10. септембар 1939, *Одјек Шумадије* бр. 27, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)³⁷

У тексту „Мушка млада” присутне су одлике таблоидног извештавања, али је важно нагласити да је циљ овог текста забављање читаоца, а не манипулисање чињеницама и довођење читаоца у заблуду. Описи попут „Падали су многи вицеви на њихов рачун” и „оно што данас зна цео град”, указују на настојање да се привуче пажња публике и изазове снажна реакција. Фокусирање на необичан догађај – наратив о старијем мушкарцу³⁸ који тежи браку са млађом женом и превари коју организују његови унуци – такође одговара структури сензационалистичких новинарских извештаја. Додатно, чињеница да је у тексту наведено име и презиме особе о којој је реч сугерише да се овај садржај може посматрати као пример таблоидног дискурса.

Још један пример текста који је окарактерисан као хибридни, овог пута средње дужине, објављен је 4. августа 1941. године под насловом „Бекство младожење у очи венчања” (*Одјек Шумадије*, 2. март 1941, бр. 10, страна 2). Овај новински текст

³⁷ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

³⁸ Trajković, J. (2025). Representing Old Age and Aging in Serbian Press. *Applied Media Studies Journal*, 6(1), 71-88. doi: 10.46630/msae.1.2025.05 – Чланак је проистекао из припремног истраживања за докторску дисертацију.

извештава о необичном случају у којем младожења није присуствовао сопственом венчању. Садржај текста фокусиран је на приватни живот појединаца, при чему је централни наратив заснован на догађају који укључује прекид веридбе и емоционалне последице које је тај чин имао за младу и њену породицу.

Ова тематска усмереност, као и начин извештавања, показују одређене карактеристике таблоидног новинарства, посебно у погледу персонализованог и емоционално обојеног приступа. Текст се може сврстати у фичеризоване форме новинарства, с обзиром на то да се у њему наративни елементи и драматизација користе како би се привукла пажња читалаца. Осим тога, овакав приступ карактеристичан је за трач рубрике, у којима је нагласак стављен на приватне животе појединаца и сензационалистички тон извештавања.

Текст има за циљ да код читалаца изазове емоционалне реакције, што је приметно у употреби одређених израза, као што је реченица: „Сутра дан млада је поранила обукла венчаницу... међутим младожење на велико изненађење није било” (*Одјек Шумадије*, 2. март 1941, бр. 10, страна 2). Почетни део реченице наглашава младину спремност и ишчекивање важног догађаја, док други део указује на неочекивано одсуство младожење, што ствара контраст и наглашава емоционално разочарање, изазивајући емоцију саосећања са младом.

Бекство младожење у очи венчања

Г-ца Лепосава кћи Г-ђе Анђе и г. Владислава Ковановића, пензионера са станом у Војводе Степе ул. бр. 3, занимала се више од 2 године са г. Мирославом Петровићем, браваром ВТЗ који је обећао Лепосави брак по споразуму с једне и друге стране они су се верили 13 фебруара у 5 часова по подне у овај Старој цркви. Њихову веридбу извршио је г. Реља Јелић, свештеник, после веридбе заказали су венчање у недељу 23 за пре подне. Млада као и њени родитељи извршили су сву припрему за венчање своје кћери и свадбу, вереник је био у очи венчања и сам помагао сређивању припреме за сутра дан.

Млада спремна за венчање беа младожење

На дан венчања због велике припреме за венчање у кући се радило готово целе ноћи. Нико ни помислио није да ће се овако нешто моћи догодити. Сутра дан млада је поранила обукла венчаницу спремила само се чека младожења и да заједнички пођу на венчање, међутим младожење на велико изненађење није било, убрзо су сазнали да га кући нема настала је паника где је нико није знао да каже па ни његова мајка Ангелина ни сестра Ружица у Истарској ул. бр. 7

Мајка и сестра младожење кроз плач причају није нам се Мира јавио где је отишао нити знамо где се налази а противили смо се венчању његовим, младина мајка и отац потрешени су и кроз плач једва говоре да ово није требало да се догоди у мојој кући и са мојим дететом од стране г. Мирослава Петровића, родитељи несуђене младе као и млада изјавили су да ће га тужити суду за увреду части и трошкове који су причинени.

Кум г. Автић, по овом случају младожење није могао да изјави ништа. Несталог младожење ни до данас нема нигде нити се јавио где се налази

Слика 19: Текст „Бекство младожење у очи венчања”, 2. март 1941, *Одјек Шумадије* бр. 10, стр. 2
(Извор: Одјек Шумадије)³⁹

У тексту се наводи да се младић није појавио на дан венчања иако је ноћ уочи церемоније активно учествовао у припремама. Његов нестанак изазвао је забринутост и изненађење међу породицама младенаца, а у тренутку објављивања текста није било познато где се налази: „Несталог младожење ни до данас нема нигде нити се јавио где се налази” (*Одјек Шумадије*, 2. март 1941, бр. 10, страна 2). Оваква формулација

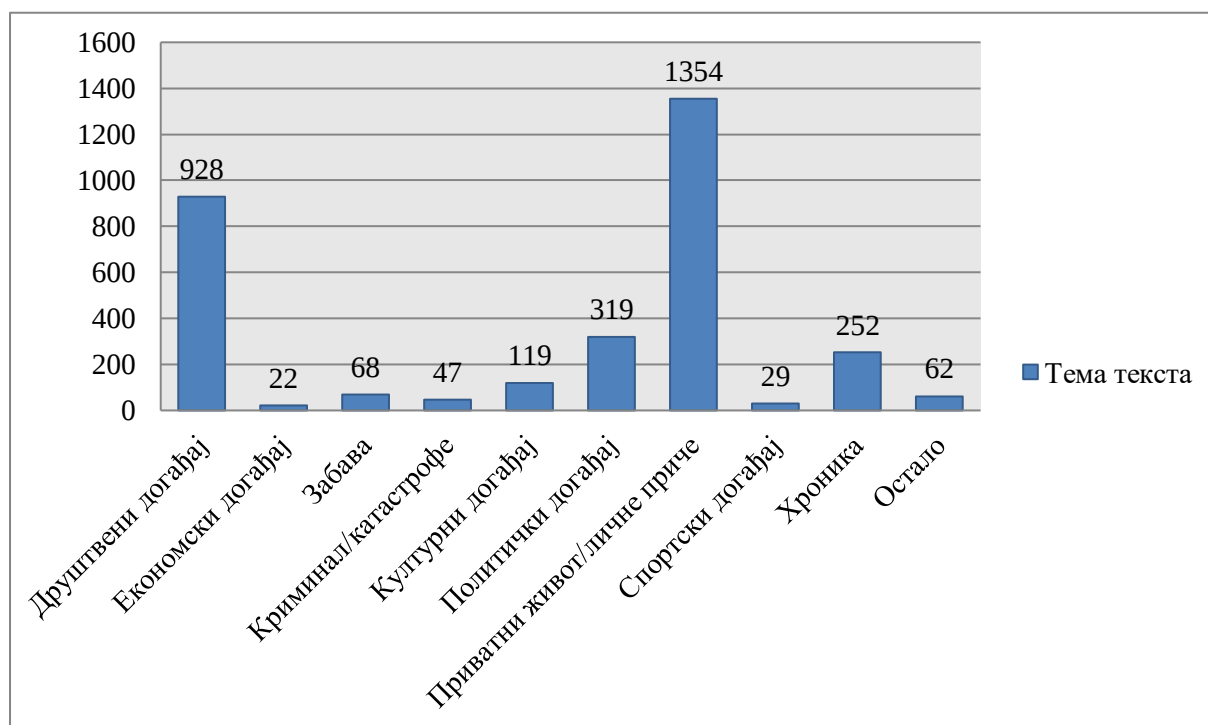
³⁹ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

доприноси стварању ефекта напетости и неизвесности, што је механизам таблоидног извештавања са циљем повећања ангажовања читаоца.

У тексту су наведене изјаве више укључених страна. Младожењина мајка и сестра изјавиле су да не знају разлог његовог одсуства, док су родитељи младе најавили да ће против њега покренути тужбу због увреде части и материјалних трошкова насталих услед отказаног венчања. Овакве изјаве аутору служе као додатно средство персонализације приче, јер наглашавају личне драме и конфликте, омогућавају читаоцима да стекну утисак о емоционалној и друштвеној димензији приче.

Због свега наведеног, овај текст носи обележја таблоидног новинарства – кроз сензационалистички приступ и нагласак на приватним животима појединаца.

Графикон 8: Теме објављених текстова



Када је тема извештавања текстова *Одјека Шумадије* у питању, подаци (Графикон 8) указују на то да је *Одјек Шумадије* у великој мери био оријентисан ка темама блиским таблоидном новинарству. Најзаступљенија категорија је *приватни*

живот/личне приче (42,30%, односно 1354 текста), што се недвосмислено подудара са једном од кључних карактеристика таблоидног извештавања – фокусирање на интимне и личне аспекте живота појединаца, често уз наглашену емоционалну ноту.

Затим, категорије *криминал/катастрофе* (1,47%, 47) и *забава* (2,12%, 68) нису доминантне, али су ипак присутне, што може указивати на умерену тенденцију ка сензационализму, у зависности од начина на који су ове теме биле обрађене. Као и у случају информативних текстова који су носили забавни призвук, и у темама које су се тичале криминала или катастрофа присутне су одлике таблоида.

Пример таквог извештавања представља вест која носи наслов „Крађа кроз прозор”, објављена у једином доступном броју из 1940. године. У овој вести је основа информације крађа која је представљена на хумористичан начин, чиме се тежиште са самог преступа помера ка његовој необичности. У тексту се наводи: „Г. Фрањи Кардашу, фербару у светосавској 8 украђен је кроз прозор капут од новог одела г. Кардаш моли крадљивца да дође за прслук и панталоне да неби носили безпарно” (*Одјек Шумадије*, 4. август 1940, бр. 30, страна 2). Овакав начин извештавања указује на присуство елемената забаве у рубрикама које су традиционално намењене озбиљним темама, чиме се ова вест може сврстати у домен инфотејмента.

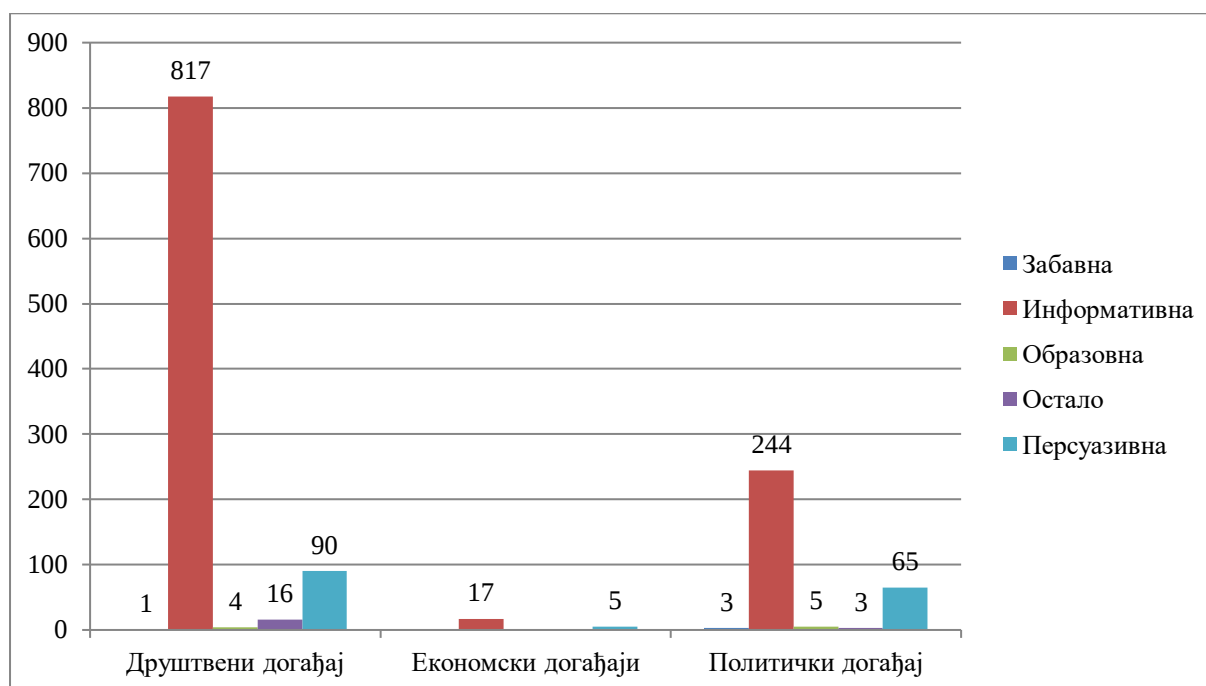
Такође, значајно присуство *хронике* (7,87%, 252) додатно указује на склоност листа ка садржајима који су намењени широкој публици и који наглашавају свакодневне животне токове. Иако је у оквиру ове области значајан број текстова био посвећен догађајима у локалној заједници, раду јавних служби и јавном животу, одређени део ових текстова приказује омекшан приступ тим темама, уз изражену субјективност у извештавању.

Такав приступ илуструје текст објављен 1938. године у рубрици „Зло које би требало искоренити”. У овом тексту, аутор (А. В. Г.) критикује рад јавне службе, описујући непријатност која се десила у једној државној установи као последица непрофесионалности запослене чиновнице. Мада аутор не наводи о којој је институцији реч, он детаљно описује поступке чиновнице, која у тренутку када је пред њом седам странака „седе за сто извади једно огледало пудијеру, руж и лак за нокте! Затим поче прво са чешљањем своје ’офарбане косе’, затим детаљно ’к р е ч е њ е’ и карминисање а напоследку ’гланцање’ ноктију” (*Одјек Шумадије*, 20. новембар 1938, бр. 16, страна 2). Разговорни стил писања, детаљан опис поступака чиновнице, уз

употребу ироничних израза, недвосмислено сврстава начин извештавања у опсег сензационалистичког. Поред тога, честа употреба узвичника тексту даје осуђивачки тон и пренаглашава изненађеност аутора поступком, што има за циљ да изазове сличну реакцију код читалаца. Овим приступом аутор не само да критикује понашање чиновнице, већ и примењује технике које су својствене таблоидном новинарству, што, узимајући у обзир да је текст из области хронике, указује на присуство таблоидних елемената и у овом жанру.

Са друге стране, теме које се традиционално повезују са озбиљним новинарством, попут *економских догађаја* (0,7%, 22) и *политичких догађаја* (10%, 319), заступљене су у знатно мањој мери, што додатно сугерише да *Одјек Шумадије* није био оријентисан на аналитичко или истраживачко новинарство, већ преваходно на лако читљиве, публици блиске теме. Овако дефинисаном оквиру припадају и текстови о *друштвеним догађајима* (29%, 928), с обзиром на то да је у наведеним тематским областима приметан виши степен новинарске анализе у поређењу са другим садржајима у листу. Значајна заступљеност извештавања о *друштвеним догађајима*, која подразумева готово трећину садржаја, у складу је са самоидентификацијом листа, који се у заглављу сваког броја дефинисао као „Независан информативни лист за друштвена (и економска) питања Крагујевца”. Текстови чије су теме извештавања анализом окарактерисане као *друштвени догађаји* су информативног карактера, и у овом сегменту углавном није примећено присуство таблоидних елемената.

Графикон 9: Функција извештавања друштвених, економских и политичких догађаја

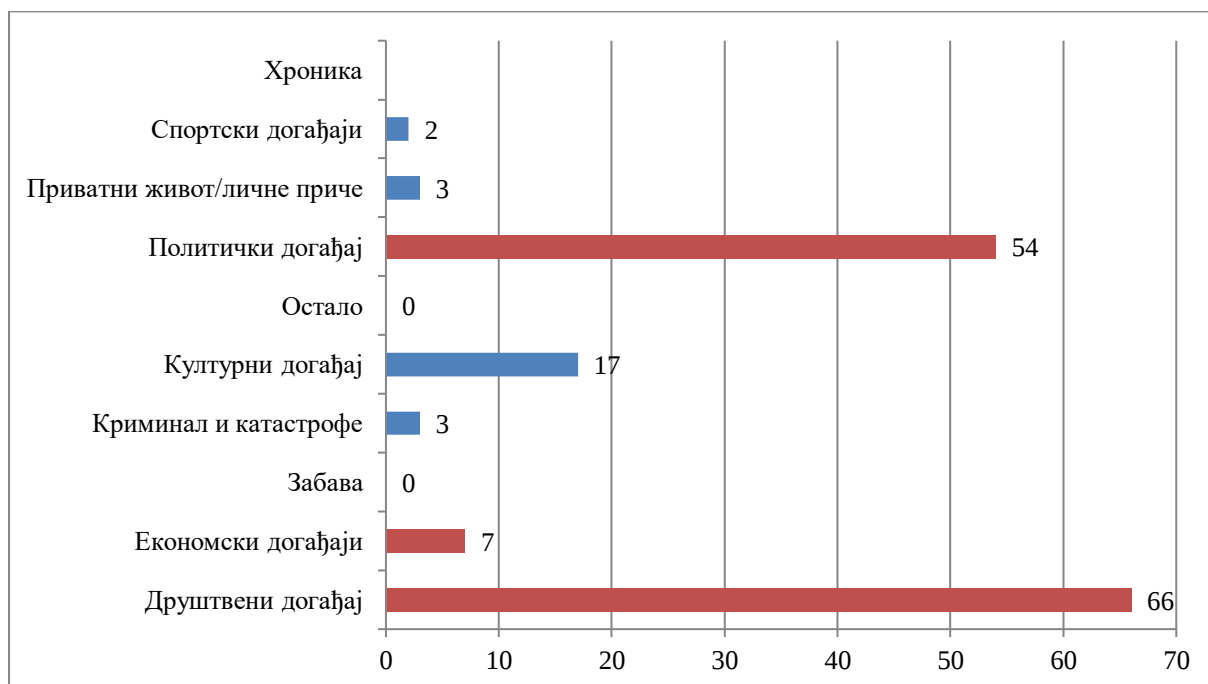


Информативна функција је генерално најзначајнија у новинарству, а тако је и у нашој анализи. Анализом је утврђено да је доминантна функција (Графикон 9) сваке од поменутих тематских области информативна. Тај проценат код друштвених тема износи 88% (817), код економских 77,2% (17), и код политичких 76% (244).

Текстови су најчешће уобличени у форму вести и карактерише их одсуство таблоидних елемената, што објашњава висок проценат информативности. Поред тога, ово указује на покушај задржавања извесног стандарда озбиљног информисања, упркос општој оријентацији листа ка публици ближим и лакше читљивим темама. Од укупног броја текстова из области *друштвених догађаја*, чак 72,8% (666) било је објављено као вест, док је тај проценат за *економске догађаје* износио 50% (11), а за *политичке* 45,3% (140) (Графикон 3). Како је вест кратки жанр фокусиран на актуелно информисање, лист је у области политичког, друштвеног и економског извештавања превасходно имао функцију да грађане ефикасно информише о актуелним друштвеним питањима⁴⁰.

⁴⁰ С обзиром на чињеницу да је лист штампан у периоду између два рата, штампање вести може указивати на тенденцију ка брзом, јасном и актуелном извештавању, што је посебно значајно у контексту приближавања Другог светског рата. У том смислу, лист је могао имати кључну улогу у формирању ставова грађана Крагујевца о друштвеној и политичкој ситуацији тога времена.

Графикон 10: Теме извештаја у *Одјеку Шумадије*

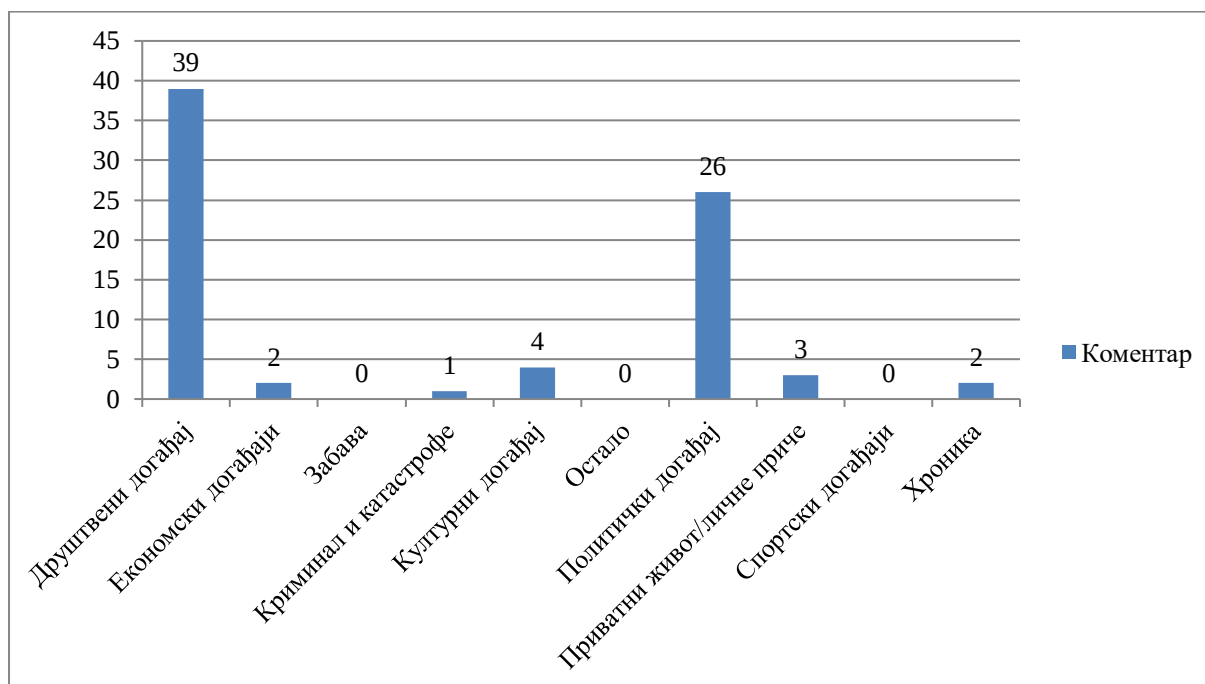


Чињеницу да су поменуте теме политике, економије и друштва биле носилац информативног новинарства *Одјека Шумадије* потврђује податак да је од укупног броја извештаја објављених у листу највећи број њих написан управо из ових области. Од укупног броја анализираних извештаја, 43,4% (66) се односи на друштвене догађаје, 35,5% (54) на политичке, а 4,6% (7) на економске теме (Графикон 10). Дакле, чак 83,5% (127) извештаја штампано је у овим тематским областима. С обзиром на то да је, у подели новинарских жанрова, извештај дефинисан као информативни жанр чија је функција детаљније објашњење догађаја (у односу на вест), а поред основних информација о догађају садржи и изјаве учесника и саговорника, као и „бекграунд” дешавања, закључујемо да су поменуте теме извештавања биле информативни део листа, чија је суштина била: понудити читаоцима информације релевантне за учешће у друштвеном животу и доношење одлука.

Поред тога, у овим тематским областима, знатно више у односу на друге области, примећена је употреба аналитичких жанрова у извештавању. Највећи број коментара (Графикон 11) објављених у *Одјеку Шумадије* посвећен је управо овим темама. Наиме, чак 87% коментара, као и његових подврста, попут уводника, обрађује неку од ових области. Од тога је 51% (39) коментара посвећен *друштвеном*, 33,8% (26)

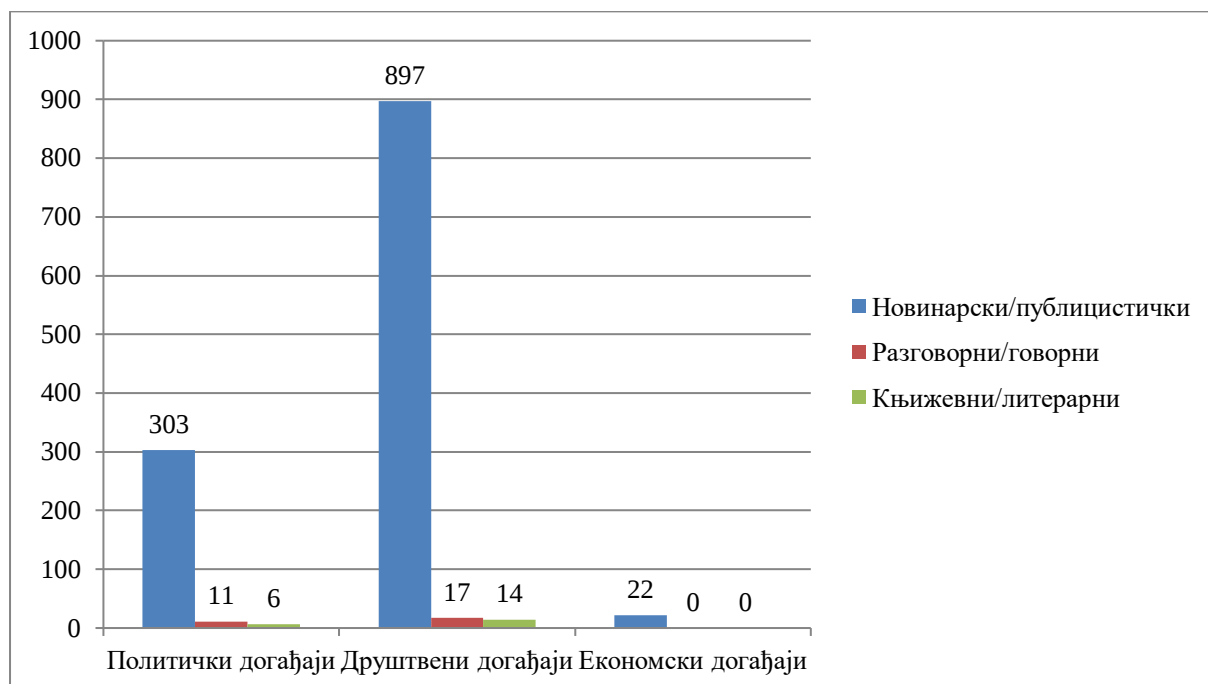
политичким и 2,6% (2) економским догађајима. Ипак, упркос великом проценту аналитичких жанрова, информативна функција је доминантна, што указује на оријентацију листа ка пружању информација и контекста, више него дубинску анализу.

Графикон 11: Расподела коментара по тематским областима у Одјеку Шумадије



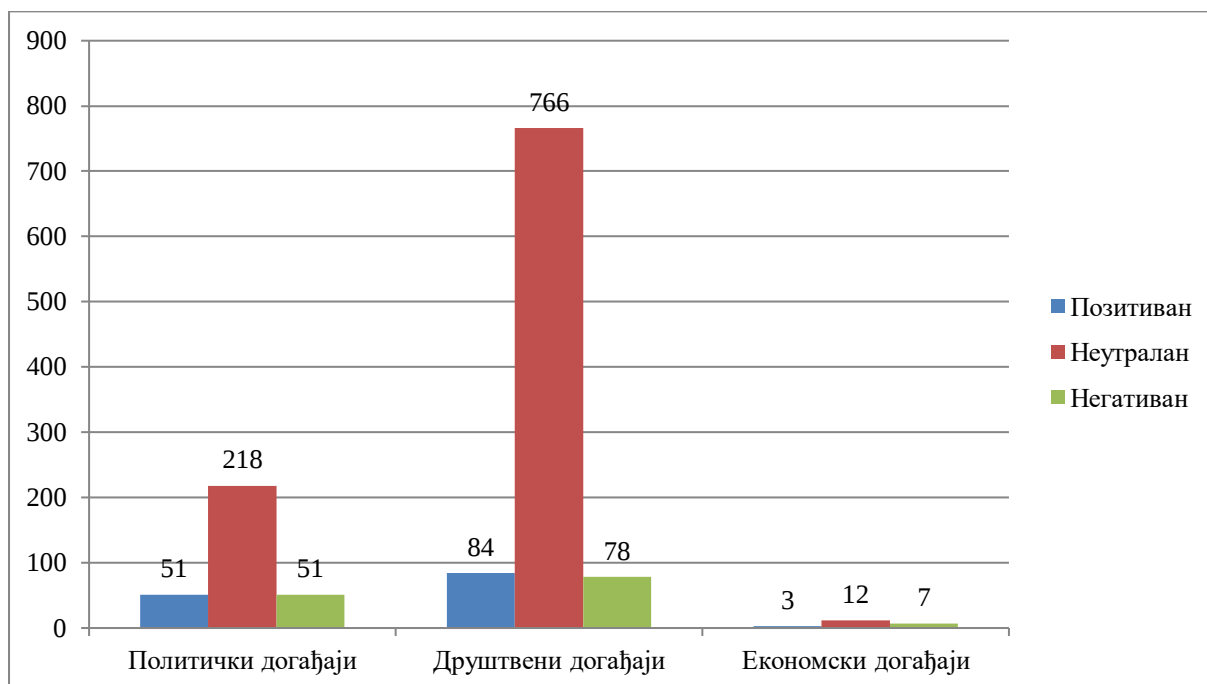
У највећем броју текстова из анализираних области тон извештавања је неутралан, а стил писања новинарски. Текстови из области економије писани су искључиво новинарским стилем – није уочен ниједан други стил у приступу овим темама. Са друге стране, политичке теме су у доминантном проценту написане публицистичким стилем (94,7%, 303), разговорним је написано 3,4% (11), док је литерарним стилем написано само 1,9% (6). Затим, текстови о друштвеним темама у највећем проценту писани новинарским или публицистичким стилем (96,7%, 897). У извештавању су присутни и књижевни или литерарни стил, као и говорни или разговорни, али њихов удео је готово занемарљив. Тако удео текстова писаних књижевним стилем износи 1,5% (14), док је разговорним стилем написано 1,8% (17) (Графикон 12).

Графикон 12: Стил писања друштвених, економских и политичких догађаја



Када је тон извештавања у питању (Графикон 13), анализа теме *политички догађаји* указује на професионалан новинарски приступ. Неутралан приступ уочен је код 68,1% (218) текстова, док је субјективнији приступ примећен у осталим текстовима, с обзиром на то да је код 15,9% (51) текстова тон извештавања позитиван, а код 15,9% (51) текстова негативан. Принцип је сличан код *економских догађаја* – извештавање је неутрално у 54,5% (12) случајева, негативно је код 31,8% (7) текстова, док је позитивно у 13,6% текстова (3). Доследност у тону извештавања присутна је и код *друштвених догађаја*: у овим текстовима доминира неутралан тон извештавања (82,5%, 766), док су у знатно мањем проценту заступљени и позитиван (9%, 84) и негативан тон извештавања (8,4%, 78).

Графикон 13: Тон извештавања о политичким, друштвеним и економским догађајима



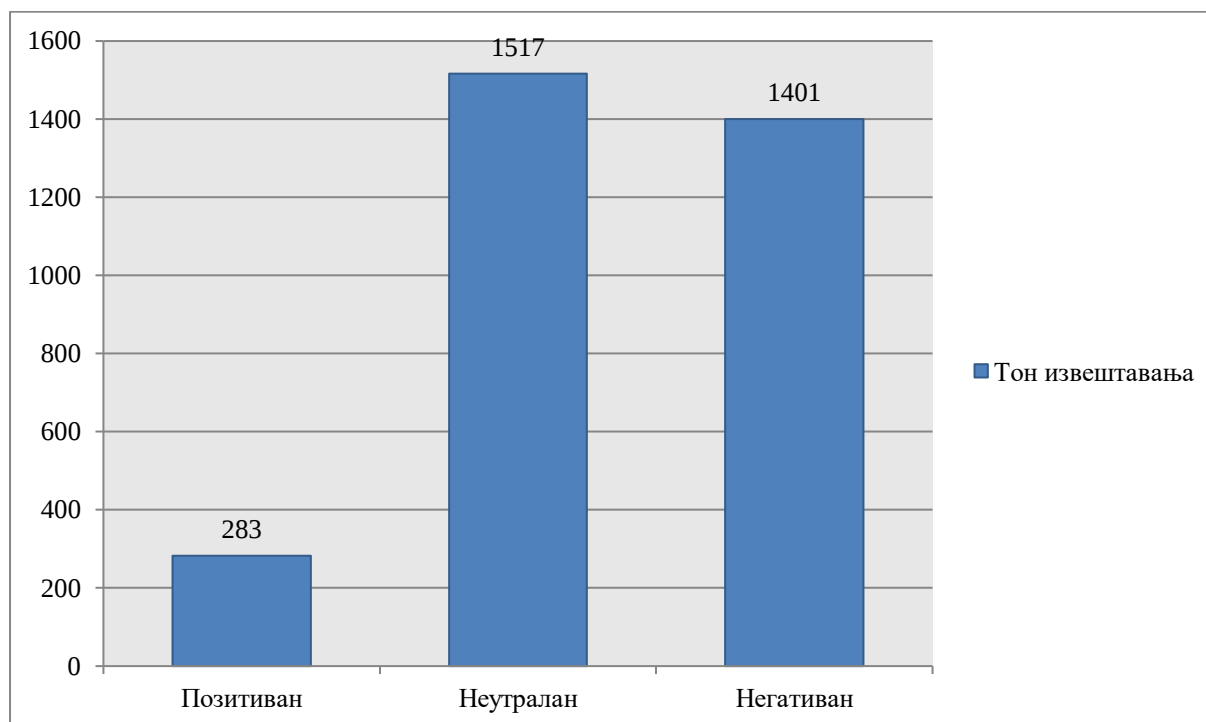
На основу свега наведеног, закључујемо да таблоидни елементи нису били у великој мери присутни при писању и уређивању текстова о друштвеним, економским и политичким догађајима. Функција ових текстова у највећем проценту била је информативна, а тон извештавања неутралан, што је у супротности са таблоидним приступом извештавању. Поред тога, стил писања у највећем броју текстова је новинарски, што такође иде у прилог тврдњи да је уредништво тежило да овим темама приступи објективно и у складу са професионалним новинарским стандардима.

Заступљеност тема из области *културе* (3,72%, 119 текстова) и *спорта* (0,91%, 29) указује на њихов мањи значај у уређивачкој политици *Одјека Шумадије* у односу на друге категорије. Иако су културни догађаји били присутни у извесној мери, фреквенција текстова о њима је значајно нижа у поређењу са темама из приватног живота, хронике или политике. Ово може указивати на то да је лист придавао већу важност садржајима који су били ближи свакодневним животним искуствима читалаца или темама са већим потенцијалом за привлачење пажње, што представља значајну одлику таблоидног приступа извештавању. Минимална заступљеност спортских догађаја (0,91%) сугерише да спорт није био приоритет у уређивачкој политици листа,

што се такође може тумачити као последица оријентације листа ка другим темама које су биле сматране релевантнијим за његову циљну публику.

Све ово у целини **подржава хипотезу** да је *Одјек Шумадије* имао одлике таблоидног новинарства, с обзиром на доминацију лаких, личних и забавних садржаја над озбиљним и аналитичким темама.

Графикон 14: Тон извештавања



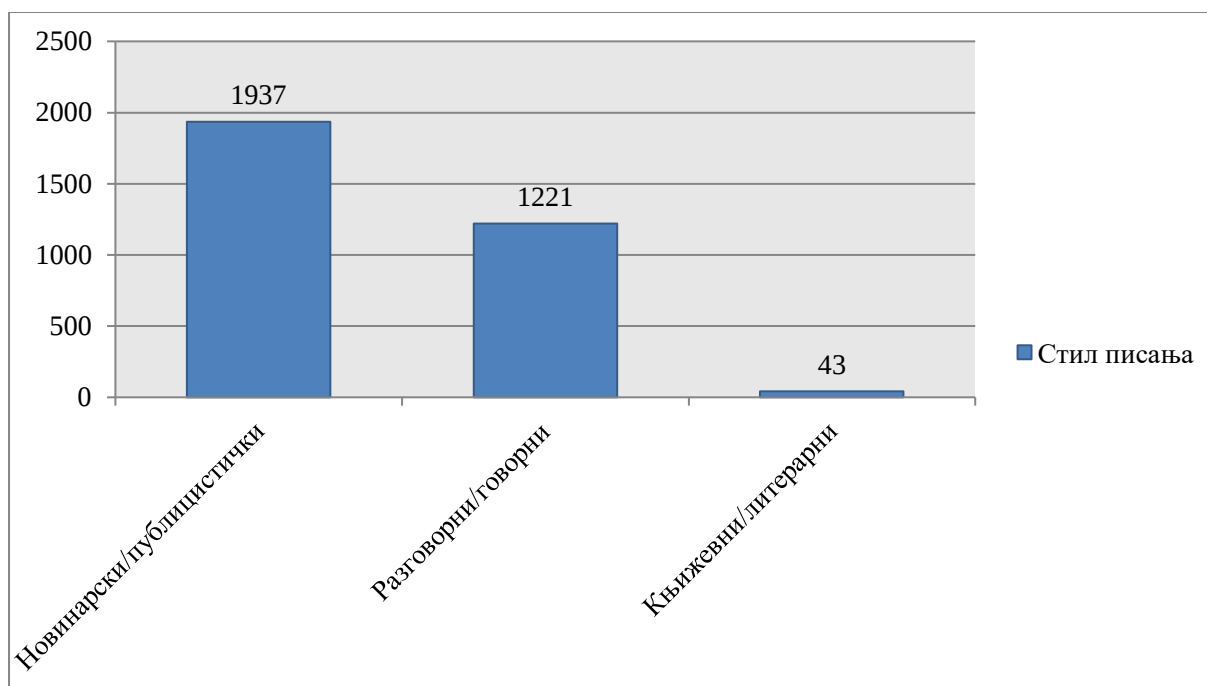
Анализа тона извештавања (Графикон 14) у *Одјеку Шумадије* указује на доминацију неутралног приступа (47,39%, 1517), што сугерише да је лист у значајном броју случајева настојао да информише читаоце без изразитог вредносног суда.

Међутим, упадљиво је висок и удео текстова са негативним тоном (43,77%, 1401), што указује на наглашену критичност у извештавању. Овај податак доводимо у везу са тенденцијом таблоидног новинарства да експлоатише конфликте, контроверзе и скандале како би привукао пажњу читалаца.

С друге стране, позитивно интонирани текстови су знатно мање заступљени (8,84%, 283), што може сугерисати да лист није често истицао афирмативне приче, већ је у већој мери био фокусиран на проблематичне, конфликтне или неутралне догађаје.

У контексту истраживачких **хипотеза**, ови подаци подржавају тезу да је *Одјек Шумадије* имао елементе таблоидног новинарства, посебно кроз висок удео негативно интонираних текстова, што је чест механизам у привлачењу пажње публике.

Графикон 15: Стил писања



Анализа стила писања *Одјека Шумадије* (Графикон 15) указује на доминацију новинарског или публицистичког стила (60,51%, 1937 текстова), док значајан удео има и разговорни стил (38,15%, 1221). Ови подаци сугеришу да је лист настојао да задржи одређене стандардне форме извештавања, карактеристичне за новинарство међуратног периода у Србији. Овакав резултат је у складу са његовом декларисаном улогом као информативног листа.

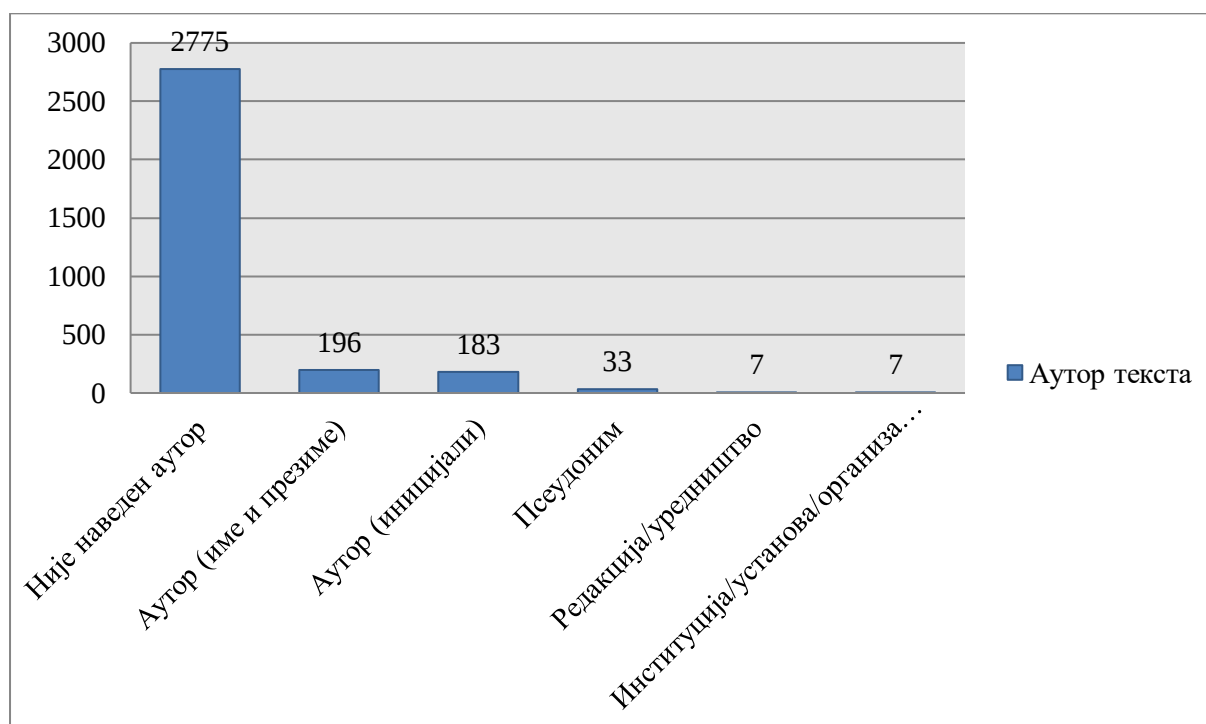
Са друге стране, велика заступљеност разговорног стила указује на присуство елемената блиских таблоидном новинарству, јер је употреба језика који опонаша свакодневни говор читалаца стратегија таблоида за приближавање публици и повећање читаности. Овакав стил је посебно уочљив у текстовима о приватним животима појединаца, где је циљ да се читалац емоционално ангажује, што потврђује Шесто

поглавље (6. Напомене о језику *Одјека Шумадије*) у коме се детаљније анализира језик *Одјека Шумадије*.

Садржаји писани уметничким језиком и садржаји са наглашеном наративном структуром ретко су штампани у овом листу, само у 1,34% (43) текстова.

Наведени подаци иду у прилог тези да *Одјек Шумадије* није био строго традиционалан у новинарском смислу, већ је укључивао елементе блиске таблоидном приступу, посебно кроз високу заступљеност разговорног стила. Ово је додатно у складу са наглашеним присуством приватних прича и друштвених тема у садржају, што су чести механизми таблоидизације.

Графикон 16: Ауторство објављених текстова



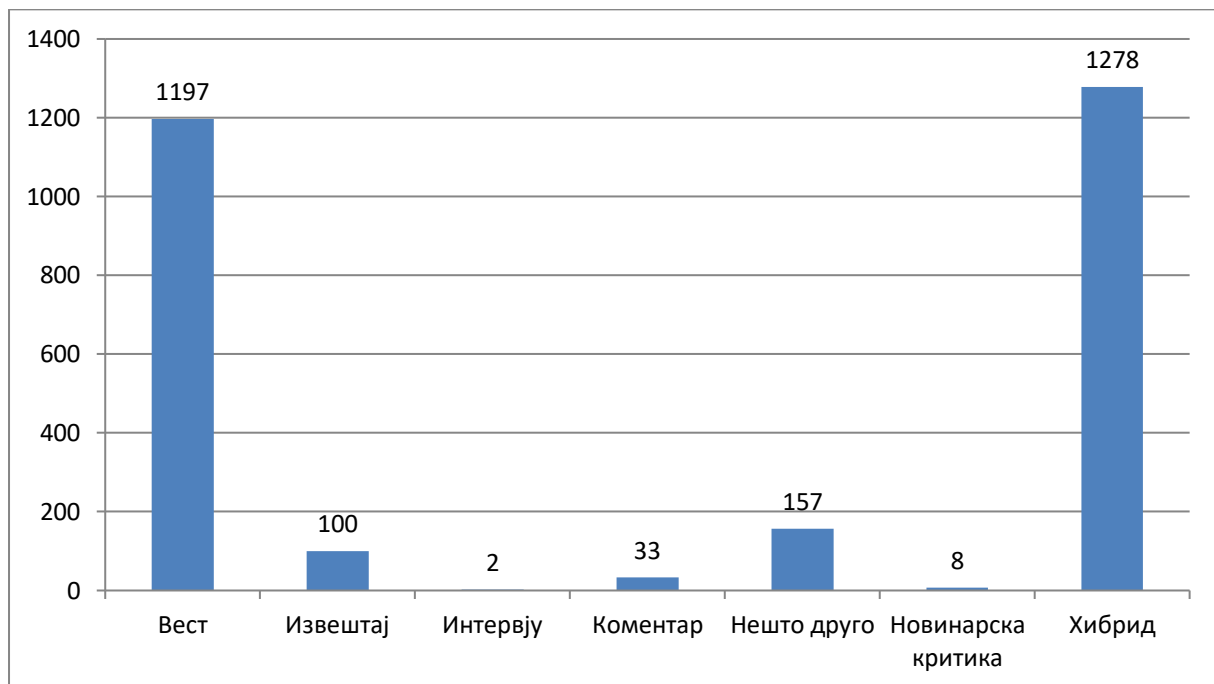
Ауторство новинарских текстова (Графикон 16) представља један од кључних показатеља уређивачке политике. С обзиром на то да је у *Одјеку Шумадије* највећи број текстова објављен без наведеног аутора (77,4%, 2775), може се закључити да је ово значајна одлика уређивачког концепта листа. У контексту таблоидног новинарства, овакав приступ може бити значајан, јер таблоиди често дају предност сензационалистичком садржају над кредибилитетом појединачних аутора. Међутим, значајно је напоменути да је објављивање непотписаних текстова новинарска пракса

времена у ком је *Одјек Шумадије* излазио, па чињеница да највећи број текстова у овом листу није потписан није неочекивана. Текстови који су потписани пуним именом и презименом (5,5%, 196) и иницијалима аутора (5,1%, 183) показују да је индивидуално ауторство ипак било присутно, али у значајно мањем обиму.

Велики број анонимних текстова може подржати хипотезу да лист има карактеристике таблоидног новинарства, с обзиром на то да су таблоиди склони објављивању вести без јасно дефинисаних аутора. У таблоидном новинарству се овај механизам користи како би се одговорност новинара минимизирала. Међутим, како нису само сензационалистички текстови непотписани већ и је међу непотписаним текстовима велики број вести и извештаја, закључујемо да је ова пракса више резултат новинарских конвенција тог периода, него свесног избегавања ауторске одговорности.

Ипак, највећи проценат непотписаних текстова представљају хибриди (46%, односно 1278 текста) и вести (43,1%, 1197) који су заступљени у сличном проценту. Након тога следе текстови који су окарактерисани као *нешто друго* (5,7%, 157), извештаји (3,6%, 100), коментари (1,2%, 33) и новинарска критика и интервју чија је заступљеност испод 1% (Графикон 17). Ови подаци додатно потврђују тезу да велика заступљеност непотписаних текстова није у функцији избегавања одговорности, што је карактеристика сензационалистичког новинарства, већ пре одражавају новинарску праксу тадашњег времена, према којој кратки текстови попут вести и хибрида нису били потписивани. Са друге стране, извештаји, коментари и новинарске критике непотписани су у малом проценту (испод 10%). Ова чињеница такође је у складу са претходно изнетом тврдњом због тога што је у овим жанровима присуство става аутора више веровано, а самим тим је и потреба да они буду потписани већа.

Графикон 17: Непотписани текстови по жанровима



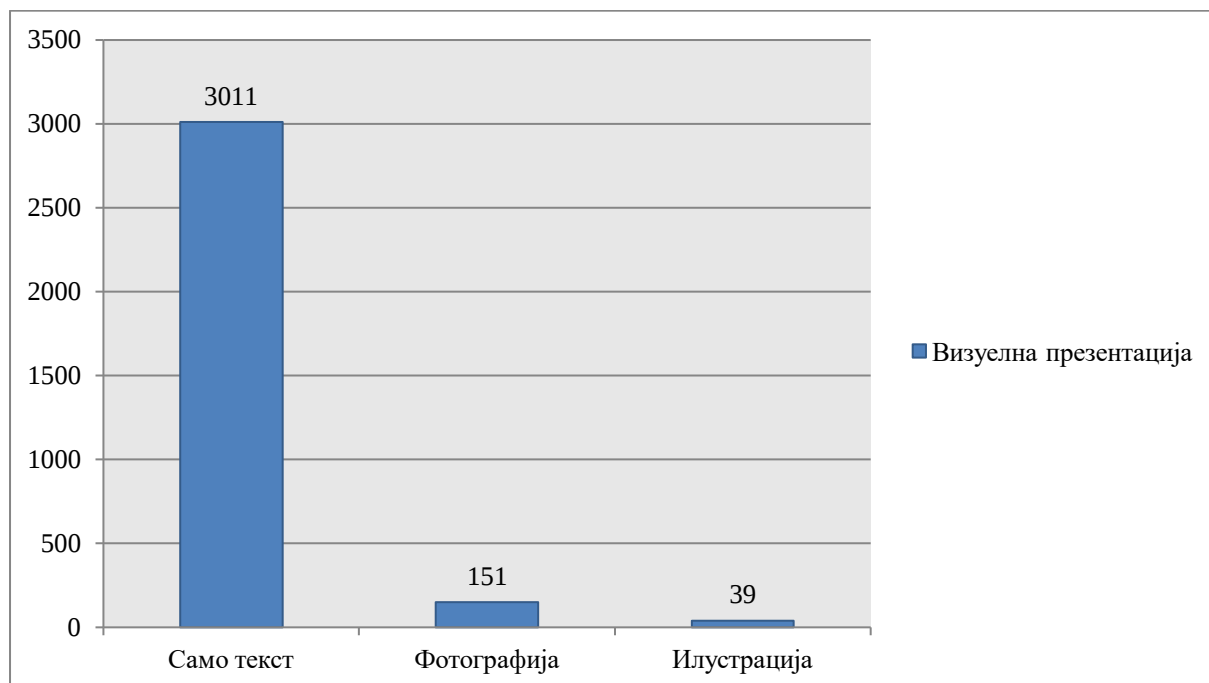
Употреба псеудонима у новинарству најчешће је повезана са ауторским колумнама као и са потребом аутора да заштите свој идентитет из различитих разлога. У случају *Одјека Шумадије*, псеудонимом је потписан мали број текстова (0,9%, 33), што указује на ограничену заступљеност овог облика ауторства. Најзаступљенији псеудоним у анализираном корпусу је „Ратарац”, који је током 1938. и 1939. године у рубрици „Позориште” најчешће писао позоришне критике⁴¹. Од свих псеудонима употребљених приликом потписивања текстова, трећина (33%) је примећена у новинарским критикама. Због тога ова пракса може указивати на настојање аутора да успоставе својеврсну ауторску препознатљивост или да изразе ставове без директног повезивања са личним идентитетом.

Текстови које је објавила редакција или институција чине мањи проценат (по 0,2%, по 7 текстова), што указује на то да су званични извештаји и саопштења били сразмерно ретки у односу на друге врсте садржаја. Ипак, треба напоменути да су многи непотписани текстови по свом садржају и тону налик званичним саопштењима, што указује на могућност да су их заправо писале институције или сама редакција. Слично

⁴¹ Као позоришни критичари 1941. године појављују се у *Одјеку Шумадије* аутори са иницијалима Сид и Н.Ј. Стојадиновић (1975) њихов рад оцењује као квалитетан и истиче да је Крагујевац у Сид-у „имао доброг, ухотаног позоришног критичара финих и истанчаних запажања”. Видети више: Стојадиновић, Р. (1975). *Крагујевачко позориште 1835–1951*. Светлост, стр. 170.

томе, иако су само поједини текстови експлицитно означени као ставови редакције, анализа сугерише да је одређени број непотписаних чланака у функцији уредничке политике листа.

Графикон 18: Визуелна презентација



Анализа визуелне презентације текстова у *Одјеку Шумадије* (Графикон 18) показује да је доминантан облик представљања садржаја био искључиво текстуални (95,1%, односно 3011 текстова), док је употреба визуелних елемената, попут фотографија (3,6%, 151) и илустрација (1,2%, 39), била ограничена.

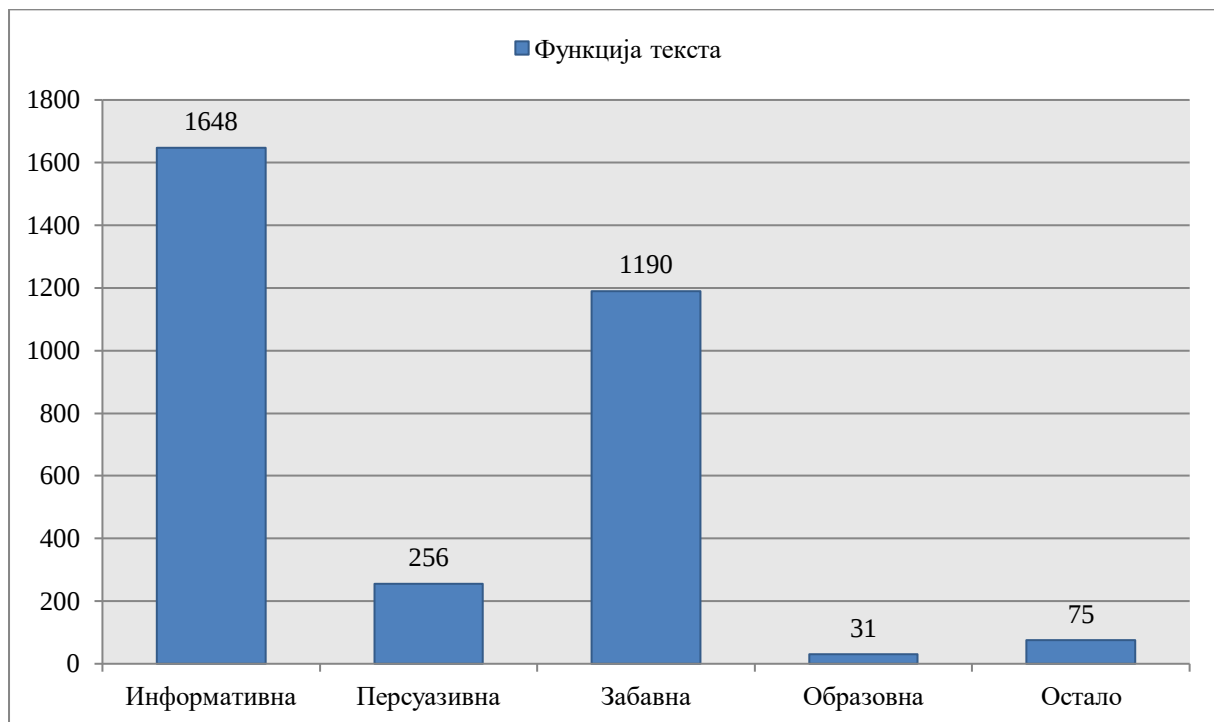
Важно је истаћи да број забележених фотографија не одражава укупну количину визуелног материјала у листу, већ само присуство или одсуство фотографије или илустрације у појединачним текстовима. У случајевима где је текст био праћен са више фотографија, у анализи је евидентирано само њихово присуство, без навођења тачног броја. Такође, поједине рубрике, попут умрлица и помена, често су биле праћене фотографијама, али овај тип садржаја није улазио у оквир анализе, те ови визуелни прилози нису узети у обзир приликом категоризације. У оквир анализе није улазила ни последња, огласна страна где су се фотографије и илустрације повремено појављивале. Поред тога, анализа садржаја листа указује на одсуство јасно дефинисаног уредничког графостилистичког концепта. Поједини бројеви садрже више од десет фотографија, док

у другим издањима ниједан текст није пропраћен визуелним материјалом, што указује на непостојаност у примени визуелних елемената у уређивачкој пракси.

Ови подаци указују на то да лист није придавао велики значај визуелној компоненти, што је у одређеној мери у супротности са савременим таблоидним праксама, које се ослањају на ефектну употребу слика како би привукле пажњу читалаца. Ипак, треба узети у обзир технолошка и материјална ограничења тог времена, која су могла утицати на учесталост објављивања фотографија и илустрација. Поред ограничених материјалних ресурса, о чему је често извештавано у листу, *Одјек Шумадије* није располагао фото-репортером, што је додатно утицало на скромну заступљеност визуелног садржаја. Такође, број сарадника био је релативно мали, при чему је највећи број текстова писао уредник и власник листа, Милован Пантовић. Дакле, у поређењу са савременим таблоидима у којима је улога визуелног садржаја доминантна, *Одјек Шумадије* се претежно ослањао на текстуалне садржаје.

Ови налази указују на специфичан положај *Одјека Шумадије* између традиционалног новинарства и таблоидног стила. Иако је употреба визуелног садржаја присутна, она није доминантна. Ово сугерише да је лист у значајној мери задржао класични новинарски приступ у погледу визуелне презентације, упркос одређеним карактеристикама таблоидног новинарства наведеним у претходном тексту (нпр. нагласак на приватни живот и личне приче).

Графикон 19: Функција текста



Када је реч о извештавању *Одјека Шумадије*, анализом текстова утврђено је да оно испуњава основне функције новинарства: информативну, образовну и забавну. Најзаступљенија је информативна функција (51,48%, 1648), што указује на чињеницу да је лист првенствено тежио да пружи читаоцима вести и обавештења о актуелним догађајима. Међутим, важно је напоменути да су чак и унутар информативних текстова (како је детаљније објашњено у претходним деловима овог поглавља) присутне таблоидне карактеристике извештавања.

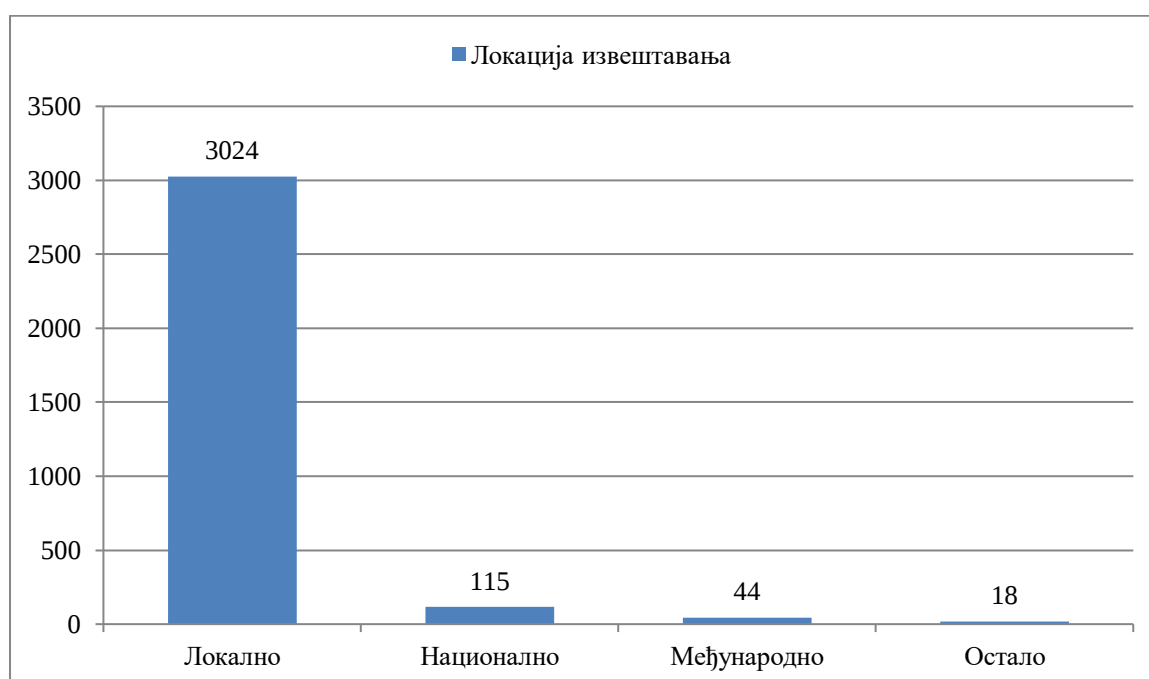
Значајан број текстова имао је забавну функцију (37,18%, 1190), што је у складу са једном од кључних карактеристика таблоидног новинарства – настојањем да привуче и задржи пажњу публике кроз лакше, често сензационалне садржаје. Ово је посебно релевантно у контексту доминације текстова о приватном животу, личним причама и друштвеним догађајима.

Затим, персуазивна функција била је присутна у 8% (256) текстова, што нам говори да је лист повремено користио различите стратегије ради обликовања јавног мњења – било кроз коментаре, уређивачке текстове или индиректно фаворизовање одређених ставова.

Мање од једног процента текстова имало је образовну функцију, што показује да лист није имао изразиту намеру да едукује читаоце, већ се више ослањао на информативни и забавни аспект. Ово је додатни показатељ да је *Одјек Шумадије* био усмерен на лакше, свакодневне садржаје, а не на продубљене анализе или текстове са трајнијим значајем.

Најзад, категорија „остало” (2,34%) обухвата садржаје који не могу бити јасно сврстани у наведене категорије, што додатно наглашава разноликост формата и стилова у листу.

Графикон 20: Локација извештавања



Анализа података о локацији извештавања у *Одјеку Шумадије* показује снажну усмереност на локалне теме, с обзиром на то да 94,4% текстова (3024) обрађује догађаје из Крагујевца и околине. Ова доминантна заступљеност локалних вести потврђује улогу листа као примарног извора информација за локалну заједницу, што је у складу са његовим самопозиционирањем као *независног информативног листа за друштвена питања Крагујевца*.

Националне теме су заступљене у 3,6% текстова (115), што указује на то да је лист, иако првенствено фокусиран на локална дешавања, повремено обрађивао и шире друштвено-политичке догађаје. Редакција је препознавала значај одређених националних питања за локалну публику и, у зависности од контекста, преносила вести од ширег значаја, попут важних догађаја у краљевској породици. Посебно у последњој години излажења, приметно је појачано извештавање о надлазећем рату, што указује на свест о значају глобалних политичких околности за локалну заједницу.

Међународне теме су маргинално заступљене (1,4%, 44), што је очекивано с обзиром на локални карактер листа и ограничене ресурсе редакције. Посебно је интересантна чињеница да у првој години излажења лист није објавио ни једну вест из света – присуство ове категорије вести уочено је тек у 1938. години. Категорија „остало” (0,6%, 18) обухвата садржаје који нису директно везани за одређену географску локацију, што додатно потврђује да је просторни фокус листа био у највећој мери локални.

Овакав резултат је у складу са карактеристикама локалних таблоида, који често наглашавају вести из непосредне средине, укључујући хронику, друштвене догађаје и личне приче, чиме подстичу ангажовање читалаца и осећај блискости са садржајем. Анализа података показује да је *Одјек Шумадије* у изузетно високом проценту (94,4%, 3024) извештавао о локалним темама, док су националне (3,6%, 115) и међународне теме (1,4%, 44) биле маргинално заступљене. Ово указује на снажну усмереност листа на локалну заједницу, што је једна од кључних одлика локалних медија. Поред тога, уредничка политика листа, која је фаворизовала вести из Крагујевца и околине, као и специфичан фокус на локалне друштвене и политичке теме, потврђује да *Одјек Шумадије* функционише у оквирима карактеристичних модела локалног новинарства.

6. Напомене о језику *Одјека Шумадије*

6.1. Примена функционалних стилова у новинама *Одјек Шумадије*

Језик у конкретној реализацији није хомоген, већ се раслојава (Тошовић, 2002: 27). То значи да се не појављује као једна уједначена целина, већ показује различите облике, нивое и слојеве, који настају у зависности од комуникативних потреба и контекста. Управо овим аспектима језика бави се функционално-стилско разграђивање, које је предмет истраживања функционалне стилистике, посебне гране развијене у оквиру стилистике. Функционална стилистика изучава употребу и функционисање језика у различитим областима људског живота. У зависности од врсте комуникације у оквиру посебних људских делатности, попут науке, уметности, публицистике, законодавства и свакодневне комуникације, настају специфичне језичке формације – функционални стилови⁴². Тошовић (2002) издваја пет функционалних стилова: књижевноуметнички (КФС), публицистички (ПФС), научни (НФС), административни (АФС) и разговорни (РФС). У новинама *Одјек Шумадије* препознају се публицистички и разговорни стил као доминантни функционални стилови. Ова два стила представљају основ за анализу јер одражавају специфичне комуникативне и изражајне потребе карактеристичне за новинарски дискурс тог времена.

Публицистички стил, као примарни носилац информативне и аналитичке функције, доминира у већини текстова, док се разговорни стил најчешће појављује у рубрикама које имају таблоидне одлике. Управо у овим рубрикама, кроз непосредан, понекад и сензационалистички тон, тежи се привлачењу пажње читалаца и креирању блискости са публиком. Разговорни стил тако постаје алат за драматизацију и емоционално наглашавање одређених тема, што су кључне карактеристике таблоидног израза.

⁴² Према Д. Кликовац (2002/2003), постоје три главне класификације функционалних стилова у српском језику. У овом раду ослонац за анализу језика *Одјека Шумадије* је класификација Бранка Тошовића, која је понуђена у тексту. Поред ове поделе, Милорад Радовановић препознаје дисциплинарно раслојавање (раслојавање којим настају стилови права, новинарства, политике, књижевности и слично), ситуационо раслојавање (до ког долази у зависности од ситуације у којима говорни представник користи језик, попут радног места, породичног ручка, испита на факултету и слично) и тематско раслојавање, које се одвија у зависности од теме разговора (у оквиру новинарског дисциплинарног стила прилози о различитим друштвеним активностима, попут спорта, политике, културе и економије, пишу се различитим стилима). Ранко Бугарски функционалне стилове категоризује према доменима употребе језика (свакодневне интеракције, медији, правсуђе, наука итд.), према односу међу саговорницима (формални, разговорни, интимни) и према медијуму језичког израза (говор или писање). Видети више: Кликовац, Д. (2003). О класификацији функционалних стилова у нашој стручној литератури. *Наш језик*, 34(3-4), 272-273.

У наставку ће бити представљене карактеристике публицистичког стила, након чега ће бити разматрана улога разговорног стила у рубрикама које показују таблоидне тенденције.

6.1.1. Публицистички стил

Међу функционалним стилима посебно се издваја и доминантан је КФС, јер више од осталих ФС изражава лексички и граматички стил језика, док се други базирају на констатацији реалности (Тошић, 1993). Њему најсличнији јесте публицистички стил, који у ширем смислу представља језички израз публицистике, у ужем – новинарства (средстава јавног информисања). С обзиром на то да је публицистика врста активности која анализира актуелне појаве, прати их и извучи закључке, она захтева одговарајући стил изражавања. Како се информације пласирају великом броју прималаца, „стил треба да у доступној, разумљивој форми презентира садржај” (Тошовић, 2002: 299).

Тошовић наводи да се ПФС диференцира на два основна вида: новинарски и монографско-публицистички (уско публицистички). У оквиру првог издвајају се новинарски и новински (под)стил, при чему се новинарски односи на језички израз новинара и оних који се баве новинарством, а други на начин писања у штампаним медијима (Тошовић, 2002: 301). Оваква подела истиче да новинарски (под)стил обухвата индивидуални израз аутора, док новински одражава обрасце и језичке карактеристике одређеног медија. Овај концепт је значајан за анализу стилистике таблоидног новинарства, јер омогућава да се испита како се ови различити видови израза примењују у контексту сензационализма и таблоидизације.

Према Тошићу (1993: 67), публицистички стил није монолитна стилска формација и унутар њега могу се препознати подстили који се користе у различитим новинарским жанровима – информативним, аналитичким и литерарним (белетристичким) жанровима. Стил писања у информативним жанровима најдаљи је од КФС, с обзиром на то да то се он користи у краћим текстовима са високим степеном официјелности. Овим жанровима се у јасном и кратком облику саопштава о неком догађају, а по неекспресивности – близак је научном и административном стилу. Затим, аналитички жанрови публицистичког стила приближавају се уметничким текстовима због благе усмерености ка сликовитом и изражајном казивању. С обзиром на то да се у

овим текстовима информације обликују у форму анализе, оне могу бити различите – од сувопарних до стилски упечатљивих. У новинарским текстовима попут репортаже, фелтона и путописа, који представљају мале литерарне форме, индивидуализација језичког израза може се довести на висок ниво. Такав подстил назива се књижевнопублицистичким, а од КФС га највише разликује употреба стандардизованих, клишираних језичких средстава карактеристичних за битан део ПФС (Тошић, 1993: 67).

Сваки од ових подстилова, са својим јединственим карактеристикама, остварује се кроз разноврсне жанрове који одговарају специфичним функционалним потребама новинарског израза. У информативни подстил сврставамо новинарски чланак, краћу информацију, ширу информацију, хронику, преглед писања штампе, саопштења, интервјуе, извештаје и слично. Затим, аналитички подстил подразумева уводник, коментар, осврт, критички чланак, приказ, рецензију и сличне жанрове, док се по књижевнопублицистичком подстилу препознају репортажа, фелтон, памфлет и др. У енигматском подстилу налазимо укрштеницу, ребус и друге енигмене, а у стриповном – стрипове. Поред тога, жанровска разноврсност новинарског стила је појачана самом природом медија (штампе, радија, телевизије) (Тошовић, 2002: 97).

Ова жанровска разноврсност, која је неизоставна у различитим подстиловима, само је један од аспеката који одређују ПФС. Он заузима посебно место у систему функционалних стилова, а одликују га: „1) писмена и усмена форма реализације, 2) жанровска разноврсност, 3) информацијска разнородност, 4) изукрштаност семантичке, стилистичке, стандарднојезичке, стилске, социјалне и територијалне информације, 5) знаковна усложњеност, 6) кодна комбинаторика, 7) порозност граница, 8) екстралингвистичка заснованост, 9) функционална издифернцираност, 10) парадигматска и синтагматска структурираност, 11) ауторска обојеност, 12) комуникацијска поливалентност” (Тошовић, 2002: 301).

Основна функција публицистичког стила је информативна, затим следи перлокутивна или агитационо-пропагандна. Специфична подфункција која је присутна у одређеним жанровима – „разонодна”, посебно је значајна у контексту овог рада. Она се реализује „у лаким, угодним текстовима за читање (рецимо после ручка, пред спавање, преко викенда, на годишњем одмору и сл.), у радио-емисијама за добро расположење, на телевизијским контакт-емисијама и у квизовима” (Тошовић, 2002: 304). Поред актуелности, оперативности и скретања пажње на тему извештавања, битна

карактеристика публицистичког текста је сензационалистички метод пласирања информација. Новинари у те сврхе користе експресивна и сликовита средства, тропе и фигуре, директно се обраћају читаоцу, постављају сугестивна или провокативна питања.

Када су у питању фотографије и илустрације, њихова улога је визуелно праћење словне информације, а циљ – привлачење пажње и разбијање просторне монотоније. Са друге стране, карикатура се посматра као замена за слику – она је лакоиконична и упечатљива порука и обично се веже за политичке текстове. У контексту визуелизације новина, значајно место има и графичка обрада слова, њихова величина, боја и нацрт (Тошовић, 2002: 308, 309).

6.1.2. Разговорни стил

Разговорни стил, према Тошићу, одликује незванични, неусиљени, спонтани, претежно усмени и дијалошки начин изражавања. У односу на остале ФС, он има најизраженију комуникативну функцију. Значајно је нагласити разлику између *разговорног стила* и *разговорног језика (ушеног говора)* због тога што разговорни стил подразумева стил неусиљеног, незваничног и неприпремљеног карактера, а разговорни језик се односи на било који облик усеног изражавања (Тошовић, 2002: 382). Оно што је посебно важно за истраживање јесте чињеница да се разговорни стил може реализовати и у писменом облику. Управо у анализираним рубрикама са таблоидним обележјима, препознаје се употреба разговорног стила у писаним текстовима, чиме се наглашава непосредност, драматичност и блискост са читаоцима, што су кључне одлике таблоидног дискурса.

Основне особине РФС које Тошић наводи чине га посебно погодним за употребу у таблоидном новинарству: приватност, фамилијарност/интимност, неусиљеност, спонтаност, скоковитост, непредвидљивост, неочекиваност, конативност, инверзибилност, ненормативност, нешаблонизираност, неприпремљеност, кинетичност, динамичност, недореченост, елиптичност, некодифицираност, емоционалност, експресивност, непотпуност, ритмичност, комуникативна варијативност (Тошовић, 2002: 383, 384).

Овај скуп карактеристика значајно се препознаје у употреби разговорног стила у таблоидном новинарству, где се користе за креирање приступачнијег, емотивнијег и

динамичнијег израза. Његова приватност, интимност и непосредност омогућавају успостављање блиског односа са читаоцима, што је један од кључних аспеката таблоидног приступа. Његова динамичност, емоционалност и експресивност доприносе стварању интензивног утиска код читаоца и наглашавају сензационалистичке елементе.

Неприпремљеност и ненормативност чине га прилагодљивим и погодним за репрезентацију садржаја који није формалан, већ тежи да изазове пажњу и емоције код публике. Комуникативна варијативност и инверзибилност овог стила омогућавају широк спектар језичких експресија, што је у складу са разноврсним жанровима и форматима који се користе у таблоидима. Елиптичност, недореченост и скоковитост доприносе брзини читања и једноставности изражавања, што је посебно важно у медијима који теже што већој приступачности и масовној популарности. Све наведене карактеристике не само да одговарају функционалним захтевима таблоидног новинарства, већ и играју кључну улогу у обликовању његовог језичког израза и ефеката које има на публику.

Примећене су јасне језичке разлике између различитих жанрова у новинама *Одјек Шумадије*. Информативни жанрови, као што су вести и извештаји, карактеришу се формалним, објективним и стручним језиком, при чему се тежи прецизности и економичности израза. Насупрот томе, жанрови забавног карактера, попут хумористичких текстова или трач рубрика, користе колоквијалан, сликовит и често емотивно обојен језик. Ове разлике одражавају различите функције које ови жанрови имају у оквиру новинског садржаја – први служе информисању, а други забави публике, о чему ће бити речи у наредним поглављима.

6.2. Рубрике са таблоидним одликама у *Одјеку Шумадије*

Од првог броја, новине *Одјек Шумадије* укључују садржаје усмерене на приватне животе и забаву, што указује на тенденцију ка уређивачком концепту са елементима таблоида. Иако се овај аспект у потпуности кристализује у каснијим годинама, кроз рубрику „Заврзлама”, већ од почетка издавања приметан је континуитет у том смеру.

Међу рубрикама са таблоидним одликама, „Заврзлама” се издваја као најистакнутија и рубрика са најдужим континуитетом објављивања. Већ у првом броју присутна је рубрика „Шта се прича...”, која је током прве године излажења новина

објављена у три од укупно шест бројева. У истом периоду забележена је и рубрика „Хумор”, која је објављена само једном у првој години – са укупно три текста.

Током 1938. године долази до јаснијег обликовања рубрике „Шта се говори”, која се карактерише учесталим објављивањем – присутна је у готово сваком броју. Њен континуитет наставља се и у делу 1939. године, све до успостављања рубрике „Заврзлама”, која ће преузети њену функцију и постати препознатљив сегмент новина. Према доступним издањима, последња рубрика „Заврзлама” објављена је 4. августа 1940. године. Важно је напоменути да се 1939. године, неколико бројева пре покретања „Заврзламе”, појављује рубрика „Рапорт”, која такође носи одлике таблоидног новинарства. Ова рубрика престаје да се објављује истог датума када и „Заврзлама”.

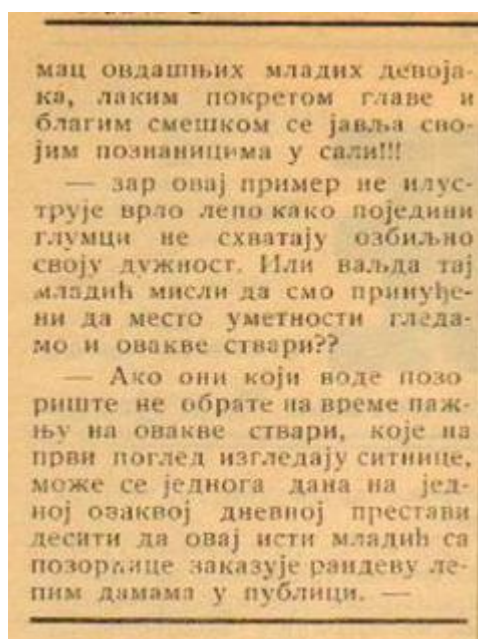
Значење и улога поменутих рубрика у оквиру новина биће детаљније разматрани у наредним поглављима, где ће бити анализирани њихове специфичности и допринос уређивачком концепту *Одјека Шумадије*.

6.2.1. Жанровске и стилске карактеристике рубрике „Шта се прича...”

Употреба разговорног стила у називу рубрике „Шта се прича...” одражава неформалан однос са читаоцима, али и оставља простор за претпоставке о садржају, што је карактеристично за таблоидно новинарство. Поред тога, њен назив је у форми питања које алудира на неформалне информације и трачеве, истовремено имплицирајући њихову друштвену важност. Сам назив сугерише да су ове теме већ предмет разговора у јавности. Интерпункцијски знак – три тачке, оставља простор за читаочеву интерпретацију и наговештава узбудљив, сензационалистички садржај, чиме се ствара утисак драматичности. Због свега наведеног, можемо закључити да овакво именовање рубрике одражава суштинске елементе таблоидног новинарства те да је у функцији привлачења пажње.

Текстови објављени у оквиру ове рубрике били су средње дужине. Наративна форма текстова у рубрици „Шта се прича...” уочава се већ у првом, непотписаном тексту, који је написан у првом лицу. У првом тексту аутор описује лични доживљај при куповини карте за вечерњу позоришну представу, током које је чуо разговор двојице посетилаца дневне представе. Будући да идентитет саговорника из разговора који аутор преноси није наведен, може се закључити да је реч о употреби анонимних извора, што представља поступак карактеристичан за таблоидно новинарство. Они су

коментарисали недостатак професионализма крагујевачког позоришта у извођењу дневних представа. Аутор, даље, критикује представу, издвајајући понашање једног од глумаца, „познатог као љубимца овдашњих младих девојака”, који је током наступа осмехом и климањем главе поздрављао познанике из публике. Текст је закључен саркастичном опаском: „Може се једног дана на једној оваквој дневној представи десити да овај исти младић са позорнице заказује рандеву лепим дамама у публици” (Одјек Шумадије, 5. мај 1936, бр. 1, страна 1). Овакав стилски поступак указује на непримерено понашање кроз хиперболу, што је својствено таблоидном новинарству. У прилог томе, употреба речи „рандеву” и „лепе даме” додатно потенцира сликовитост и има за циљ да изазове емоционалне реакције читалаца. Како је реченица написана разговорним стилем, она повећава осећај интимности комуникације између аутора и публике.



Слика 20: Прво појављивање рубрике *Шта се прича*, 5. мај 1936, *Одјек Шумадије* бр. 1, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)⁴³

⁴³ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

У другом тексту аутор излаже случај одласка радника на лекарски преглед након што му је позлило на раду. Радник је санитетским колима стигао у здравствену установу, где је лекар „бацио један немаран поглед на болесника” и наставио свој посао, занемаривши хитност ситуације. Аутор наглашава проток времена без лекарске интервенције реченицом: „Време је брзо пролазило. Прошло је пет минута... па десет... а од брзе помоћи нема ништа” (Одјек Шумадије, 16. мај 1936, бр. 2, страна 1). Оваквим стилским поступком он драматизује догађај, три тачке („...”) додају драматичну паузу, симулирајући ишчекивање и неизвесност. На тај начин се код читалаца ствара емотивни набој и изазива емпатија, што је типичан поступак таблоидног новинарства. Овај текст завршава се реторичким питањем прожетим иронијом: „Како може једна установа у којој се дешава и овакав неред, да носи назив уред?” (Одјек Шумадије, 16. мај 1936, бр. 2, страна 1), којим се читаоци директно укључују у критику.



Слика 21: Рубрика *Шта се прича*, 16. мај 1936, *Одјек Шумадије* бр. 2, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)⁴⁴



Слика 22: Рубрика *Шта се прича*, 16. август 1936, *Одјек Шумадије* бр. 6, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)⁴⁵

Трећи текст у рубрици доноси критику рада здравствених установа из угла личног искуства Милојка Лазаревића, бравара, који је наишао на проблем у добијању лекарске помоћи због одсуства дежурног лекара. Када је тражио хитну интервенцију другог лекара, службеник га је оптужио за агресивно понашање речима: „оћеш физички да се обрачунаш са мном” и позвао полицију, која је потом одвела Лазаревића на саслушање. Текст је објављен са поднасловом: „Нов метод лечења у место ињекције – отеран у полицију” (*Одјек Шумадије*, 16. август 1936, бр. 6, страна 2), у коме је коришћена јасна

⁴⁴ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

⁴⁵ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

иронија, која указује на критички став аутора према догађају. Јасно је присутан и сензационалистички приступ који се огледа у стављању речи „ињекција” и „полиција” у исти контекст.

Ови текстови представљају наративну форму извештавања са израженим личним ставом и сатиричним тоном извештавања, због чега се могу одредити као хибридни жанрови. Затим, аутори користе конкретне примере и догађаје како би указали на друштвене проблеме и пропусте у функционисању институција. Због тога ови текстови уједно имају и забавну функцију, али садрже и јасну критику.

6.2.2. Рубрика „Шта се говори”

Рубрика „Шта се говори” први пут је објављена у 10. броју листа *Одјек Шумадије*, који је изашао 15. октобра 1938. године, док је њено последње појављивање забележено у првом броју из 1939. године, објављеном 7. јануара. Назив ове рубрике представља модификацију претходне рубрике „Шта се прича...” и може се посматрати као њен наставак или замена, након што је претходна рубрика престала да се објављује.

6.2.3. Жанрoвске и стилске карактеристике рубрике „Заврзлама”

Рубрика „Заврзлама” се у *Одјеку Шумадије* први пут појављује 15. маја 1939. године, у десетом броју објављеном те године. Штампана је у горњем десном делу треће стране, заузимајући њену четвртину. Под насловом „ЗАВРЗЛАМА” ЗАБАВНИ ДЕО штампано је 25 кратких написа који се састоје искључиво од једне упитне реченице. У каснијим бројевима у којима је рубрика штампана, број текстова је варирао, међутим, пракса објављивања кратких упитних реченица задржала се у значајном проценту, због чега је рубрика била лако препознатљива у односу на друге садржаје.

Позивајући се на запажање Тошовића (2002: 308, 309) о значају графичке обраде слова у контексту визуелизације новина, где величина, боја и нацрт слова играју кључну улогу у диференцијацији појединих сегмената текста, може се уочити да је наслов рубрике „Заврзлама” истакнут употребом великих и масних слова. Овај графички избор не само да издваја рубрику од остатка садржаја већ и привлачи пажњу читалаца, наглашавајући њен значај. Испод назива рубрике јасно је наглашено да је у питању „забавни део”. На овај начин уредници истичу специфичну функцију рубрике у

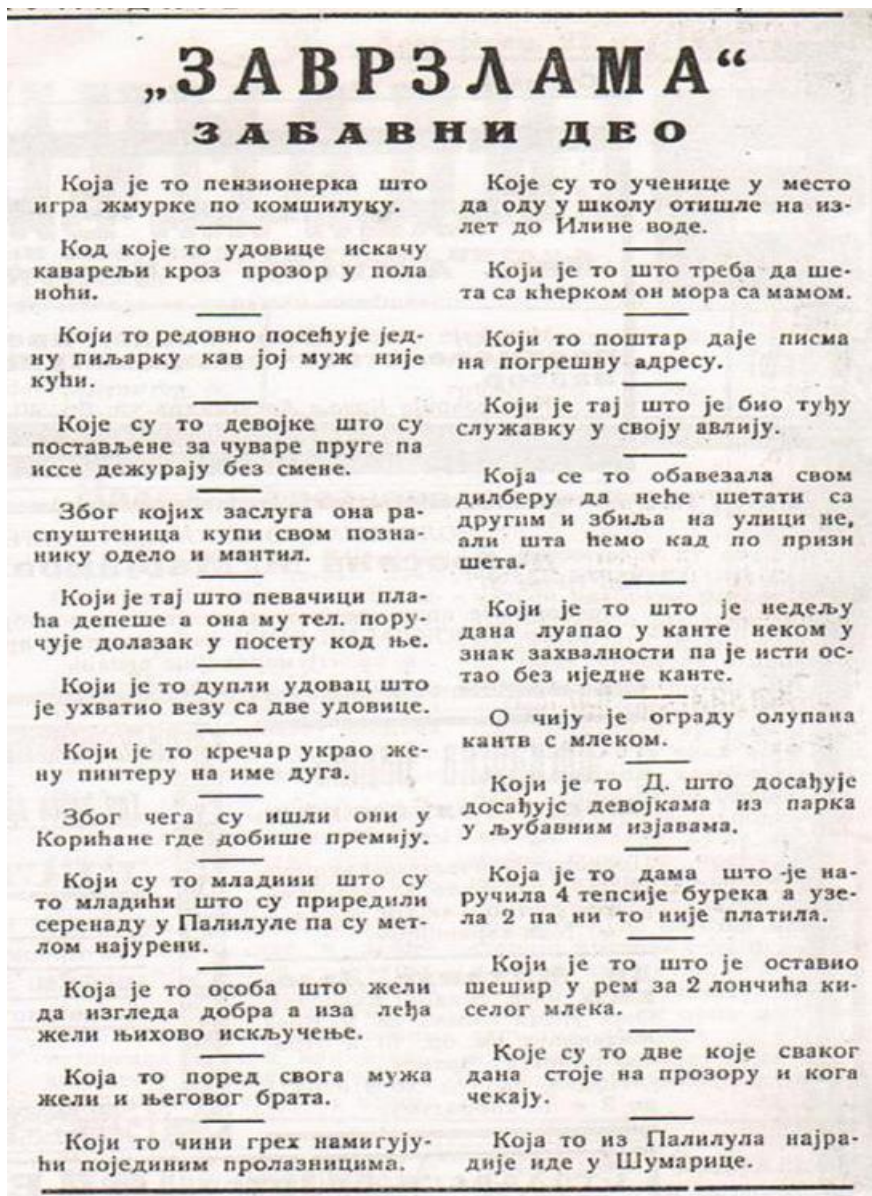
оквиру новина, а то је разонода – у виду неформалнијег и лаганијег садржаја. Такође, на овај начин аутор овај сегмент издваја у односу на информативни део и текстове чији су предмет значајна друштвена питања.

У броју 24, објављеном 1939. године, уочава се додатно истицање рубрике увођењем графичког цртежа поред њеног назива, чиме се визуелна компонента овог сегмента додатно обогаћује. На основу одевних предмета, попут шешира са украсима и наборане одеће, графички цртеж представља издужену силуету коју можемо препознати као фигуру дворске луде или клоуна (Слика 2). На тај начин цртеж додаје специфичан тематски и асоцијативни контекст рубрици. Овај визуелни елемент доприноси стварању неформалног и забавног тона који је у складу са функцијом „забавног дела” новина.

Симбол дворске луде, која традиционално представља забављача способног да отворено износи истину, у потпуности је усклађен са садржајем рубрике. Кроз историју, дворске луде су имале улогу „незаинтересованих казивача истине, чије привидно лудило прикрива дубину њиховог разумевања света” (Chevreau, 1994: 22). У прилог томе говоре и положај тела и гестикулација приказане фигуре. Раширен длан испред њеног лица може се протумачити као подруглив гест – наиме, гест када се палац ставља наврх носа, а остали прсти руке се рашире у облику лепезе готово увек је знак подсмеха (Tuleja, 2012). Визуал у комбинацији са називом рубрике сугерише разигран и задиркујући тон, што оснажује интеракцију читаоца са текстом и доприноси целовитом доживљају. Графички елемент у овом случају има значајну улогу у визуелној комуникацији са читаоцима.

У свескама *Одјека Шумадије* штампаним у последњој години његовог излажења рубрика „Заврзлама” није уочена. Већ у другом броју, објављеном 7. јануара 1941, у непотписаном тексту под називом „Одјек Шумадије улази у пету годину свог излажења” образложено је због чега је престала да излази: „Наш лист је критикован највише због рубрике ’Заврзлама’. Говорило се да је то ругло нашег града. И ми смо обуставили ту рубрику. Међутим, шта се десило? Тираж листа знатно је опао, што значи да су многи баш овај лист читали због те ’заврзламе’. У ствари ’заврзлама’ је пуштена у јавност на основу стварно проверених података, па ако је она значила ругло нашег града, да ли је онда требало затварати очи пред таквим стварима?”. У овим

реченицама јасно је истакнут сукоб између комерцијалног успеха медија и одговорности новинара према друштву.



Слика 23: Прво појављивање рубрике *Заврзлама*, 15. мај 1939, *Одјек Шумадије* бр. 10, стр. 3 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁴⁶



Слика 24: Пример рубрике *Заврзлама*, 17. септембар 1939, *Одјек Шумадије*, бр. 28, стр. 3 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁴⁷

Рубрика „Заврзлама“ очигледно је изазвала контроверзе у јавности, што показују и претходно анализирани текстови, а критика да је рубрика „ругло града“ указује на

⁴⁶ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

⁴⁷ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

негативан одјек у одређеним друштвеним круговима. У претходним бројевима редакција је показивала одлучност када је објављивање рубрике у питању, међутим, у овом случају чине уступак. Како тај поступак узрокује значајан пад тиража, јасна је њена популарност међу читаоцима. У последњем делу цитата се оправдава постојање рубрике, уз тврдњу да су „проверени подаци” основа текстова. На тај начин се имплицира да је рубрика имала и информативну улогу и да је указивала на проблеме који су постојали у друштву, без обзира на њен забавни карактер. У последњој реченици аутор преиспитује улогу новинарства као одраза друштвене стварности.

Као и већина текстова објављених у *Одјеку Шумадије*, текстови у рубрици „Заврзлама” су непотписани. Сваки текст је графички одвојен танком хоризонталном линијом, чиме се постиже јасна сегментација и наглашава индивидуалност сваког написа. Истовремено се овим успоставља препознатљив и динамичан стил.

Већина текстова у рубрици „Заврзлама” написана је у форми упитних реченица, при чему се узроци оваког стилског облика могу анализирати кроз неколико кључних аспеката. Узрок томе, на првом месту, можемо пронаћи у тежњи аутора да испровоцира интересовање читалаца. Ове упитне реченице имају за циљ да привуку пажњу и подстакну веће ангажовање у читању. На овај начин иницира се читалачка интерпретација, што је значајно за одржавање читаоца у процесу разматрања информација.

Друга важна функција упитних реченица у овим текстовима односи се на стварање осећаја неизвесности, што представља кључни механизам сензационалистичког новинарског приступа. Овај приступ се ослања на претпоставку да ће читаоци бити ангажованији у читању ако текст изазива осећај неодређености, тј. ако информације нису до краја разјашњене. Кроз ову технику, новинарске информације се представљају у облику неразјашњених детаља који читаоцу остављају простор за самосталну интерпретацију. Читалац на овај начин тежи да повезује информације и идентификује кључне особе или догађаје који су предмет извештавања. Овакав метод ствара ефекат „загонетке”, која повећава ниво интересовања. У овом контексту, упитни тон и структура текстова делују као средство за изазивање емоционалне и когнитивне реакције. До сличног закључка долази и Шели-Њумен (Schely-Newman, 2004: 481, 482), која наводи да визуелна презентација и стил трач рубрика наводе читаоце да учествују у дешифровању загонетки. Стога, упитни формат у текстовима рубрике „Заврзлама”

представља комбинацију комуникацијског и психолошког механизма који подстиче читаоца да активно учествује у читању и разматрању информација, чиме се појачава ангажовање и интеракција са новинским садржајем.

Текстови у рубрици „Заврзлама” могу се жанровски најприближније одредити као хибрид забавног и информативног садржаја. Предмет извештавања готово искључиво чине приватни животи грађана Крагујевца, са фокусом на породичним сукобима, брачним неверствима, личним и љубавним односима појединаца и другим скандалима.

У питању су кратка, сугестивна питања попут: „Која је то палилулка Деса што се коцка са жењеним људима?” (Одјек Шумадије, 15. октобар 1939, бр. 32, страна 3), „Која то удовица има нов распоред за пријем публике?” (Одјек Шумадије, 22. децембар 1939. бр. 42, страна 3), и „Који је то пиварац Т. што даје робу бакалску удовицама у пола цене?” (Одјек Шумадије, 6. септембар 1939, бр. 26, страна 3). Реченице почињу упитним заменицама као што су: „која”, „који”, „које”, након чега следи именица или заменица која одређује субјекат питања („палилулка Деса”, „пиварац Т.”). Одмах након тога, у највећем броју случајева уводи се односна заменица „што”, која служи за даље прецизирање или описивање активности или карактеристика субјекта. Употреба заменице на почетку реченице изазива радозналост читалаца и уједно доприноси динамици и осећају континуитета приликом читања.

Примећена су три приступа идентификавања субјекта извештавања: 1) именом, као у примеру „Која је то палилулка Деса што се коцка са жењеним људима?” (бр. 32); 2) иницијалом, као у примеру: „Који је то пиварац Т. што даје робу бакалску удовицама у пола цене?” (бр. 26, 1939); 3) другом одредницом, попут друштвеног статуса или улоге у заједници, као у примеру: „Која то удовица има нов распоред за пријем публике?” (бр. 42, 1939). Сваки од ових приступа идентификацији субјекта доприноси препознавању појединаца у оквиру локалне заједнице и читаоци на основу ових одредница могу лакше одредити о коме се пише. Ипак, како одреднице нису увек прецизне, оне остављају простор за различита тумачења. Ова неодређеност може изазвати забуну међу читаоцима, али истовремено отвара могућност за интеракцију, расправе и спекулације у оквиру локалне заједнице.

Пример неодређености у идентификацији субјекта уочен је у тексту објављеном 1939. године у броју 23, где се наводи: „Која је то болничарка што својом сукњом чисти

тротоар?” Четири броја касније, у броју 27, објављен је „наставак”, који гласи: „Болничарка која чисти тротоар сукњом не односи се на Бановинску болницу.” Овај пример указује на могућу реакцију читалаца или шире јавности, што је могло редакцију навести да накнадно појасни о коме није реч. Иако је тешко са сигурношћу утврдити разлог овог додатног објашњења, може се претпоставити да је текст изазвао дискусије у локалној заједници, што је створило потребу за накнадним реаговањем листа.

Мада је разлог за додатно објашњење у поменутом примеру нејасан, одређени број текстова у „Заврзлами” указује на континуитет у извештавању, што се може тумачити као стратегија изградње односа са публиком. Одређени догађаји били су обрађивани у више бројева, уз додавање нових информација. Оваква пракса подстицала је читаоце да континуирано купују новине, како би пратили развој догађаја. Примери који илуструју ову стратегију укључују следеће:

„Која то дама купи љубавнику одело и зашто, ако и мени не купи. Заврзлама ће изнети њену слику у идућем броју?” (Одјек Шумадије, 7. јул 1939. бр. 17, страна 3).

„Која то Дара купила свом љубавнику Милоју одело и сат?” (Одјек Шумадије, 25. јул 1939. бр. 20, страна 3).

У првом тексту аутор поставља питање којим имплицира да „дама” има љубавника коме купује одело. При томе најављује да ће у наредном броју бити објављена слика те даме, чиме се изазива интересовање читалаца. Како „љубавник” подразумева брачну превару, та информација би требало да буде тајна, али је аутор измешта из контекста приватног живота у јавну сферу. У следећем броју он именом идентификује грађанку и додаје информацију о куповини сата.

„Која је то жена док јој је муж на раду она пече пилиће за трошаринца?” (Одјек Шумадије, датум непознат 1939. бр. 23, страна 3).

„Због чега жена из Пупинове улице што пече пилиће трошаринцу тужи своје комшије док јој је муж на раду?” (Одјек Шумадије, 30. август 1939. бр. 25, страна 3).

У првом тексту, аутор наводи да једна „жена” припрема оброк трошаринцу, док у наставку објављује њену адресу становања, чиме омогућава њену лакшу

идентификацију. Осим тога, он додаје нове детаље који доприносе препознавању, истичући да „жена из Пупинове улице” тужи своје комшије док јој је муж на раду.

„Која је то г-ца 13 ов. м. Приликом састанка са... заборавила гаћице крај сена на Пивари?” (Одјек Шумадије, 30. август 1939. бр. 25, страна 3).

„Која је то палилук 'Цоца' заборавила своје гаћице, исте може добити код Заврзламе?” (Одјек Шумадије, 6. септембар 1939. бр. 26, страна 5).

У овим текстовима аутор користи сензационалистички приступ, наглашавајући скандалозне детаље о догађају. У првом тексту, питање постављено у виду нагађања – која је то „г-ца” која је заборавила веш – изазива знатижељу и претпоставке о приватном животу једне младе жене. У наставку, у другом тексту, аутор идентификује ову особу као „палилук Цоку”, са циљем да шокира публику и одржи њено интересовање.

У свим наведеним примерима аутор користи стратегију постепеног откривања сензационалистичких детаља како би одржао читалачку пажњу и подстакао интересовање за наредна издања. Оваквим приступом ствара се однос са публиком који Хорн (Horn, 2020) одређује као илузију блискости и припадности међу учесницима у комуникацији. Текстови функционишу као медијска форма забаве која се ослања на препознавање локалних појединаца и догађаја. Са друге стране, карактерише их и коментарисање друштвеног живота тадашњег Крагујевца, чиме се стиче увид у приватни живот људи тог времена, њихове односе и вредности које су обликовале свакодневни живот у локалној заједници.

Сличан начин комуникације новина са читаоцима објашњава Хорн (Horn, 2020) на примеру њујоршког недељника *Town Topics: The Journal of Society*, који је излазио од 1885. до 1937. године. Кроз „трач рубрику” *The Saunterings*, у којој су објављивани дуги текстови „о гресима њујоршког високог друштва” (Montgomery, 1998: 1), часопис се читаоцима обраћао на начин који је стварао илузију приватне комуникације. Овакав начин извештавања тумачен је као кључни елемент комерцијалног успеха новина. Сличан закључак изнет је и у тексту „Одјек Шумадије улази у пету годину свог излажења”, где аутор истиче значај рубрике „Заврзлама” у привлачењу публике, како је већ наведено.

Хорн (2020) у својој анализи разматра улогу „оговарања” у контексту стварања односа са публиком, истичући да оно примарно служи као средство за успостављање осећаја интимности и припадности међу учесницима у комуникацији. У том смислу, садржај информације коју текст преноси добија секундарни значај. Монтгомери (1998: 1) напомиње да се аутор рубрике *The Saunterings* поставио као цензор друштва, што у извесној мери кореспондира са ставовима уредништва *Одјека Шумадије* у вези са рубриком „Заврзлама”. Ово, међутим, не представља посебност поменутих рубрика, већ одраз ширег значења које оговарање има као друштвени феномен – улогу у одржавању морала, вредности и јединства друштвених група кроз понављање моралних кодекса (Merry, 1984: 274).

У рубрици „Заврзлама” наилазимо на текстове који указују на то да је она у одређеном смислу служила као средство за одржавање друштвених вредности и моралних кодекса, те недвосмислено демонстрирају њен утицај у креирању друштвених вредности. Напис „Која је Милица Ердоглијанка која се плаши Заврзламе?” (Одјек Шумадије, 6. септембар 1939. бр. 26, страна 5) указује на то да је појављивање у „Заврзлами” значило да је појединац, објект извештавања, поступао неморално. Са друге стране, страх од појављивања указује на одређено нарушавање репутације у оквирима локалне заједнице, а лист је посматран као контролор поступака грађана. Емоционални утицај на читаоце илуструје текст: „Које то пиварке Вера и Рада што плачу кад читају ’Заврзламу’?” (Одјек Шумадије, 6. септембар 1939. бр. 26, страна 5). Дрastiчнији пример представља текст „Која је то Љубица што је упалила свећу и клела ’заврзламу’?” (Одјек Шумадије, 19. новембар 1939. бр. 37, страна 3), у коме се, кроз хиперболу и метафору, наглашава утицај текстова ове рубрике. Са друге стране, текст „Која је то Џајевка што се хвали да њена Драгица није изашла још у Заврзлами?” (Одјек Шумадије, 19. новембар 1939. бр. 37, страна 3) показује супротну реакцију – понос због одсуства из рубрике, што додатно потврђује утицај рубрике на репутацију појединаца у заједници. На тај начин, рубрика функционише као алат за индиректну контролу понашања читаоца.

Текстове рубрике „Заврзлама” карактерише употреба два функционална стила која су кључна у анализи функције и карактера рубрике. Први је публицистички стил, а други разговорни стил.

У оквиру публицистичког стила Тошовић (2002: 304) уочава специфичну „разонодну” потфункцију која је присутна у одређеним „лаким, угодним” садржајима. У овај оквир може се уврстити и садржај рубрике „Заврзлама”. Као значајну карактеристику публицистичког текста, Тошовић наводи и сензационалистички метод пласирања информација, који подразумева и постављање сугестивних или провокативних питања, што је суштинска одлика текстова рубрике „Заврзлама”, који се у основи састоје од једног таквог питања.

Поред публицистичког, у рубрици „Заврзлама” уочена је употреба разговорног стила на начин који потврђује Тошовићеву (2002: 382) тврдњу да се коришћењем разговорног стила у писаним текстовима наглашава непосредност, драматичност и блискост са читаоцима. На примеру анализе израелских трач рубрика о познатима, Шели-Њуман (Schely-Newman, 2004: 480) долази до случних закључака, истичући да такав специфичан жанр ствара утисак разговора између аутора и читаоца, што повећава ниво интимности између њих. Аутор истиче да је један од механизма коришћен у стварању овакве комуникације и употреба неформалног стила, као и кратке и једноставне синтаксичке структуре, што је примећено у текстовима објављеним у рубрици „Заврзлама”.

Наведене карактеристике су кључне одлике таблоидног дискурса, на основу чега закључујемо да је у овој рубрици разговорни стил коришћен као механизам таблоидног приступа. Уједно, то додатно потврђује таблоидну природу саме рубрике.

Комбинација публицистичког и разговорног стила у текстовима рубрике „Заврзлама” указује на њихову двојаку улогу: са једне стране, они се позиционирају као забаван и „лаган” садржај, док, са друге стране, користе сензационализам и блискост са читаоцима као инструменте таблоидизације.

Поменуто стварање неизвесности може се повезати са концептом оговарања или трача. Делјење информација личне природе о појединцима уобичајен је начин људске комуникације. Упркос томе, овај феномен измиче прецизној дефиницији (Schely-Newman, 2004: 471). Оговарање подразумева две кључне компоненте: прво, то је облик комуникације који укључује пошиљаоца, примаоца и мету; и друго, мета је одсутна или није свесна саопштеног садржаја (Dores Cruz et al, 2021: 252). Међутим, садржај рубрике „Заврзлама” не испуњава други критеријум ове дефиниције, с обзиром на то да је реч о јавном медијском садржају, доступном за читање и самој „мети”, особи о којој

се пише. Иако садржај рубрике „Заврзлама” не испуњава критеријум одсутности мете, ипак произлази закључак да ова рубрика сферу личног људског живота уноси у јавни дискурс. Објављивањем информација које се односе на приватне догађаје или појединце у оквиру новина, „Заврзлама” на специфичан начин утиче на ерозију границе између приватног и јавног, чинећи приватне аспекте живота предметом јавне расправе и забаве.

6.2.3.1. Друштвене реакције и полемике поводом рубрике „Заврзлама”

Назив рубрике „Заврзлама” карактеристичан је пример таблоидног начина извештавања јер избор речи изазива радозналост и оставља простор за тумачење. Према *Речнику српскога језика* Матице српске (2011), реч *заврзлама* означава „замршену, запетљану ствар”, „доскочицу”, „подвалу”, „смицалицу” или „сплетку”. Овај термин подразумева нејасне и сложене ситуације, као и друштвене интриге и сплетке, што у потпуности одговара садржају текстова у овој рубрици. С обзиром на то да се предмет извештавања у оквиру ове рубрике односи искључиво на приватни живот грађана Крагујевца, аутор оваквим одабиром наговештава да су у питању осетљиви аспекти људског живота. У том смислу, назив не само да одражава садржај рубрике већ и стратегијске приступе који су типични за таблоидно новинарство.



Слика 25: 2 Текст „Читаоцима Заврзламе”, 4. август 1940, *Одјек Шумадије* бр. 30, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)⁴⁸

⁴⁸ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

На одређен начин, рубрика није само описивала сплетке и интриге у Крагујевцу већ је и учествовала у њима, изазивајући конфликте и реакције грађана. Ову тврдњу илуструје текст под насловом „Читаоцима 'Заврзламе'”, објављен 1940. године у броју 30. У овом тексту који је потписало уредништво, на првом месту наглашава се да се у рубрици објављују само „само истините појаве у нашем друштву”, а да су емоционалне реакције које оне стварају код читалаца на које се односе „споредне”. Даље у тексту уредништво даје јасну поруку читаоцима: свако ко се наљути због тога што се препознао у некој од *заврзлама* у следећем броју биће именован именом и презименом. Претпоследња реченица „Међутим, многи се љуте на наше писање и јављају нам се с протестима, а неки и с тужбама” указује на ефекат новина у локалној заједници и реакције које текстови изазивају код читалаца. Овај део текста објашњава да су сплетке, личне интриге и деликатне ситуације које „Заврзлама” преноси више пута резултовале негодовањем и жалбама.

Међутим, негодовање читалаца према текстовима објављеним у рубрици „Заврзлама” није се ограничавало само на жалбе и протесте. Према извештајима објављеним у више бројева листа, главни уредник Милован Р. Пантовић био је изложен физичким нападима на улици, што указује на интензитет незадовољства појединих читалаца. Први забележен инцидент описан је у броју 22 од 7. августа 1939. године, у тексту под насловом „Страдање г. Милована Р. Пантовића 'Југословенског Гандиа', мученика од народа за народ”. У овом тексту, који је иницијалима потписао А. В. Г., Пантовић је представљен као жртва друштвених интрига које су кулминирале физичким нападом. Кроз сатиру, препричан је догађај у коме су појединци о чијем је приватном животу писано у „Заврзлами” физички напали уредника *Одјека Шумадије*, Милована Петковића, а да су текстови директан повод објашњено је стиховима:

„Кука 'Ганди' злочинци га туку,
Што открио он њихову бруку!”.

Текст је написан у форми сатиричне поезије, блиске народној епској песми, са наглашеним ритмом и римом. Коришћење једноставног језика и хумористичког тона има за циљ да догађај представи на лако разумљив и занимљив начин. Са друге стране, циљ аутора је да изазове саосећање према Гандију, који је представљен као жртва, што

се огледа у одабиру речи *ћопавца*, која указује на његов инвалидитет и чињеници да је стражар притрчао како би га спасао. Догађај је драматизован, са метафоричким описима („душмани га срели”, „злочинци га туку”), чиме се повећава емотивни утицај на читаоце. Оваквим начином извештавања се на ироничан начин наглашавају тензије између уредника и дела заједнице који се противи његовом писању. И у овом тексту, као и у претходно поменутом, аутор поручује да ће са писањем наставити:

„На суду ћеш рећи своја дела,
У 'Одјеку' изаћи ће цела!”



Слика 26: Текст „Страдање г. Милована Р. Пантовића 'Југословенског Гандија'", 7. август 1939, *Одјек Шумадије* бр. 22, стр. 3 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁴⁹

Следећи напад забележен је у броју 30, од 4. августа 1940. године, у тексту објављеном на насловној страни под називом „Мучки напад на г. Милована Р. Пантовића, главног хуманог радника”, који пружа додатне детаље о непријатељству

⁴⁹ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

усмереном према уреднику. У овом непотписаном извештају описан је напад на Пантовића, који су извршили Илија Павловић, „Рус” Матеја Постелник и његова супруга Емилија.

Узрок напада јасно се повезује са текстовима објављеним у рубрици „Заврзлама”, што је и експлицитно наведено у извештају: „Напад је извршен због тога што је неколико пута у рубрици 'Заврзлама' изашло неколико написа у којима је прота Илија препознао себе”. Затим се наводи да су објављени текстови изазвали незадовољство проте Илије Павловића, који је, према аутору извештаја, направио неколико испада „који једном свештеном лицу не доликују”. Догађај је представљен на веома драматичан начин, уз употребу експресивних израза. Опис напада укључује детаље о томе како је један од нападача каменицом ударио Пантовића у главу, након чега је он, „ошамућен ударцем”, пао „обливен крвљу”. Овакви описи, као што је и израз „изубивао га на мртво име”, сведоче о стилу који је карактеристичан за рубрику „Заврзлама” – наглашено сензационалистички, са честом употребом хиперболе, која служи да се појача драматичност догађаја и изазове снажна реакција код читалаца. Коришћењем оваквих и сличних израза блиских читаоцима појачава се изражајност и текст приближава читаоцима. У истом броју објављен је и телеграм упућен Патријарху српском Гаврилу, у којем Милован Р. Пантовић саопштава информацију о поменутом нападу који је извршило свештено лице.

6.2.4. Жанровске и стилске карактеристике рубрике „Рапорт”

Рубрика „Рапорт” први пут је објављена у 24. броју *Одјека Шумадије*, штампаном 1939. године, а престала је да излази 4. августа 1940. године. Њен аутор и потписник највећег броја текстова је сарадник *Одјека Шумадије* Александар В. Гајић, који је често користио иницијале А. В. Г. као свој потпис.

Александар В. Гајић потписује све рубрике објављене до 37. броја, штампаног 19. новембра 1939. године. Након тог периода, непосредно пре укидања рубрике, објављена су још три текста, која су остала непотписана. Могући узрок томе је одлазак Гајића из Крагујевца, о чему је писано у тексту објављеном у броју 40 под називом „Одлазак Аце В. Гајића из Крагујевца” (*Одјек Шумадије*, 10. децембар 1939, бр. 40, страна 2). У овом текст Гајић је представљен као „први и последњи главни сарадник *Одјека Шумадије*”.

У рубрици „Рапорт” доминантна је тематика из приватних живота појединаца, а текстови су писани у сатиричној форми. Стил писања карактерише песничка форма и употреба парне риме, којом се ствара хумористички ефекат. Језик је често колоквијалан, а стил једноставан и сензационалистички, што је типично за таблоидно извештавање. Због свега наведеног, текстови објављени у оквиру „Рапорта” се жанровски најближе могу одредити као хибриди.

Један такав пример (Слика 27), објављен 10. децембра 1939. године у броју 40, гласи:

„Један мајсторчић што много зна,
Купио поклон да Роси да,
Претуко га њен тата,
Јер почо кокоши да му хвата!”

Овај кратак стих, написан у форми анегдоте, одликује парна рима, што је типично за хумористички тон рубрике „Рапорт”. Функција текста је забавна, а предмет текста је „мајсторчић”, млади мајстор или занатлија који се поклонима удвара девојци по имену Роса, али наилази на неодобравање њеног оца. Употребом деминутива „мајсторчић” аутор жели да умањи значај или године младића, дајући му шалвив, готово незрео карактер, чиме додатно појачава хумористички тон и сугерише његову неспретност или наивност у удварању. У том смислу, овај стих представља жанровски хибрид који ефикасно остварује медијску функцију таблоидног извештавања – пружање забаве и анегдотског увида у приватни живот појединца, у складу са програмском концепцијом рубрике.

Према *Речнику српскога језика* (Матица српска), реч *рапорт* се примарно користи у војном контексту и означава усмени или писмени извештај претпостављеној инстанци, док у ширем смислу термин подразумева било какво обавештење или извештај. Дакле, сам назив рубрике сугерише да је њен садржај конципиран као „извештај”, али у овом случају сатиричан.



Слика 27: Рубрика „Рапорт“, датум непознат 1939, Одјек Шумадије бр. 24, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)⁵⁰



Слика 28: Рубрика „Рапорт“, 10. септембар 1939, Одјек Шумадије бр. 27, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)⁵¹

⁵⁰ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

⁵¹ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

Наслов рубрике истакнут је масним, косим словима, а са његове леве стране налази се графички цртеж. Визуелна презентација рубрике, слично као код рубрике „Заврзлама”, укључује илустрацију која има функцију истицања њеног забавног карактера. Цртеж приказује фигуру у клечећем положају са једном подигнутом руком, коју можемо одредити као силуету комичара који јавно преноси поруку. Овај комичан став, као и колоквијални и сатирични тон текстова у рубрици, сугеришу да је фигура симбол говорника који пародира свакодневне догађаје и приватне животе грађана.

6.2.5. Приватни живот у јавном простору: случај брачног спора у *Одјеку Шумадије*

На страницама *Одјека Шумадије*, поред текстова читалаца на које је уредник често позивао, повремено су се могле наћи и њихове изјаве, које су у одређеним случајевима прерастале у јавне расправе. Објављивање оваквих садржаја у складу је уређивачком политиком листа, који је неретко догађаје из живота грађана измештао из приватне у јавну сферу. Ово је посебно видљиво кроз механизам континуираног извештавања о истој теми, какав је уочен у рубрици „Заврзлама”, која је у овом раду одређена као таблоидна, трач рубрика.

Један од примера изјава грађана које су прерасле у јавне расправе је случај брачног спора који се одиграо на страницама листа у три узастопна броја објављена 1938. године. У 11. броју, штампаном 20. октобра, читалац Милоје Лазовић упутио је изјаву уредништву, истичући да се мирним путем развео од супруге и да не сноси одговорност за њене дугове: „Због неслагања у заједничком животу између мене и моје жене Данице Лазовић, рођ. Нинчић, који смо се мирним путем разишли 13. ов. м-ца исто тако учинили смо и поделу покућанства, све њене дугове учињене на моје име нећу плаћати...” (*Одјек Шумадије*, 20. октобар 1938. бр. 11, страна 3). Лазовићева изјава била је кратка и састојала се од две реченице.

Већ у наредном броју, у истом ступцу и на истој страници, по њеној молби, објављено је и писмо Данице Лазовић Нинчић. У писму које је било знатно дуже од изјаве њеног супруга, изнела је своју верзију догађаја: „Ни до сада док смо били у заједници нисам правила дугове на његов рачун, већ сам од моје плате исплаћивала

његове дугове, које има хвала Богу толико да их никада неће ни исплатити” (Одјек Шумадије, 25. октобар 1938. бр. 12, страна 3). Такође, у свом писму она демантује да се са супругом мирно разишла и тврди да га је оставила „не због неслагања, већ због несмисленог задуживања у овдашњој вароши” (Одјек Шумадије, 25. октобар 1938. бр. 12, страна 3). Она је нагласила да он, услед дуговања, из куће излази само ноћу, због чега од удаје са њим није изашла у варош. Додаје и да је акције банке које је донела у мираз, њен супруг продао без њеног знања. Тиме је овај приватни спор постао предмет шире јавне расправе, што је кулминирало у последњем октобарском броју 13, када је муж упутио ново писмо са додатним појашњењима.

Његов одговор читаоцима садржао је додатне детаље и образложења поводом навода Данице Лазовић Нинчић. На самом почетку Лазовић је истакао да је изјава његове бивше супруге „у којој свога мужа клевета” (Одјек Шумадије, 31. октобар 1938. бр. 13, страна 3) пуна неистина, и да је „г-ђа Даница свог мужа који је имао једно дете из првог брака напустила својевољно, јер није волела радити кућевне послове, и бити слушкиња туђем детету” (Одјек Шумадије, 31. октобар 1938. бр. 13, страна 3). На њене наводе да је није изводио у варош у шетњу, одговорио је да није желео своје дете оставити на улици јер је њу било срамота да туђе дете води у шетњу. Он детаљно образлаже и вредност њеног мираза, иронично закључујући: „Кад би свака жена имала тако велики мираз, као г-ђа Даница неби се морала удавати, ради промене имена и постајати маћеха туђој деци како то она каже” (Одјек Шумадије, 31. октобар 1938. бр. 13, страна 3).

У овој преписци супружника приватни детаљи су непосредно изнети у јавни простор, чиме се брише граница између приватне и јавне сфере. Почетна изјава је формално и сажето формулисана, лишена емоционалног набоја, али у наредним изјавама све више долазе до изражаја емоционалне реакције и личне оптужбе, због чега одлука уредништва да објави овакве текстове указује на таблоидну оријентацију. Расправа се одвија поступном градацијом – у сваком наредном писму присутно је све више детаља, а супружници износе своје виђење истих догађаја, настојећи да придобију подршку јавности. Због тога ова прича делује као представа за јавност, у којој супружници очекују „пресуду” јавног мњења. Иако прва изјава оставља утисак промишљености и дипломатског тона, сама чињеница да је вест о разводу објављена у новинама, уз наглашавање ауторовог ограђивања од дугова супруге, указује на намеру да се јавност информише о овом догађају, као и на потенцијалну стратегију

позиционирања супруге у негативан контекст. Ова преписка показује како таблоидно новинарство преобликује приватне конфликте у јавни спектакл, при чему се граница између личног и медијски конструисаног нарушава у корист сензационализма.

7. Уредничка концепција *Одјека Шумадије* и деловање уочи Другог светског рата

Уређивачка и власничка структура *Одјека Шумадије* представљају важан аспект у анализи његове идеолошке и уредничке концепције. Током целокупног периода излажења, власник и уредник листа био је Милован Р. Пантовић, а адреса редакције остала је непромењена – Вишњичка 8, Крагујевац. *Одјек Шумадије* штампан је у крагујевачкој штампарији „Ново доба”, чији је власник био Никола Николић. Већ у првој години излажења, Николић се јавно ограђује од листа, истичући: „Са ’Одјеком Шумадије’ немам никакве друге везе до те што његов власник и издавач штампа лист у мојој штампарији” (*Одјек Шумадије*, 16. август 1936, бр. 6, стр. 2). Ову тврдњу поновио је три године касније: „Овим путем извештавам читаоце ’Одјека Шумадије’ да са истим немам никакве везе сем што се штампа у мојој штампарији, нити сам ма када шта написао за исти” (*Одјек Шумадије*, 15. јул 1939, бр. 18, стр. 3). Оба текста потписана су именом Николе Николића, уз звање „штампар”, што додатно наглашава његову дистанцу у односу на уређивачку политику листа.

Када је реч о тиражу *Одјека Шумадије*, подаци о броју штампаних примерака углавном нису доступни, што је у складу са праксом новинарства тог времена. Ипак, 19. марта 1939. године у листу је објављен кратак текст у којем се најављује да ће ускршњи број изаћи у 10.000 примерака: „Ускршњи број ’Одјек Шумадије’ излази у 10.000 примерака 1. априла. Молу се сви они који желе послати рукописе, рекламу и честитке за лист да то учине најдаље до 25 ов. м-ца.” (*Одјек Шумадије*, 19. март 1939, бр. 6, стр. 3). С обзиром на то да је Крагујевац у том периоду имао близу 30.000 становника (Ђуровић, 1995: 230), овакав тираж представљао је значајан домет за локални лист. Чињеница да је ова информација јавно истакнута, за разлику од уобичајене праксе непомињања тиража, указује на могућност да је редакција са поносом желела да истакне овај успех, свесна да је реч о изузетно високом броју примерака за тадашње прилике.

Током петогодишњег периода излажења (1936–1941), у *Одјеку Шумадије* примећене су одређене измене у заглављу, при чему лист 1937. године није излазио. У првој години излажења, у заглављу је испод назива листа наведена одредница „Независан информативан лист за економска и друштвена питања Крагујевца”, док је у

наредним годинама ова формулација скраћена на „Независан информативан лист за друштвена питања Крагујевца”.

Учесталост излажења такође је варијала: 1936. и 1938. године у заглављу је назначено да лист излази два пута месечно, док је у каснијим годинама прешао на недељни ритам излажења.

Током година мењала се и цена претплате. У периоду од 5. маја 1936. до 20. октобра 1938. годишња претплата износила је 24 динара, полугодишња 12, а тромесечна 6 динара. Прва промена цене забележена је 25. октобра 1938, када је годишња претплата повећана на 42 динара, док су полугодишња и тромесечна претплата износиле 24 и 12 динара. Ове цене задржале су се током целе 1939. године, да би у броју 30⁵², објављеном 4. августа 1940, биле уведене нове тарифе: годишња претплата 50, полугодишња 25, а тромесечна 12 динара. Ове цене остале су на снази све до последњег броја, објављеног 8. априла 1941. године. Цена појединачног примерка током свих година остала је иста – један динар.

Када је у питању оглашавање у *Одјеку Шумадије*, подаци су били истакнути у заглављу у првој и последњој години излажења. У првој години наведено је да се огласи наплаћују „по тарифи”, док је у последњој назначено да се „плаћају унапред”.

7.1. Први уводник *Одјека Шумадије*

Лист *Одјек Шумадије* започео је излажење у специфичним друштвено-политичким околностима, што је утицало на то да уредништво пажљиво формулише свој уводни текст. Први уводник представља значајан извор за анализу уредничке политике, идеолошког усмерења и односа листа према актуелним друштвеним и политичким приликама. Анализа овог текста омогућава боље разумевање начина на који су локални медији у Србији функционисали у условима ограничене слободе штампе, цензуре и политичког притиска.

Одјек Шумадије настаје у периоду међуратне Србије, обележеном процесом транзиције од аграрног ка модернијем друштвеном уређењу, као и политичком нестабилношћу. Строги закони о штампи (1925, 1929) значајно су сузили простор за

⁵² Број 30, објављен 4. августа, у ком је забележена промена цене листа, једини је доступан број из 1940. године. Како нема података из претходних бројева исте године, није могуће са сигурношћу утврдити да ли је до ове промене дошло раније.

слободно новинарско деловање, што је доводило до различитих облика цензуре и аутоцензуре. Држава је контролисала новинске садржаје, док су страначки листови били забрањени након 1929. године (Бјелица, Јевтовић, 2006).

Посматрано у локалном контексту, *Одјек Шумадије* је имао специфичну улогу у Крагујевцу, који је припадао Дунавској бановини. У том периоду, стопа неписмености у овом региону износила је око 28% (Бецић, 2014), што је утицало на начин на који су новине обликовале свој садржај и прилагођавале га читалачкој публици. Иако су Београд и Загреб представљали главне центре новинарства, *Одјек Шумадије* је у Крагујевцу био један од кључних извора информација. У време његовог излажења Крагујевац је имао преко 30000 становника (Ђуровић, 1995: 230). Лист је одражавао локалне друштвене прилике и представљао примарни извор вести за многе грађане уочи Другог светског рата.

Под насловом „Наша прва реч”, на првој страни првог броја *Одјека Шумадије*, штампаног 5. маја 1936. године, објављен је уводник листа (Слика 29). Текст је потписан као дело „Уредништва” и започиње реченицом: „Обично се на уводном месту листа који први пут излази излажу велики циљеви, жеље и наде покретача листа” (*Одјек Шумадије*, 5. мај 1936, бр. 1, стр. 1).

Међутим, већ у наредној реченици редакција истиче: „Политичке, привредне и друштвене прилике у којима 'Одјек Шумадије' почиње своје излажење недопуштају да отворено и пуним грудима искажемо оно шта би орган јавног мишљења могао да прогласи за свој програмски план” (*Одјек Шумадије*, 5. мај 1936, бр. 1, стр. 1). Формулација „не допуштају да отворено и пуним грудима искажемо” имплицира да би издавач можда желео да јасније и конкретније изложи уредничке и идеолошке смернице листа, али да му поменуте политичке, привредне и друштвене околности то не дозвољавају. Дакле, уредништво на самом почетку излажења листа указује на изазове са којима се локално новинарство у Србији суочава у датом временском контексту.

Уредништво затим наглашава да лист у Крагујевцу треба да испуњава онакву медијску улогу какву *Политика* врши у Београду. На овај начин указује на амбицију успостављања релевантног локалног медија који грађане информисе о релевантним питањима из различитих области друштвеног живота.

Година 1
 Издание 1
 Владимир В. Савин
 Издательство В
 1917 года
 100 страниц
 100 страниц

ШУМАДИЈЕ

[illegible]

Урожай рідкоземельних металів

Наша прва реч

Обично се на уводном месту анста који први пут излази налажу велики цвиљени, лави и маде поврета-
ча анста.

Политичке, привредne и друштvene цилнике у којима „ОДЈЕК ШУМАДИЈЕ“ попуњава своје „задаци“ немогуће је издати, а тиме и издати, јер је немогуће да се одговор на сва питања даје у једном броју. Међутим, сваког месеца, у овом листу, појављују се одговори на нека од питања која су се појавила у претходним бројевима. Овај лист је такође и место где се налазе одговори на писма и писане пријаве наших читалаца. Сваког месеца, у овом листу, појављују се одговори на нека од питања која су се појавила у претходним бројевима. Овај лист је такође и место где се налазе одговори на писма и писане пријаве наших читалаца.

Сарајево. Кога интересује штампа, кога интересује шта се око неја дешава, ко има потребе да објави и огласи, тај и ако му издавачи не буду обављали ништа изванредно, схвата да у средини од 35.000 становника један непартиски лист мора имати свој значај.

Naši list treba da bude u Kragujevcu ono što je list Podrinac u našoj prestolonoj istamni. U „Osluju Šumadije“ treba izdati da nađe izveštaje o svim pojavnima našim političkim, kulturnim, socijalnim i privrednim dejima.

Ništa drugo ne obelodanimo a ničim se naročito ne izdajemo. Očekujemo da građani sami svojom savješnošću i svojim postupcima ispituju stranece našeg lista. Razume se u koliko je po današnjem zakonu o štampi to moguće i njima i nama koji listu uređujemo.

17 24 31 38 45 52 59 66 73 80 87 94 101 108 115 122 129 136 143 150 157 164 171 178 185 192 199 206 213 220 227 234 241 248 255 262 269 276 283 290 297 304 311 318 325 332 339 346 353 360 367 374 381 388 395 402 409 416 423 430 437 444 451 458 465 472 479 486 493 500 507 514 521 528 535 542 549 556 563 570 577 584 591 598 605 612 619 626 633 640 647 654 661 668 675 682 689 696 703 710 717 724 731 738 745 752 759 766 773 780 787 794 801 808 815 822 829 836 843 850 857 864 871 878 885 892 899 906 913 920 927 934 941 948 955 962 969 976 983 990 997 1004 1011 1018 1025 1032 1039 1046 1053 1060 1067 1074 1081 1088 1095 1102 1109 1116 1123 1130 1137 1144 1151 1158 1165 1172 1179 1186 1193 1200 1207 1214 1221 1228 1235 1242 1249 1256 1263 1270 1277 1284 1291 1298 1305 1312 1319 1326 1333 1340 1347 1354 1361 1368 1375 1382 1389 1396 1403 1410 1417 1424 1431 1438 1445 1452 1459 1466 1473 1480 1487 1494 1501 1508 1515 1522 1529 1536 1543 1550 1557 1564 1571 1578 1585 1592 1599 1606 1613 1620 1627 1634 1641 1648 1655 1662 1669 1676 1683 1690 1697 1704 1711 1718 1725 1732 1739 1746 1753 1760 1767 1774 1781 1788 1795 1802 1809 1816 1823 1830 1837 1844 1851 1858 1865 1872 1879 1886 1893 1900 1907 1914 1921 1928 1935 1942 1949 1956 1963 1970 1977 1984 1991 1998 2005 2012 2019 2026 2033 2040 2047 2054 2061 2068 2075 2082 2089 2096 2103 2110 2117 2124 2131 2138 2145 2152 2159 2166 2173 2180 2187 2194 2201 2208 2215 2222 2229 2236 2243 2250 2257 2264 2271 2278 2285 2292 2299 2306 2313 2320 2327 2334 2341 2348 2355 2362 2369 2376 2383 2390 2397 2404 2411 2418 2425 2432 2439 2446 2453 2460 2467 2474 2481 2488 2495 2502 2509 2516 2523 2530 2537 2544 2551 2558 2565 2572 2579 2586 2593 2600 2607 2614 2621 2628 2635 2642 2649 2656 2663 2670 2677 2684 2691 2698 2705 2712 2719 2726 2733 2740 2747 2754 2761 2768 2775 2782 2789 2796 2803 2810 2817 2824 2831 2838 2845 2852 2859 2866 2873 2880 2887 2894 2901 2908 2915 2922 2929 2936 2943 2950 2957 2964 2971 2978 2985 2992 2999 3006 3013 3020 3027 3034 3041 3048 3055 3062 3069 3076 3083 3090 3097 3104 3111 3118 3125 3132 3139 3146 3153 3160 3167 3174 3181 3188 3195 3202 3209 3216 3223 3230 3237 3244 3251 3258 3265 3272 3279 3286 3293 3300 3307 3314 3321 3328 3335 3342 3349 3356 3363 3370 3377 3384 3391 3398 3405 3412 3419 3426 3433 3440 3447 3454 3461 3468 3475 3482 3489 3496 3503 3510 3517 3524 3531 3538 3545 3552 3559 3566 3573 3580 3587 3594 3601 3608 3615 3622 3629 3636 3643 3650 3657 3664 3671 3678 3685 3692 3699 3706 3713 3720 3727 3734 3741 3748 3755 3762 3769 3776 3783 3790 3797 3804 3811 3818 3825 3832 3839 3846 3853 3860 3867 3874 3881 3888 3895 3902 3909 3916 3923 3930 3937 3944 3951 3958 3965 3972 3979 3986 3993 4000 4007 4014 4021 4028 4035 4042 4049 4056 4063 4070 4077 4084 4091 4098 4105 4112 4119 4126 4133 4140 4147 4154 4161 4168 4175 4182 4189 4196 4203 4210 4217 4224 4231 4238 4245 4252 4259 4266 4273 4280 4287 4294 4301 4308 4315 4322 4329 4336 4343 4350 4357 4364 4371 4378 4385 4392 4399 4406 4413 4420 4427 4434 4441 4448 4455 4462 4469 4476 4483 4490 4497 4504 4511 4518 4525 4532 4539 4546 4553 4560 4567 4574 4581 4588 4595 4602 4609 4616 4623 4630 4637 4644 4651 4658 4665 4672 4679 4686 4693 4700 4707 4714 4721 4728 4735 4742 4749 4756 4763 4770 4777 4784 4791 4798 4805 4812 4819 4826 4833 4840 4847 4854 4861 4868 4875 4882 4889 4896 4903 4910 4917 4924 4931 4938 4945 4952 4959 4966 4973 4980 4987 4994 5001 5008 5015 5022 5029 5036 5043 5050 5057 5064 5071 5078 5085 5092 5099 5106 5113 5120 5127 5134 5141 5148 5155 5162 5169 5176 5183 5190 5197 5204 5211 5218 5225 5232 5239 5246 5253 5260 5267 5274 5281 5288 5295 5302 5309 5316 5323 5330 5337 5344 5351 5358 5365 5372 5379 5386 5393 5400 5407 5414 5421 5428 5435 5442 5449 5456 5463 5470 5477 5484 5491 5498 5505 5512 5519 5526 5533 5540 5547 5554 5561 5568 5575 5582 5589 5596 5603 5610 5617 5624 5631 5638 5645 5652 5659 5666 5673 5680 5687 5694 5701 5708 5715 5722 5729 5736 5743 5750 5757 5764 5771 5778 5785 5792 5799 5806 5813 5820 5827 5834 5841 5848 5855 5862 5869 5876 5883 5890 5897 5904 5911 5918 5925 5932 5939 5946 5953 59

北京理工大学出版社 2009年1月第1版

Питање водовода

Постановка вопроса о создании единого центра, по сути своей, не была новой. Она стояла перед нами с тех пор, как в начале 1936 г. в результате Переселения было создано единое издательское предприятие — «Советский Куст». Однако в то время не было еще ни единого центра, ни единого органа, который бы руководил этим предприятием. В то время не было еще ни единого центра, ни единого органа, который бы руководил этим предприятием.

41. На основу, dok Opština krupčevićki ne isplati zaduženu sumu od strane Ministarstva, a Kornarom - Opština Krupčevićki može proziti dozu u to do 1,500,000

У Државном Министарству војске и морнарице издана Општа наредба Главништаба за одликовање војногачина у селу Гривница и издвојеним војацима од прегинаца Српства у јужној Херцеговини. Министарство је одлучило да се одликује са 1.000 динара, од 1.000 динара више од прегинаца, а од 1.000 динара више од осталих војачина. Овако одликовани војаци биће познати под именом "Војачина од 1.000 динара".

41. Суме, устројених на сара-
не Општинских хргујеваца, на оту-
рава димитрија, на поджакане по-
дојакне у селу Грошница (чл. 3
уговорна) и на нареду збојакна
у покретној општини.

у) На име отплате дуга, из
цртава прегрупацкиа обавезу
се да уноси у списе ликвидаци-
она беоуа илукана за посто-
јећу дугу Министарству.

[illegible]

Распределение воздушных масс

Национал-социјализам је узрок сваког од ових својих комунистичких грађанских војних интереса. Овакве даље екстернизације се понављају да тако стојица, да су све привредне организације напредне конференције и да свака једна у разматрању дајемаше, како је грађа према изводима из интерних грађа и према држави као суверенитету.

Удружених унстатела највише се притисе ставом удружених односа, али је удружених трговина за конференцијама од 20-их и 30-их деценија и системома прогресивно онемогућила. Конференција је била одлучива по себи и не мај се јасно показало да овај трговина систем претставља ризик од крупног алтруистичког потпуног са смислом.

Ugovorima koji su se ču-
ka konferencije nije bilo
diskutantskog materijala ko-
ko bi se pomogla druga od
naružba strana, već je traže-
na minimalno rešava koje bi
mogle zadovoljiti obe učes-
ničke strane.

Konferencija je otvorena s izjavom predsjednika triju udruženja, koji je u nekoliko riječi predstavio glavne ciljeve koje su predložili. Zatim je dobio riječi Dragi, Bogdanović i ostala tri vodjara, koji su u svojoj izjavi izrazili u svom govoru traženje od političke stranke, da im se da puna odgovornost za sudbinu

да што при раскопу угосer са
друштвом, односно Министар-
ством Војске и Морнарице, а
ко даки поредом терети, који
би већинишом дошло у случају
де-еат заједничког рада, не би
у потпуности извршила своју

Београд, 1. децембра (Београдски лист) - Једна женој из Београда, која је у једном од својих писама изјавила да је она "у свом животу имала једног љубавника", добила је одговор од једног од својих пријатеља, који јој је написао следеће:

Г. Ђокић и Вујковић спашени су са изатањених г. Симоновића.

Постаре угинор са државним
соп сво ми грађани градо
Крушевца казачани и то
држео бирани политички
државни и претседавни, те
ма томе ниш не можео делити

... i tako, nakon što sam ostavio dete u krevetu, razmislio sam o tome. Ustao sam i pogledao u zrcalo. Upravo sam se pripremao za spavanje, ali sam se setio da sam još uvijek u bolnici. Otišao sam do vrata i pogledao u hodnik. Nije bilo nikoga. Otvorio sam vrata i izašao. Iza vrata bio je hodnik koji sam koristio u svoje vreme. Pogledao sam u hodnik i rekao sam sebi: "Evo, tu je čašica koja me je vodila." I tako sam se vratio u svoju sobu i spavao.

Садэ, калі су гэ зрэмена на-
мешна на якую шпату, ми н-
да а сучасна кінэматы: калі да
е павольна ўтварылі калі і
калі: калі бачу кінэматы

на ис свемо проститиљом по-

и прочие другие уговоры и стр-

Да би се то постигло Г. Николанџ сматра да се првенствено од приватних треба употребити ана-

Потом с Николаем поехали на предвыборное собрание с. Б. Железа и с. Стояленинским и на скорейшее избрание

У случају да се та објекта остваре, каже и Николић, брзи Крајинјанци за водовод Би-

Г. Драг. Поштовић сматра да уговор са државом треба стриктно испуњавати и да у ту сврху треба закључити зајам од 50

Говорили су још и г. Света Обреновић, Петар Токаловић и Влада Лешковић, па је дошло и последње закључак који су приносили јединственог приликом. Да се одавоје конфесионална спо-

se sklopio konferenciji, ali i razmatranje i odlučivanje o budućnosti države, koja bi imala za formulišane budućnosti građana na svoj odnos između grada i Države po sistemu vodovoda, ceste, i s se samim zaključiti o izboru za radom oboru svih građana.

Шта се прича...

Делни новелни во Ниској крај на близокот одолжител третокот постојат 24 народни карти 18 вистински претстави. Реченим бидејќи не можат многу посетити, 24 болни да речејат посетуваат посетити, Седумте во кои се 24 ситно. Саше у време водејќи се, седумте денови претстава, 24 во сепи ниво пријатна 24 чекор, овакви посетител редовно од посетителите на претставите, кои се во малку не поинтересна, редовно посетителу, недела времаша е спеш.

— Полно, товарищи, дружи,
что устали, и не одолевем та-
мо или инеги да само поспри-
тим едем. Пошто ма, а пошто

то време. Пошто ми је познато
тако да не могу да присуствуем
вечерњим представама, изврнућу
сам да дођем на дневне. По-
сле данашње представе долаз-
им да убедим да нема смис-
ла више посматрати онема пре-
става, баш је оних којим долази-
м у посматрати ради уметности.

— Дао једног примера са да-

...iako je prijestolje. Na steni su
mali prirodi, dvojica razgovoraju
a trijeba stoji sam na strani.
I dok su trijeba dvojica za-
stati dijalogom, ovaj trijeba, je-

Слика 29: Насловна страна првог броја *Одјека Шумадије*, 5. мај 1936. (Извор: Одјек Шумадије)⁵³

У контексту овог истраживања, посебно је значајно то што лист јасно истиче очекивање да грађани учествују у креирању медијског садржаја: „Очекујемо да грађани сами својом сарадњом и својим поступцима испишу странице нашег листа” (*Одјек Шумадије*, 5. мај 1936, бр. 1, стр. 1). Ово имплицира да се предвиђа активно укључивање грађана у процес израде садржаја, што је слично савременом концепту „грађанског новинарства”, али се у овом случају више односи на локалне трачеве и

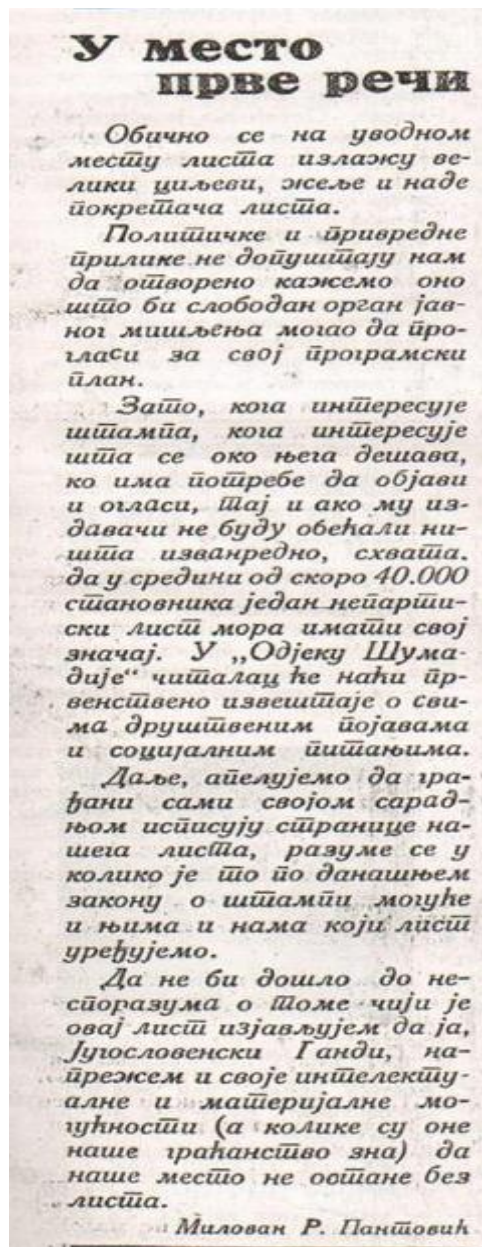
⁵³ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

коментаре. То, поред осталог, указује на улогу грађана као примарних извора скандалозних вести, што објашњава велику заступљеност прича о личним сукобима, венчањима, породичним тучама, брачним преварама, љубавним животима појединаца и другим аспектима приватног живот. С обзиром на то да се највећи број текстова са таблоидним карактеристикама у *Одјеку Шумадије* заснива на детаљима из приватног живота грађана, овај уводник се може тумачити као наговештај те праксе.

Већ током прве године излажења, у претпоследњем, петом броју, уредништво листа *Одјек Шумадије* исказује забринутост у вези са његовим даљим издавањем услед неповољне финансијске ситуације: „Због тешких финансиских средстава на које је наишао *Одјек Шумадије*, намеће се питање и самог његовог даљег излажења” (Одјек Шумадије, 26. јул 1936, бр. 5, стр. 3). У истом тексту, читаоци су позвани да подрже рад листа, било пружањем макар минималне финансијске помоћи или слањем рукописа уредништву.

Упркос овом апелу, финансијски проблеми довели су до прекида излажења листа. Како је првих шест бројева штампано 1936. године, а 7. број објављен је тек 1938. године, поново је на првој страни листа штампан уводник (Слика 30). Овога пута, уводник носи назив „Уместо прве речи” и потписује га власник и уредник Милован Р. Пантовић. Садржина овог коментара готово је идентична првом уводнику, изузев што у овом случају *Одјек Шумадије* није упоређен са *Политиком*, те аутор на крају додатно разјашњава функционисање листа: „Да не би дошло до неспоразума о томе чији је овај лист изјављујем да ја, Југословенски Ганди, напрежем и своје интелектуалне и материјалне могућности (а колике су оне наше грађанство зна) да наше место не остане без листа” (Одјек Шумадије, 1. септембар 1938, бр. 7, стр. 1).

Овим додатком аутор истиче своју посвећеност и личну одговорност за садржај, наглашавајући да је спреман да уложи личне ресурсе како би лист наставио да функционише. Он, такође, додаје да је грађанима Крагујевца познато колике су његове материјалне могућности, што, у контексту честих позива грађанима да купују лист, имплицира да су оне ограничене.



Слика 30: Уводник *Одјека Шумадије*, 1. септембар 1938, *Одјек Шумадије* бр. 7, стр. 1 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁵⁴

Дакле, први уводник *Одјека Шумадије* одражава идеолошке и уредничке концепте, на чије су обликовање знатно утицале друштвено-политичке околности међуратне Србије. Уредништво на самом почетку излагања листа истиче потенцијална ограничења слободе штампе и немогућност јаснијег дефинисања уредничких смерница. Инспирисан моделом *Политике* у Београду, лист тежи томе да се позиционира као

⁵⁴ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

релевантан крагујевачки локални медиј, али поред тога наглашава тежњу ка активној партиципацији грађана у креирању садржаја, што је резултовало стварањем таблоидних рубрика заснованих на приватним животима појединаца и трач коментарима.

Милановић (2012) уреднички концепт *Одјека Шумадије* описује као специфичан:

„*Одјек Шумадије* делује као лист у коме његов власник и уредник пише и објављује заиста оно што му падне на памет – од денунцирања сваког неморала (брачне преваре, крађе, понашање омладине, туче, немар поштанских радника, неизмиривања дуга за трошкове претплате на *Одјек*), преко непрекидних апела за помоћ сиромашнима и гладнима, критике позоришта, саморекламерства па све до захтева да грађани између неколико кратких вести размисле о томе шта ће све чинити кад дође до напада из ваздуха” (Milanović, 2012: 355).

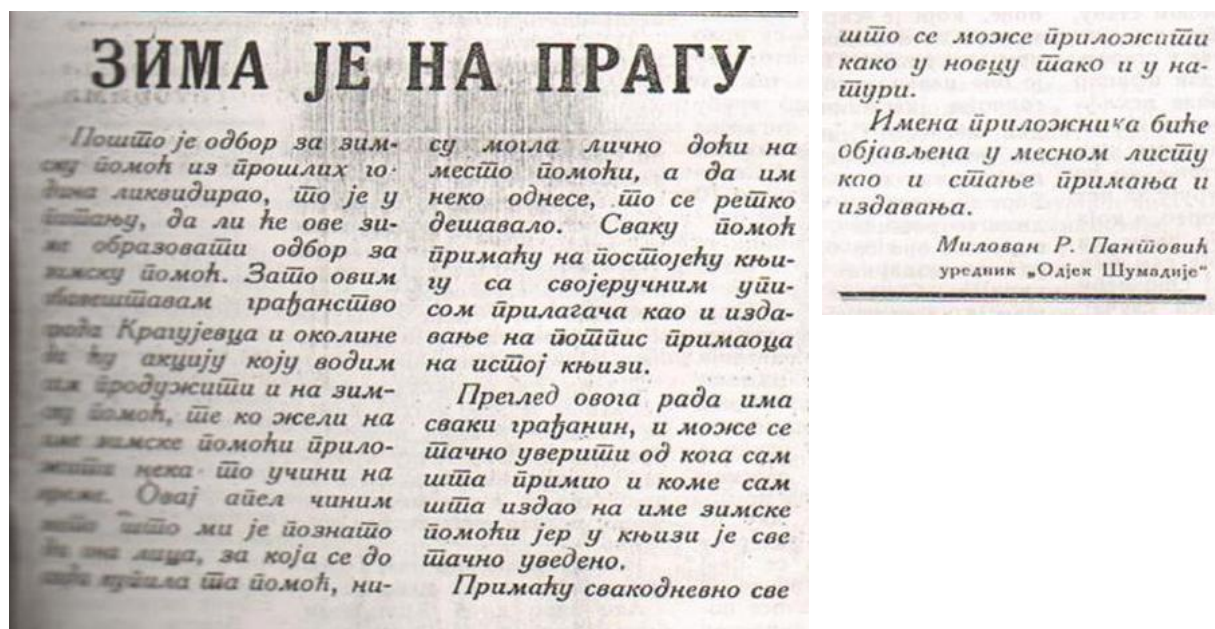
Лист је објављивао разноврсне садржаје – уреднички концепт подразумевао је да се на „првој страни недељника објављују најважније вести из Крагујевца и земље, као на пример о електрификацији, порезима, седницама у граду или Народној скупштини” (Вулић, Обрадовић, 2021: 236).

7.2. Друштвена ангажованост и хуманитарни рад у *Одјеку Шумадије*

Прикупљање помоћи за сиромашне грађане одлика је *Одјека Шумадије* у свим годинама његовог излажења, при чему овакви садржаји заузимају значајан део новинског простора. Стога ће у овом поглављу бити пружен кратак осврт на тај аспект, уз указивање на његов значај у контексту уређивачке политике.

По узору на велике београдске листове, попут *Времена*, на првим странама су се налазили апели за прикупљање помоћи сиромашним грађанима. У броју 9, објављеном 1938. године, Пантовић започиње своју иницијативу за пружање помоћи сиромашнима. У тексту под насловом „Апел грађанству” описује тешке услове живота појединаца и истиче своју мотивацију за ангажовање у хуманитарном раду: „Побуђен оваквим стањем ствари, ја сам се определио да скупљам прилоге по књизи коју сам оверио код власти и коју свакоме стављам на расположење ради увида и контроле” (*Одјек Шумадије*, 30. септембар 1938, бр. 9, стр. 2). Пре овог исказа, Пантовић наводи имена и

презимена особа којима је помоћ неопходна, посебно наглашавајући тежину њихових животних услова: „Сви су они болесници који се не мичу са болесничке постеље” (Одјек Шумадије, 30. септембар 1938, бр. 9, стр. 2).



Слика 31: Одјек Шумадије, 20. октобар 1938, бр. 11, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)⁵⁵

Овом изјавом Пантовић наглашава транспарентност свог хуманитарног рада, истичући да је процес прикупљања помоћи доступан јавности и подложен контроли. Оваквим формулацијама он се ограђује од било каквих сумњи у злоупотребу прикупљених средстава. Са истим циљем он објављује и финансијске извештаје својих акција, што додатно потврђује његову посвећеност принципима транспарентности, као што је видљиво у вести: „Од 1 до 30 августа 1938. год. приход је 2370 дин. а издатак 2370 дин. у каси 0 дин.” (Одјек Шумадије, 30. септембар 1938, бр. 9, стр. 3).

У наредним бројевима листа објављени су и спискови приложника за помоћ „беспомоћнима”, како их насловљава, са именом и презименом сваког донатора, као и прецизним износом који је приложен. Оваква пракса додатно потврђује настојање да се хуманитарни рад учини транспарентним и јавности доступним. Ову праксу најављује

⁵⁵ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

на насловној страни 11. броја, штампаног 20. октобра 1938, у тексту под насловом „Зима је на прагу”: „Имена приложника биће објављена у месном листу као и стање примања и издавања” (Слика 31). У броју 12, објављеном 25. октобра 1938. године, Пантовић наводи да се зимска помоћ прима у новцу и натури, истичући да лично долази на адресе донатора како би прикупио стара одећа и ципеле. Ова пракса додатно указује на његову посвећеност хуманитарном раду и непосредан ангажман у организовању и дистрибуцији помоћи.

Поред апела у новинама и личних посета донаторима ради прикупљања помоћи, Пантовић је покренуо још једну несвакидашњу акцију, која подразумева наплаћивање разговора и прикупљање тих средстава за помоћ сиромашним грађанима. У листу објављеном 9. априла 1939. године, Пантовић својим карактеристичним стилем који је склон сензационализму пише: „Целокупном грађанству града Крагујевца, као и читавој Југославији, познато је да сам ставио себи свету дужност да 'говорим за паре' у корист сиротиње” (*Одјек Шумадије*, 9. април 1938, бр. 7, стр. 1). Даље у тексту (Слика 32) наводи тачну суму коју је претходне године прикупио говорима и донирао.

Пантовић је помоћ грађанима видео као своју мисију, што поткрепљује чињеница да је о овој теми континуирано извештавао. У осмом броју из 1939. године он наводи: „За време Ускршњих празника молио сам грађане да учине своју посету код једног броја беспомоћних лица чија сам имена и адресу објавио као и њихово стање преко листа. Невероватно је да се међу четрдесет хиљада становника није нашао нико који би посетио ове беднике” (*Одјек Шумадије*, датум непознат 1939, бр. 8, стр. 2). Ова изјава потврђује Пантовићеву перцепцију сопствене улоге као посредника између сиромашних и шире заједнице. Његов тон је истовремено апелативан и критички, а разлог описаном одазиву објашњава на следећи начин: „Имају реч лопта, коцка, билијар, домине и апарат кореја...” (*Одјек Шумадије*, датум непознат 1939, бр. 8, стр. 2).

Крагујевчани

Целокупном грађанству града Крагујевца, као и читавој Југославији, познато је да сам ставио себи свету дужност да „говорим за паре“ у корист сиротиње. Свима је познато, да сам на том „говору“ за сиротињу у току 1938 год. скупио 22.500 динара. Целу ову и овако скупљену суму, ја сам дао бедницима, којих у нашем граду има много, а не као што

мисле неки „народни оци“, да је крагујевачким улицама потекло мед и млеко, тако да сада нема више гладних, босих и беспослоних. Не. Варају се сви они, који овако мисле. Они не познају беду Крагујевца и неће да је познају.

Ја сам преко листа, „Одјек Шуманије“, објављивао адресе оних мученика у нади да ће се наћи „неко“, кога ће дирнути судбина ових бедника и даће их обићи, уверити се у истинитост ствари, да ће их помоћи и повратити им веру у човека; али овај мој апел остао је „вапај изгубљенога у пустињи“.

Али да би могао ипак помоћи ком беднику, ја ћу од 1 апр. (буџет. год.) поново говорити само за новац. Молим цењено грађанство да ме поштено разуме, јер на овом говору што год будем добио даћу онима којима је материјална помоћ и најпотребнија.

Још једном молим цењено грађанство, да обиђе оне беднике чије сам адресе донео у прошлом броју и да их помогне, како би могли одржати свој бедни и голи живот до бољих прилика.

Апелујем на све хумане и добре грађане да се својом најмањом помоћу одазову поред редовне помоћи и за ускршњи празник према онима чије стање судбине објавих путем јавности.

Милован Г. Пантовић
„Југословенски Ганди“
мученик од народа за народ

Слика 32: Одјек Шумадије, датум непознат 1939, бр. 8, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)⁵⁶

Пантовићева активна и континуирана укљученост у хуманитарни рад, како кроз иницирање и организовање акција помоћи, тако и кроз јавну транспарентност у њиховом спровођењу, сведочи о његовој дубокој посвећености социјалној правди и подршци најугроженијима у заједници.

⁵⁶ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

Покретање и организовање друштвених иницијатива у области културе представљало је један од значајних аспеката деловања листа *Одјек Шумадије*, поред његовог ангажмана у промоцији једнакости и социјалне правде. Један од истакнутих примера такве активности огледа се у иницијативи Пантовића, када је крајем 1938. године започео кампању за оснивање Народне књижнице и читаонице у Крагујевцу.

Иако је у Крагујевцу још 1866. године основана прва јавна библиотека код Срба, њен рад је након Првог светског рата био више пута прекидан услед процеса сређивања фондова и утврђивања законског статуса. Према Ђурашиновић (2018: 145), период након 1937. године оцењен је као један од најпасивнијих у развоју библиотеке. У том контексту, друштвена кампања коју је *Одјек Шумадије* покренуо крајем 1938. и почетком 1939. године добија посебан значај, будући да је тежила обнављању библиотечке делатности у Крагујевцу.

На насловној страни 15. броја *Одјека Шумадије*, објављеног средином новембра 1938. године, представљена је иницијатива за оснивање Народне књижнице и читаонице у Крагујевцу. У уводном тексту изражена је забринутост због непостојања градске библиотеке, уз апел читаоцима, посебно представницима градског поглаварства и просветним радницима, да подрже оснивање библиотеке путем донација у виду књига или финансијских средстава. Аутор најављује активну кампању: „Преко нашега листа, као и других листова у земљи повешћемо живу акцију за остваривање овога великог дела. Преко 5000 писама упутиће уредништво ‘Одјек Шумадије’, почев од Њ. В. Краља па до најмање просветног радника у Југославији, молећи их за помоћ за остварење библиотеке” (*Одјек Шумадије*, 15. новембар 1938, бр. 15, стр. 1). У тексту је наведено да су иницијатори акције уредник листа Милован Р. Пантовић и сарадник Александар В. Гајић, који су истовремено били чланови Радног одбора за прикупљање прилога. Поред тога, у апелу аутор наглашава да ће сваки донирани прилог бити објављен, као и то да ће чланови радног одбора зарад преузимања књига одлазити на кућну адресу даваоца. Принцип транспарентности у спровођењу акција била је утврђена пракса листа и у случајевима хуманитарних иницијатива, што је објашњено у претходном делу рада. О значају саме акције сведочи и податак да су међу првим донаторима били управо њени покретачи, Александар Гајић и Милован Пантовић, који су библиотечком фонду приложили 100 књига.

Почетком 1939. године у *Одјеку Шумадије* објављен је други апел упућен читаоцима, у којем се пружају информације о току кампање, досадашњим резултатима и начину њеног даљег спровођења. У тексту под насловом „Оснивање књижнице и читаонице у Крагујевцу” који потписује А. В. Г., између осталог, писало је да „‘Одјек Шумадије’ апелује на све пријатеље књиге да помогну у овој великој дужности сабирајући књиге и новац међу својим пријатељима у корист књижнице и читаонице коју ће остварити О. Ш.” (Одјек Шумадије, 7. јануар 1939, бр. 1, стр. 3). Надовезујући се на уводни текст посвећен иницијативи за оснивање Народне књижнице и читаонице, аутор истиче да је уредништво започело слање писама са молбом за подршку у виду књига и финансијских средстава. Кампања је проширена отварањем јавне дискусије преко листа у којој су позвани сви интелектуалци да изнесу своје мишљење о значају оснивања библиотеке. Поред тога, у апелу је упућена и молба читаоцима да уступе писаћу машину уредништву, како би куцање и слање писама било ефикасније. У том контексту, овај текст представља наставак првог апела за оснивање библиотеке и потврђује интенцију уредништва *Одјека Шумадије* да кампању спроведе до краја.

Упркос иницијалним апелима и активном залагању уредништва, након претходно поменута два текста, у *Одјеку Шумадије* више није било објава о акцији оснивања Народне књижнице и читаонице у Крагујевцу. Ипак, априла 1939. године објављен је текст посвећен библиотечкој делатности у Крагујевцу. У питању је чланак Милована Пантовића под називом „Шта је са крагујевачком народном библиотеком”, у коме се указује на затворена врата Народне библиотеке и недостатак било каквог обавештења о њеном раду: „Када год дођете пред врата Народне библиотеке увек су затворена. Да бар има каква објава, обавештење, када ће се отворити, и ако ништа друго да предамо већ узете књиге” (Одјек Шумадије, 9. април 1939, бр. 7, стр. 1). Међутим, даље информације о кампањи изостају, као и евентуално образложење о њеном прекиду. Могући разлог томе је објашњење Ђурашиновић – због чињенице „да је рад народних књижница и читаоница у периоду пред Други светски рат (такође) био у стагнацији” (Ђурашиновић, 2018: 145) оснивање крагујевачке Народне књижнице и читаонице не би представљало добро решење⁵⁷. Упркос неуспеху и наглom прекиду кампање, оваква уређивачка политика листа указује на настојање редакције да очува културни и друштвени живот заједнице и пружи допринос развоју града.

⁵⁷ У осмом броју објављеном исте године, на насловној страни критикован је и престанак рада крагујевачког Народног универзитета, чиме је, према наводима аутора текста, грађанима ускраћена прилика да слушају разноврсна предавања (Одјек Шумадије, датум непознат 1939, бр. 8, стр. 1)

Са истим циљем је *Одјек Шумадије* у неколико наврата критиковао рад Народног позоришта у Крагујевцу⁵⁸. Средином децембра 1939. године објављен је текст под насловом „За наше позориште”, који потписује „Триде”, а у коме је исказано незадовољство поводом укидања градског позоришта: „Град који је, пре неколико година, прославио стогодишњицу позоришта нема свог народног позоришта” (*Одјек Шумадије*, 17. децембар 1939, бр. 41, стр. 2). Ипак, упркос укидању градског позоришта, на територији града су у том периоду постојале позоришне активности у виду гостовања трупа Народног позоришта Дунавске бановине⁵⁹. Почетком марта 1941. године аутор Ж. Протић у тексту насловљеном „Зашто је тако” поставља питање због чега град Крагујевац нема своје стално позориште, и исказује незадовољство због тога што трупе Народног позоришта Дунавске бановине бораве само привремено у Крагујевцу, чиме се онемогућава континуиран позоришни живот током целе године: „трупа бановинског позоришта у Н. Саду завршава гостовање ускоро и одлази из Крагујевца” (*Одјек Шумадије*, 2. март 1941, бр. 10, стр. 2).

Још један значајан пример ангажовања *Одјека Шумадије* у корист јавног интереса је учестало објављивање текстова који су усмерени на критику коцкања. Ова тема је обрађивана током више година, а један од илустративних примера јесте текст објављен 1938. године под насловом „Кад ће се ‘кореја’ апарати забранити у Крагујевцу”. У тексту аутор указује на штетне последице коцкања и упућује апел надлежним институцијама, конкретно Министарству пољопривреде, са захтевом за забрану ових апарата: „Овом приликом бићемо слободни да преко листа ‘Одјек Шумадије’ упутимо апел и самом Министарству пољопривреде, да нас спасе ‘кореја’ апарата” (*Одјек Шумадије*, 10. новембар 1938, бр. 14, стр. 2). Исти захтев појавио се и наредне године, на насловној страни 36. броја, под насловом „За забрану апарат ‘Кореје’ и ‘Томболе’ у Крагујевцу”. Овај текст потписује Пантовић и њиме упозорава

⁵⁸ Најстарије српско позориште основано је 1835. године у Крагујевцу. У питању је Кнежевско-србски театар који је основао Јоаким Вујић. На основу Хатишерифа (1830-1833) Србија стиче аутономију и право да подиже културно-просветне установе, а како је Крагујевац у том периоду био престоница државе, у њему су основане и Новине сербске, гимназија, музеј, библиотека итд. Видети више у: Raduški, D. (2016). Istorijski prikaz razvoja organizacionoupravljačkog modela srpskog pozorišta od sredine XIX do početka XXI veka pod uticajem aktuelnih društvenih okolnosti. *Megatrend Review/Megatrend Revija*, 13(1), 186.

⁵⁹ Народно позориште Дунавске бановине постојало је од 1936. до 1941. године. У оквиру његовог рада постојале су две трупе – централна или „јединствена” трупа, која је углавном деловала на територији Новог Сада и друга трупа, „секција”, која је покривала мање градове и удаљеније локације у бановини. Њен најдужи боравак у Крагујевцу био је од три до шест месеци, а обе трупе су у овом граду извеле преко 280 представа (Стојадиновић, 1975: 171).

на материјалне и моралне последице које проистичу из коцкања, апелујући на надлежне органе да предузму мере забране: „Да би се ово спречило и забранило моли се Министарство да учини све како би се ова врста коцке забранила по свима местима јавних локала и кафана” (Одјек Шумадије, 12. новембар 1939, бр. 36, стр. 1).

У осталим текстовима лист такође указује на распрострањеност коцке у Крагујевцу. Тако се, на пример, у броју од 7. јула 1939. године наводи да „коцка узима великог маха у Крагујевцу” (Одјек Шумадије, 7. јул 1939, бр. 17, стр. 2). У тексту објављеном 4. марта исте године аутор наводи да су жртве ових апарата често омладина и „шегрти-деца” (Одјек Шумадије, 4. март 1939, бр. 4, стр. 2), при чему несавесни одрасли не спречавају малолетнике да учествују у оваквим активностима. Додатно, у тексту од 9. априла 1939. године указује се на то да је коцкање законом забрањено, али и да се апарати за коцку у крагујевачким локалима „час уклоне час поврате” (Одјек Шумадије, 9. април 1939, бр. 7, стр. 6).

На тај начин овај пример сведочи о улози листа као медија који је настојао да утиче на доношење регулаторних мера у циљу заштите јавног морала и друштвеног поретка, али и на формирање јавног мњења које би вршило притисак на надлежне институције да предузму конкретне кораке у сузбијању овог друштвеног проблема. Континуирано извештавање о коцкању, уз наглашавање његових штетних последица по младе, указује на настојање редакције да се ова појава препозна као озбиљан изазов за друштво.

У контексту друштвеног ангажмана, *Одјек Шумадије* је током 1939. године у више наврата штампао текстове о формирању и активностима Женског покрета у Крагујевцу. Најави о оснивању покрета, која је означила почетак континуираног извештавања новина о овој теми, претходио је текст наставнице Душанке Миленковић под насловом „О женском праву гласа”, објављен на насловној страни броја 21. Ауторка се у тексту осврће на искуства држава у којима је женама омогућено учешће на изборима и образлаже неопходност увођења истог права у Краљевини Југославији: „Та права, донела би женама многе користи. Тиме би оне постале одмах елеменат о коме би се мало озбиљније повело рачуна” (Одјек Шумадије, 7. јул 1939, бр. 21, стр. 1). Аргументујући на који начин би остваривање овог права допринело побољшању друштвеног положаја жене, ауторка подстиче жене различитих друштвених статуса да подрже ову иницијативу: „Подређени економски положај жене, као и политичке

прилике које су нарочито повољне да се тај подређени положај њен задржи, па чак и погорша, гони и зове све жене: интелектуалку, радницу-пролетерку, жену-домаћицу, да се све удружено боре за своје политичко право” (Одјек Шумадије, 7. јул 1939, бр. 21, стр. 1). Чињеница да је овај текст објављен у горњем десном углу насловне стране указује на то да уредништво препознаје њен друштвени значај. Такође, позиционирајући овај текст у највидљивији део новина, уредништво указује на приоритет теме и индиректно подржава иницијативу.

Октобра исте године, у броју 31, *Одјек Шумадије* објављује кратку вест о одржавању оснивачке скупштине Женског покрета у Крагујевцу: „У недељу 8 ов. м-ца у сали биоскопа ‘Пивнице’, одржаће се оснивачка скупштина Женског покрета у Крагујевцу, на којој ће се изабрати управа” (Одјек Шумадије, 8. октобар 1939, бр. 31, стр. 3). Већ у следећем броју, на насловној страни, штампан је дуг и детаљан непотписан извештај о одржаној седници под насловом „Оснивање Женског покрета у Крагујевцу“. У оквиру извештаја изнете су изјаве говорница, описана је општа атмосфера током одржавања догађаја и представљен је састав изабране управе. Као основни циљ оснивања истакнуто је „подизање жене у културном, економском и социјалном погледу” (Одјек Шумадије, 15. октобар 1939, бр. 31, стр. 1).

Континуитет у извештавању о активностима Женског покрета у Крагујевцу потврђује и кратак извештај под насловом „Велики збор жена за право гласа у Крагујевцу”, објављен 10. децембра 1939. године. У овом непотписаном прилогу посебно је истакнуто доношење резолуције упућене председнику и потпредседнику владе „у којој се тражи равноправност жена у јавном и политичком животу” (Одјек Шумадије, 10. децембар 1939, бр. 40, стр. 2). Такође, аутор примећује да је на збору забележен већи број жена са села, што је једно од ретких запажања у извештају који је фактографски. Због тога се оно може тумачити као тежња аутора да Покрет прикаже као универзални покрет који није ограничен само на урбане и образоване жене. С обзиром на да је политичка улога сеоских жена маргинализована⁶⁰ у међуратном

⁶⁰ Положај жена на селу у Краљевини Југославији био је неповољан у готово свим сегментима друштвеног живота. Аритоновић (2009) истиче да су одговорности жене били радови на пољу, радови у дворишту и кући, неговање деце и старијих. Поред тога, сеоске жене у међуратном периоду углавном су преле или ткале. Њихово право на приватност било је занемарено, углавном су боравиле у кући, а излазак је био ограничен на одлазак на пијацу или код лекара, као и одлазак код сродника на догађаје попут слава и сахрана. Неудате жене напуштале су домове само у пратњи старијих укућана. Дакле, право на школовање и рад, као и бирачко право, у овом периоду нису били опција. Због тога Аритоновић (2009: 250) закључује да жене у овом периоду „нису пролазиле кроз процес еманципације ни у једној сфери”.

периоду, овај приступ може бити схваћен као подстицај њима да учествују. Потенцијално, овакво извештавање може имати и мобилизаторску улогу – наглашавањем ове чињенице, на учешће се подстичу све друштвене групе. У следећем броју објављен је још један кратки информативни извештај, који носи назви „Шира конференција Женског покрета” (Одјек Шумадије, 17. децембар 1939, бр. 41, стр. 2). Овај извештај, који потписује власник у уредник Милован Пантовић, може се тумачити као рутински, због тога што је искључиво базиран на преношењу реализованих и планираних активности покрета. Ипак, објављивање оваквог извештаја додатно потврђује континуирано интересовање редакције за рад покрета и допринос његовој видљивости.

Са друге стране, лист не ограничава извештавање на деловање Женског покрета, већ пружа увид и у друштвене реакције грађана⁶¹. Према вестима објављеним децембра 1939. године, заједница није показивала отвореност за прихватање идеја покрета. Прва вест која илуструје снажан отпор заједнице борби жена за право гласа објављена је у броју 41 под насловом: „Отпочела је борба мужева са женама које траже право гласа”. Она гласи: „Од како је одржан збор жена за право гласа настала је борба између жена и мужева тако да се сукоби свакодневно дешавају, све жене које су узеле учешћа на збору добијају два пута дневно батине...” (Одјек Шумадије, 17. децембар 1939, бр. 41, стр. 2). Овом вешћу уредништво указује на изражено противљење иницијативи, које резултује насиљем према женама, у складу са дубоко укоренењим традиционалним ставовима у локалној заједници. Поред тога, на основу текста намеће се закључак да су основна права жена у Крагујевцу у периоду излагања *Одјека Шумадије* била занемарена, а њихов положај подређен. У наредном броју, у вести под насловом „Велика битка мужева са женама које траже право гласа”, уредништво указује на размере неодобравања иницијативе за женско бирачко право, истичући да је током недеље забележено до „преко 30 туча између мужева и жена које траже право гласа” (Одјек

Видети више: Аритонових, И. (2009). Друштвени положај жена у Србији у доба Краљевине Југославије. *Баштина*, 27, 233–257.

⁶¹ Отпор укључивању жена у политички живот Крагујевца очекиван је с обзиром на чињеницу да је он био широко распрострањен у тадашњој Краљевини Југославији. Према Мршевић (2020), разлози томе били су засновани на патријархалном ставу да је жена инфериорнија од мушкарца. Поред тога, очекивана емотивна непредвидивост жена, претпостављени клерикализам и конзервативизам жена, као и утицај јавних личности тадашњице утицали су на истрајност политичке елите у оспоравању женског бирачког права. У периоду између два светска рата настају прва женска удружења која се залажу за остваривање овог права. Резултати њихових напора остварени су 1945. године, када су све жене у Југославији добиле право гласа. Видети више: Mršević, Z. (2020). *Pravo glasa žena*. U: Z. Mršević & M. Jovanović (ured.), *Ksenija Atanasijević: O meni će govoriti moja dela* (str. 39–61). Institut društvenih nauka.

Шумадије, 22. децембар 1939, бр. 42, стр. 2). Вест се завршава позивом надлежним органима да „овом злу стану на пут” (Одјек Шумадије, 22. децембар 1939, бр. 42, стр. 2), чиме редакција недвосмислено осуђује овакве поступке и заузима критички став према насиљу усмереном против активизма жена.

Поред континуираног праћења активности Женског покрета у Крагујевцу и извештавања о реакцији шире заједнице на његово деловање, *Одјек Шумадије* је у извесној мери пратио активности и других женских локалних удружења. Вести о активностима Крагујевачког женског друштва и Женског хришћанског покрета у Крагујевцу спорадично су објављиване током целокупног периода излагања новина. Узимајући у обзир друштвене и политичке околности периода у ком је лист излатио, присуство оваквих садржаја указује на демократску оријентацију листа и његов друштвени ангажман.

7.3. Власник и уредник *Одјека Шумадије*: улога и приказ у новинама

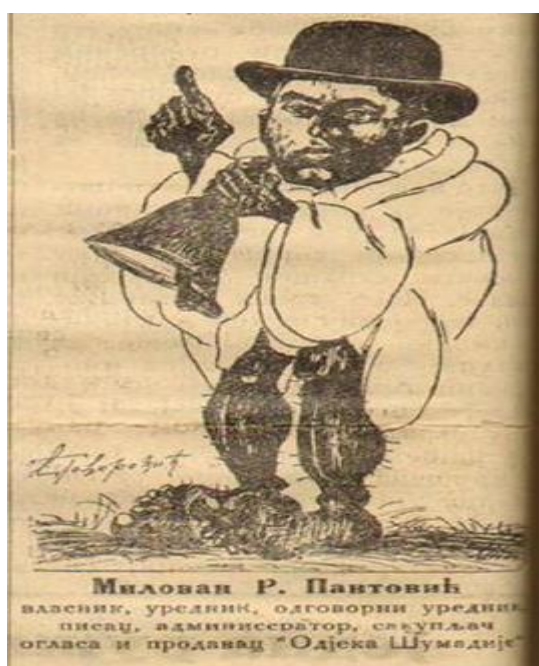
Да бисмо потпуније разумели уредничку концепцију *Одјека Шумадије*, неопходно је осврнути се на улогу и ставове његовог власника, уредника и аутора највећег броја текстова, Милована Р. Пантовића.

Милановић (2012: 355) истиче да се о биографији Милована Р. Пантовића, која је оскудно документована, може највише сазнати из листа *Одјек Шумадије*. Пантовић је представљао значајну и у многим аспектима интригантну личност новинарства свог времена, а посебно у локалном контексту Крагујевца. То потврђују бројни текстови објављени у његовом листу, о којима ће бити више речи у наставку. У историји српског новинарства остао је упамћен под специфичним надимком „Југословенски Ганди” (Рађајић, 2020: 109), док је у *Одјеку Шумадије* често представљан као „јавни хумани радник” и „мученик од народа за народ”.

Године 1924. Пантовић се доселио у Крагујевац, где се запослио у Војнотехничком заводу као седлар. О његовом раном животу познато је да је одрастао у дому као сироче, без формалног образовања. После Првог светског рата задобио је трајни инвалидитет. Новинарским радом почео је да се бави као сарадник листа *Јавно*

мњење, где је био задужен за прикупљање хуманитарне помоћи. Пре оснивања *Одјека Шумадије*, покренуо је сатирични лист *Заврзлама*. Октобра 1941. године стрељан је од стране немачких окупатора у насељу Багремар у Крагујевцу (Рађајлић, 2020: 109; Вулић, Обрадовић, 2021: 238).

Ако говоримо о приказу Пантовића у *Одјеку Шумадије*, јасно је да је простор у новинама вешто користио за самопромоцију. У шестом броју објављеном 1936. године, у оквиру текста под насловом „Мизерија Краг. Друштва”, објављена је карикатура Милована Р. Пантовића (Слика 33). Испод ње је наведена његова улога у редакцији: „Милован Р. Пантовић – власник, уредник, одговорни уредник, писац, администратор, скупљач огласа и продавац ‘Одјека Шумадије’” (*Одјек Шумадије*, 16. август 1936, бр. 6, стр. 2). Дакле, Пантовићева улога у функционисању листа била је од суштинског значаја, с обзиром на то да је обављао све кључне послове неопходне за његово издавање. Ово указује на то да редакција *Одјека Шумадије* није била велика. Иако је лист повремено имао сараднике и позивао грађане да доставе рукописе, Пантовић је остао његов централни носилац и главни покретач.



Слика 33: *Одјек Шумадије*, 16. август 1936, бр. 6, стр. 2 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁶²



Слика 34: *Одјек Шумадије*, 16. мај 1936, бр. 2, стр. 2 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁶³

⁶² Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

⁶³ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

Објављивање оваквих информација може се посматрати и као значајан аспект саморекламерства Милована Пантовића. Истичући сопствени труд и улогу у листу, уз учестало објављивање својих фотографија и потписа попут „јавни хумани радник” и „мученик од народа за народ”, Пантовић је конструисао одређени јавни имиџ. Ову тезу додатно поткрепљује чињеница да је у првој години излажења *Одјека Шумадије*, када је објављено свега шест бројева, у чак три броја објављена његова фотографија или карикатура.

У броју 10, објављеном 15. октобра 1938. године, у оквиру рубрике „Шта се говори”, објављен је кратак текст (Слика 35) који потврђује да уредник *Одјека Шумадије* није имао формално образовање. У тексту се наводи да „нека непозната господа из нашег града желе да спале *Одјек Шумадије*, који лист из своје глупости мрзе зато што га издаје лице које нема ни први разред основне школе” (*Одјек Шумадије*, 15. октобар 1938, бр. 10, стр. 2). Даље се истиче да су ови критичари „из средине интелектуалаца”, што указује на друштвени контекст у којем је Пантовићев рад оцењиван и потенцијално дискредитован управо због његовог недостатка формалног образовања.



Слика 35: *Одјек Шумадије*, 15. октобар 1938, бр. 10, стр. 2 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁶⁴



Слика 36: *Одјек Шумадије*, 20. новамбар 1938, бр. 16, стр. 3 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁶⁵



Слика 37: *Одјек Шумадије*, 22. децембар 1939, бр. 42, стр. 3 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁶⁶

Догађаји из живота Милована Пантовића неретко су били предмет извештавања у *Одјеку Шумадије*, посебно у рубрици „Вести”, где су се редовно објављивале информације о његовим путовањима (Слика 36), суђењима (Слика 37) и финансијским приликама. Један од примера је и извештавање о његовој немогућности да прослави

⁶⁴ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

⁶⁵ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

⁶⁶ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

крсну славу Светог Ђурђица, што је у више наврата представљено као последица тешког материјалног стања, а 1939. године и међународне ситуације („Због сиромашног стања не могу славити своју славу Светог Ђурђица”, *Одјек Шумадије*, 15. новембар 1938, бр. 15, стр. 3; „Милован Р. Пантовић због међународне ситуације и сиромашног стања неће славити своју славу Св. Ђурђицу”, *Одјек Шумадије*, 12. новембар 1939, бр. 36, стр. 2).

Још један упечатљив пример извештавања о Пантовићевом животу представља вест објављена 1940. године, која се односи на његов покушај самоубиства⁶⁷. Под сензационалистичким насловом „Трогодишњи помен нашем уреднику” објављена је следећа вест: „У четвртак ов. м-ца у 5 часова по подне на ливади крај гробља одржаће се нашем уреднику и власнику листа *Одјек Шумадије* г. Миловану Р. Пантовићу, јавном хуманом раднику трогодишњи помен од његовог покушаја самоубиства. На овај свечан помен имају права учешћа сви они који су га на вешала отерали, као и њихови помагачи” (*Одјек Шумадије*, 4. август 1940, бр. 30, стр. 3). Карактеристичан стил *Одјека Шумадије* присутан је и у овом кратком тексту, а овај и слични текстови указују на то да је Пантовић лист користио као средство за личне борбе. Саркастичан позив свима који су га „отерали на вешала” указује на приписивање одговорности одређеним члановима локалне заједнице – његов покушај самоубиства изазван је одређеним догађајима који у овом тексту нису разјашњени. Такође, и у овом тексту присутан је покушај да се код читалаца изазове саосећање према Пантовићу, али и да се он поново смести у контекст жртве.

Већ је поменуто је да Милован Р. Пантовић био специфична личност у историји српског новинарства, а његове јавне активности и начин на који је промовисао свој рад указују на неконвенционалан приступ како новинарству тако и друштвеном ангажману. Један од најупечатљивијих примера његовог деловања био је штрајк глађу, о коме је *Одјек Шумадије* извештавао. Новембра 1939. године објављена су два текста (Слика 38 и 39) у бројевима 35 и 36. У првом тексту наведено је да је Пантовић штрајк глађу отпочео 31. октобра, а већ у наредном броју грађани су обавештени о прекиду штрајка. Уредник себе назива „Југословенским Гандијем”, што указује на снажан лични маркетинг и жељу да се прикаже као пожртвована фигура у заједници. Детаљније информације о разлозима овог подухвата нису доступне, осим навода из првог да је

⁶⁷ Извештаји о покушајима самоубиства редовно су заступљени у рубрици „Вести” *Одјека Шумадије*, уз навођење свих детаља, укључујући име и презиме, разлог, начин извршења и друге околности.

штрајк изазвао „велико узбуђење, нарочито код сиротиње” (Одјек Шумадије, 5. новембар 1939, бр. 35, стр. 3). У другом тексту наводи се да је Пантовић морао да прекине десетодневни штрајк глађу „на иницијативу преко десет хиљада грађана” (Одјек Шумадије, 12. новембар 1936, бр. 36, стр. 2). Оваква тврдња делује преувеличано узимајући у обзир чињеницу да је Крагујевац у том периоду имао мање од 40000 становника. Због тога се намеће закључак да ова тврдња вероватно одражава Пантовићев карактеристичан стил који је склон сензационализму, те да је служила томе да га представи као личност са значајном друштвеном подршком.



Слика 38: Одјек Шумадије, 5. новембар 1939, бр. 35, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)⁶⁸



Слика 39: Одјек Шумадије, 12. новембар 1936, бр. 36, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)⁶⁹

Овакав поступак је радикална метода за скретање пажње која Пантовћа позиционира као активисту и демонстрира његово вешто коришћење медија за

⁶⁸ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

⁶⁹ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

самопромоцију. Он је кроз лист представљен као борац за права сиромашних и маргинализованих, што је додатно поткрепљено начином на који су извештаји о његовом штрајку били формулисани. Наглашавањем великог одјека који је његова акција изазвала, као и тврдњама о масовној подршци грађана, грађен је његов имиџ не само као хуманитарца већ и као личности од јавног значаја. Овакво представљање указује на спој активизма и самопромоције, што је уједно и једна од кључних карактеристика начина на који је Пантовић обликовао свој јавни идентитет.

7.4. Сарадници *Одјека Шумадије*

Како је већ истакнуто, Милован Р. Пантовић имао је кључну улогу у функционисању *Одјека Шумадије*, будући да је обављао све значајне функције. Поред тога што је био власник листа, истовремено је вршио дужност главног и одговорног уредника, новинара, прикупљача огласа и дистрибутера. Иако је о Миловану Р. Пантовићу објављен значајан број текстова, што је анализирано у претходном поглављу, о сарадницима листа готово да нема података. Од укупног броја текстова, нешто више од 22% је потписано (именом и презименом, иницијалима или називом институције/установе/организације), при чему се међу потписаним текстовима истичу иницијали сарадника Аце В. Гајића.



Слика 40: *Одјек Шумадије*, 15. октобар 1939, бр. 32, стр. 2 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁷⁰

⁷⁰ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

Први текст потписан иницијалима А. В. Г. налазимо у броју 12, објављеном 25. октобра 1938. године, у другој години излажења листа. Његови текстови су присутни до новембра 1939. године, након чега нису забележени све до јануара 1941. године, када се поново појављују. Разлог за овај прекид наведен је у броју 40, објављеном 10. децембра 1939. године, у тексту под насловом „Одлазак Аце В. Гајића из Крагујевца”. Према наведеном тексту, Гајић је напустио Крагујевац након што је добио место управника једног млина у Пожаревцу. Описан је као „први и последњи главни сарадник ‘Одјека Шумадије’” (Одјек Шумадије, 10. децембар 1939, бр. 40, стр. 2), чиме аутор наглашава јединственост Гајићеве улоге у листу. Иако овакав избор речи носи афективни набој који је карактеристичан за многе текстове *Одјека Шумадије* и за циљ има да истакне допринос Гајића у објављивању новина, он истовремено указује на могућност да у тренутку Гајићевог одласка није било сарадника који би могли преузети његову улогу. Ово даље имплицира да лист није имао устаљену мрежу сарадника, због чега је Гајићева улога још значајнија, а што, у контексту изостанка других ауторских потписа у сличном обиму, указује на ограничене кадровске ресурсе. Његову значајну улогу у креирању садржаја потврђује и реченица „Одласком г. Гајића, из Крагујевца наш лист губи једног од највреднијих сарадника” (Одјек Шумадије, 10. децембар 1939, бр. 40, стр. 2). Иако је преузео дужност управника млина у Пожаревцу, Гајић наставља сарадњу са *Одјеком Шумадије* као дописник, при чему редакција истиче да су „његови чланци, објављени у нашем листу, наишли на врло добар пријем код читалачке публике” (Одјек Шумадије, 23. фебруар 1941, бр. 9, стр. 3).

О значају Гајићеве улоге додатно сведочи и текст којим се најављује специјално, божићно издање листа. Док је *Одјек Шумадије* углавном излазио на четири стране, овај број је штампан на дванаест, што указује на повећан обим садржаја и захтевнију организацију. Прикупљање огласа и рукописа читалаца поверено је управо Гајићу, што потврђује и редакцијска напомена: „Радове и огласе за овај број давати Аци В. Гајићу, сараднику О. Ш.” (Одјек Шумадије, 17. децембар 1938, бр. 20, стр. 2). Поред тога, Гајић је уређивао и рубрике „Зло које би требало искоренити”, „Рапорт” и „Јесте ли прочитали”, што додатно указује на његову вишеструку улогу у раду листа.

Поред Гајића, као сарадник листа *Одјек Шумадије* у једном тексту је наведен и Добривоје Нешковић, студент теологије. У последњој години излажења листа, 2. фебруара 1941. године објављена је вест о томе да је Нешковић добио „награду краља при светосавској прослави на Београдском универзитету”. Том приликом, редакција је

изразила признање речима: „Поносећи се и сами са лепим успехом нашег сарадника и Гружанина, ми са срдачном радошћу честитамо” (Одјек Шумадије, 2. фебруар 1941, бр. 6, стр. 3).

Због чињенице да у листу није уочен импресум у којем би били наведени сарадници, осим имена власника и уредника, на основу доступних бројева *Одјека Шумадије* са сигурношћу се може утврдити само да су као сарадници и дописници за лист писали Аца В. Гајић и Добривоје Нешковић. Кроз анализу је више пута истакнуто да је за највећи део садржаја заслужан сам Пантовић, док је број сарадника био ограничен. Чињеницу да је редакција активно тражила сараднике потврђује и вест под насловом „Потребујем сараднике”, у којој је наведено: „Редакцији листа Одјек Шумадије потребни су сарадници и дописници, јавити се уреднику лично.” (Одјек Шумадије, 4. март 1939, бр. 4, стр. 2).

7.5. Извештавање *Одјека Шумадије* о почетку рата

Садржај *Одјека Шумадије* објављен 1941. године у значајној мери је усмерен на тему надолазећег рата. Како је *Одјек Шумадије* у овом периоду био једини активан лист на територији Крагујевца⁷¹ (Milanović, 2012; Вулић, Обрадовић, 2021), штампао је званична обавештења која је власт издавала, и на тај начин деловао као једини извор информисања грађана у времену које је обележила неизвесност. Последњи број *Одјека Шумадије* објављен је 8. априла 1941. године, два дана након почетка Другог светског рата на територији Краљевине Југославије⁷².

⁷¹ Чињеницу да је *Одјек Шумадије* једини лист штампан у Крагујевцу током 1941. године потврђују текстови објављени у листу 7. јануара и 2. марта 1941. године. У текстовима је истакнуто да је *Одјек Шумадије* једино „јавно гласило на целој територији Шумадије” (Одјек Шумадије, 2. март 1941. бр. 10, стр. 3). Поред тога, указано је на финансијске проблеме са којима се редакција суочава, а које прете њеном опстанку, због чега се грађани позивају на читање и оглашавање (Одјек Шумадије, 7. јануар 1941. бр. 2, стр. 4).

⁷² Други светски рат у Краљевини Југославији започео је изненадним нападом Немачке 6. априла 1941. године. Мартовским пучем главнокомандујућег генерала Душана Симовића спроведеним 27. марта смењена је Влада Цветковић–Мачек, која је потписала протокол о приступању Југославије Тројном пакту. Краљ Петар Други проглашен је пунолетним како би преузео власт. Овај државни удар Терзић (1982) карактерише као револт свих родољубивих снага, али и као објаву рата Немачкој, што се показало као тачно јер је Немачка одлучила да окупира Југославију. Југословенска војска је дипломатским путем покушала да одложи немачки напад, а тајну мобилизацију започела је тек 3. априла, због чега 6. априла ни све пешадијске јединице нису успеле да се мобилишу, и само 6. ловачки пук био је оперативан у одбрани Београда од напада. Видети више: Terzić, V. (1982). *Slom Kraljevine Jugoslavije 1941: uzroci i posledice poraza*. Beograd

Милановић у садржају *Одјека Шумадије* из 1941. године уочава четири тематска оквира. Поред претходно дефинисаних, попут позивања на бригу о сиромашнима, културних догађаја и трач рубрика, он уочава и „бележење симптома надолazeћег рата, од националног заноса до страха од слабљења војне моћи и говора о опасности од странаца до небриге за понашање када дође до напада” (Milanović, 2012: 358). Вулић и Обрадовић (2021: 240) наводе да су током 1941. године значајан део садржаја новина чинила званична саопштења и наредбе власти на основу којих се „јасно виде наговештаји приближавања рата на простору Краљевине Југославије” (Вулић, Обрадовић, 2021: 240).

Већ у другом броју, објављеном 7. јануара 1941. године, штампан је текст који сведочи о надолazeћој атмосфери рата. У честитки министра војске и морнарице војницима констатовано је да су „прилике које владају у свету” од војника захтевале велике напоре, због чега им министар одаје заслужено признање и поручује да од њих очекује да ће у предстојећим догађајима „стајати чврсто на бранику Отаџбине” (Одјек Шумадије, 7. јануар 1941. бр. 2, стр. 3). Тон поруке је званичан и мотивишући, због чега она у извесном смислу има мобилизаторску функцију. У истом броју објављен је и први у низу текстова којима се хитно траже и позивају војни обвезници града Крагујевца којима се не зна место боравка да се јаве Војном одељењу општине. Хитност одазивања позиву која је тражена указује на организовано позивање у војску и мобилизацију, а чињеница да се позивају војни обавезници чије место боравка није познато доприноси разумевању ситуације као изразито озбиљне. Ови текстови сведоче о почетку друштвеног организовања и првим корацима у планирању одбране на територији Крагујевца.

Истог месеца објављено је прво саопштење месног Одбора за заштиту од напада, које указује на потенцијалну опасност (Слика 41). Саопштењем су грађани Крагујевца обавештени о учесталим прелетањима страних авиона над територијом Краљевине Југославије због чега је „*Господин Министар војске и морнарице изволео [је] наредити, да се против страних авиона, који лете над нашој територијом без одобрења надлежних власти, одмах дејствује свима средствима са земље и авијацијом*” (Одјек Шумадије, 19. јануар 1941. бр. 4, стр. 1). Због могућности оваквог деловања, апелује се на грађане да се на знак узбуне склоне у зграде или склоништа–ровове.



Слика 41: Саопштење грађанству града Крагујевца од месног Одбора за заштиту од напада из ваздуха, *Одјек Шумадије*, 19. јануар 1941. бр. 4, стр. 1 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁷³

Након саопштења, у фебруару и марту објављене су на насловним странама две наредбе Предстојништва градске полиције у Крагујевцу. Прва наредба о дужностима и обавезама у погледу извршења мера пасивне одбране објављена је 23. фебруара, са нагласком да на снагу ступа „одмах по објављивању у 'Одјеку Шумадије'” (*Одјек Шумадије*, 23. фебруар 1941. бр. 9, стр. 1). Овом наредбом грађани се обавезују на изградњу рововских заклона и приступ течајевима и вежбама за пасивну заштиту, што илуструје озбиљност безбедносних претњи. Затим, у другој објављеној наредби о држању и поступању грађанства и установа за време извођења јавних вежби за одбрану од ваздушних напада на подручју града Крагујевца, Предстојништво полиције издаје детаљне смернице о поступању током извођења вежби за пасивну заштиту од напада из ваздуха (*Одјек Шумадије*, 2. март 1941. бр. 10, стр. 1).

Упозорења, наредбе и упутства о потенцијалним ратним активностима у овом периоду постају све учесталија, а извештавање *Одјека Шумадије* о надолazeћем рату све интензивније. Тако је цела насловна страна броја 11, објављеног 5. марта 1941.

⁷³ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

године, посвећена текстовима чија је тема заштита од ваздушног напада. На овој страни штампано је саопштење Одбора за пасивну заштиту, којим се грађанство позива „да питању пасивне одбране посвети своју најозбиљнију пажњу” (Одјек Шумадије, 5. март 1941. бр. 11, стр. 1). Након њега, објављено је „Кратко упуство становништву Крагујевца шта треба припремити и како се понашати у случају напада из ваздуха” (Одјек Шумадије, 5. март 1941. бр. 11, стр. 1) са детаљним смерницама о опремању склоништа, чувању животних намирница, самозаштити, првој помоћи и сл.

На дан државног удара, 27. марта, објављено је ванредно издање *Одјека Шумадије*. Овај примерак штампан је једнострано, са само једним текстом (Слика 42) – о ступању краља Петра Другог на власт: „Овога часа примили смо радосну вест да је наш Мили и Витешки Краљ Петар II примио Краљевску влас у Своје руке” (Одјек Шумадије, 27. Март 1941. бр. 15, стр. 1).



Слика 42: Ванредно издање *Одјека Шумадије*, Одјек Шумадије, 27. март 1941. бр. 15, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)⁷⁴

Упоредо са званичним саопштењима и ауторским текстовима *Одјека Шумадије* о припреми грађана за надолazeћи рат, редовно су објављивани текстови о доступности, цени и квалитету основних прехранбених производа. То илуструју текстови под насловима „Несташица и рђав хлеб у Крагујевцу” (Одјек Шумадије, 19. јануар 1941. бр. 4, стр. 1) и „Шећера има доста” (Одјек Шумадије, 19. јануар 1941. бр. 4, стр. 1).

Поред анализираних објављених саопштења и наредби власти, када је извештавање о надолazeћем рату у питању, у *Одјеку Шумадије* забележени су и текстови писани карактеристичним стилем који је лист примењивао. У тексту

⁷⁴ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

објављеном 9. марта 1941. године, под насловом „Једно важно питање” аутор указује на недовољну спремност грађана на припрему одбране од ваздушног напада и критикује изостанак реакције на наредбе власти: „Објављена су упутства месног одбора за пасивну одбрану као и Наредбу Предстојништва градске полиције, међутим ни до данашњег дана у том правцу нико ништа није предузео” (Одјек Шумадије, 9. март 1941. бр. 12, стр. 1), а затим апелује на надлежне да предузму неопходне кораке за спровођење наредби. И у овом случају, лист преузима друштвено одговорну улогу и показује друштвени ангажман кроз настојање да утиче на јавност.

Са истим циљем су у рубрици „Вести” штампани кратки текстови, сачињени од само једне или две реченице, који имају функцију упозоравања грађана на неопходност поступања у складу са наредбама власти:

„Извршујте сва наређења власти у вези са пасивном одбраном, јер тиме заштићујете себе” (Одјек Шумадије, датум непознат 1941. бр. 13, стр. 3).

„Размислите шта ћете урадити када чујете знак за узбуну, јер онда ће бити касно за размишљање” (Одјек Шумадије, датум непознат 1941. бр. 13, стр. 3).

„Да ли сте прегледали свој ров, дали је исти и сада исправан” (Одјек Шумадије, датум непознат 1941. бр. 13, стр. 3).

„Да ли сте размислили шта би урадили, ако би у овом моменту наишли непријатељски авиони. Размислите ово још данас, можда ће сутра бити касно” (Одјек Шумадије, датум непознат 1941. бр. 13, стр. 3).

Ове текстове одликује употреба разговорног стила и директно обраћање читаоцима са циљем изазивања емоционалних реакција и припреме на могућу опасност. Истицањем временских ограничења, попут „можда ће сутра бити касно”, аутор указује на хитност преузимања одговорности. Тон порука је драматичан и упитан, чиме се читаоци емоционално ангажују, подстакнути формулацијама попут „размислите шта ћете урадити”. Због свега наведеног, код ових текстова препозната је и мобилизаторска и пропагандна функција јер је њихов крајњи циљ припрема грађана на правовремену реакцију.

Последњи објављени примерак *Одјека Шумадије*, штампан 8. априла 1941. године, заправо је био поновљено издање броја објављеног 6. априла, уз измену само једног текста⁷⁵. У последњем броју централно место новина, горњи леви угао насловне стране, заузима саопштење које издаје Канцеларија Одбора за заштиту од напада из ваздуха Крагујевца. Последње саопштење објављено у *Одјеку Шумадије* односи се на упутства о замрачивању објеката (Слика 43).



Слика 43 „Саопштење грађанству града Крагујевца“, 8. април 1941, *Одјек Шумадије* бр. 18 (Извор: *Одјек Шумадије*)⁷⁶

⁷⁵ У броју 17, објављеном 6. априла 1941. године, на насловној страни објављен је текст Николе Николића под насловом „Свесни смо и спремни“, чија функција може бити препозната и као мобилизаторска. Аутор истиче: „Ми који знамо да је наша дужност да послужимо земљи изјављујемо своју готовост да преуземо одговорну службу свуда где нас позову краљ и садашња влада“ (*Одјек Шумадије*, 6. април 1941. бр. 17, стр. 1). Сам наслов текста наглашава извесност предстојећег рата.

⁷⁶ Доступно на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

Садржај *Одјека Шумадије* објављен 1941. године сведочи о предратној атмосфери и изазовима са којима су се суочавали грађани на територији Крагујевца. У текстовима штампаним у периоду од јануара до априла, уочава се интензивирање извештавања о надолazeћем рату. Јануар и фебруар обележавају повремена саопштења и упозорења, док се у периоду од марта до априла највећи део садржаја односи на припрему грађана на рат, чији долазак постаје све извеснији. У поменутих текстовима недвосмислено је присутна мобилизаторска функција, њихов тон је званичан и озбиљан, чиме се потврђује озбиљност безбедносних претњи. Тесктови о ценама и доступности основних прехранбених производа илуструју неповољне економске и друштвене услове који подразумевају сиромаштво и глад.

Све учесталија званична саопштења власти предочавају близину рата, а чињеница да на снагу ступају одмах по објављивању у *Одјеку Шумадије* показује да је лист имао изузетно значајну улогу у информисању грађана Крагујевца и околине.

8. Анализа постављених хипотеза

8.1. Анализа прве постављене хипотезе

Прва помоћна хипотеза, која гласи „У текстовима Одјека Шумадије практикује се новинарска форма која задире у приватну сферу грађанског живота – приче о појединачним личним искуствима” (human-interest story) испитана је квантитативно-квалитативном анализом садржаја текстова објављених у свим доступним издањима листа *Одјек Шумадије*, штампаним у периоду од 1936. до 1941. године. У оквиру истраживања, теме извештавања категорисане су према унапред дефинисаном кодном листу, што је омогућило систематичну идентификацију доминантних тематских целина.

Анализа тема извештавања показала је да је у текстовима листа најдоминантнија категорија *приватни живот/личне приче* (42.30%), што указује на снажну оријентацију листа ка таблоидном приступу извештавању, у коме се приватни животи појединаца и личне приче стављају у фокус јавног интересовања.

Највећи број текстова са тематиком из приватног живота грађана објављен је у хибридној форми (82.32%), најчешће у оквиру трач рубрика као што су „Шта се прича”, „Шта се говори”, „Заврзлама” и „Рапорт”. Ове рубрике карактерише извештавање о приватним односима, детаљима из брачног и породичног живота, што сведочи сензационалистичком приступу. Међутим, информације из приватне сфере су у појединачним случајевима присутне и у традиционално информативним новинарским жанровима попут вести (11.34%).

Узевши о обзир све наведено, резултати овог дела истраживања показују да је у текстовима *Одјека Шумадије* заступљена форма која задире у приватну сферу живота појединаца. **На основу резултата добијених овим делом истраживања, утврдили смо да је прва помоћна хипотеза потврђена.**

8.2. Анализа друге постављене хипотезе

Друга помоћна хипотеза, која гласи „Језик и стил писања *Одјека Шумадије* је поједностављен, ближи разговорном него публицистичком стилу” испитана је

комбиновањем квантитативно-квалитативне анализе садржаја и елемената критичке анализе дискурса. Овај методолошки приступ омогућио је дескриптивну анализу коришћених језичких и стилских средстава у текстовима *Одјека Шумадије*, као и тумачење друштвене функције језика.

Када је стил извештавања у питању, резултати показују да у текстовима *Одјека Шумадије* преовладава новинарски или публицистички стил, који је заступљен у 60,51% садржаја. Насупрот томе, удео разговорног стила износи 37,49%. Текстове писане разговорним стилем одликује непосредност, динамичност и експресивност, што је у складу са таблоидним извештавањем – које карактерише тежња ка емотивном ангажовању читалаца у виду остваривању осећања интимности и блискости са садржајем. Употреба разговорног стила у текстовима *Одјека Шумадије* имала је неколико функција. На првом месту је тежња уредништва да изазове интересовање читалаца. Друга значајна функција употребе језика је изазивање осећаја неизвесности и неодређености, како би се постигло веће ангажовање читалаца с обзиром на то да неодређеност оставља простор за интерпретацију. Поред тога, присутан је и континуитет у извештавању о темама које се односе на приватне догађаје грађана Крагујевца кроз постепено откривање детаља, што указује на стратегију изградње односа са публиком. У контексту објављивања прича чији је фокус приватни живот појединаца у трач рубрикама, разговорним стилем и другим стилским средствима садржај *Одјека Шумадије* ствара привид приватне комуникације, а откривањем сензационалистичких и контроверзних детаља из приватне сфере наступа као агенс у очувању друштвених вредности и морала.

Већина текстова *Одјека Шумадије* написана је публицистичким стилем, што указује на тежњу уредништва да извештава у складу са стандардима новинарске професије. Међутим, разговорни стил заступљен је у значајном броју текстова, и његове функције недвосмислено доприносе таблоидној оријентацији листа. **На основу резултата добијених овим делом истраживања, утврдили смо да је друга помоћна хипотеза делимично потврђена.**

8.3. Анализа треће постављене хипотезе

Трећа помоћна хипотеза, која гласи „Друштвено-историјски услови у којима је *Одјек Шумадије* објављиван утицали су на његову уређивачку политику и начин извештавања” испитана је критичком анализом дискурса, квалитативном анализом садржаја и историјским методом. На овај начин омогућена је интерпретација новинских текстова у ширем друштвено-историјском контексту, са циљем идентификовања друштвене улоге *Одјека Шумадије*. Анализом је обухваћен први уводник, друштвени и хуманитарни ангажман листа, приказ улоге власника и сарадника, као и извештавање уочи Другог светског рата.

Снажан утицај политичких и друштвених околности на уређивачку концепцију *Одјека Шумадије* предочен је већ у првом броју. У првом редакцијском уводнику назначено је да политичке, привредне и друштвене прилике, како истиче уредништво, „не допуштају да отворено и пуним грудима искажемо оно шта би орган јавног мишљења могао да прогласи за свој програмски план” (*Одјек Шумадије*, 5. мај 1936, бр. 1, стр. 1). Ова констатација у складу је са чињеницом да је након измена и допуна Закона о штампи 1929. године новинарска професија била суочена са строгим цензуром и ограничавањем слободе информисања.

Социјални услови, попут сиромаштва и несташнице хране, утицали су на тематски оквир извештавања *Одјека Шумадије*. Излажење листа обележиле су честе друштвено одговорне кампање које је лист покретао, адресирајући тиме значајне проблеме са којима се град суочавао. На првом месту истиче се континуирани хуманитарни рад редакције. Прикупљање финансијске и друге врсте помоћи за најугроженије грађане указује на тешке материјалне услове живота у Крагујевцу у предратном периоду, а потреба листа да о томе континуирано извештава указује на њихов обим.

Поред ангажмана у остваривању друштвене једнакости, друштвене иницијативе у области културе такође су биле тематски фокус *Одјека Шумадије*. Иницијатива за оснивање библиотеке, критика рада Народног позоришта у Крагујевцу и престанак рада крагујевачког Народног универзитета представљају значајне примере залагања листа у корист јавног интереса. Затим, уредништво препознаје недостатак регулаторних мера када су у питању игре на срећу (коцкање) и континуирано посвећује простор овим темама. У току 1939. године приметно је афирмативно извештавање о правима жена,

узроковано најпре оснивањем Женског покрета у Кргујевцу, што додатно указује на то да су друштвене околности значајно утицале на уређивачку политику *Одјека Шумадије*.

Уређивачку политику листа значајно је обликовао и рад Милована Р. Пантовића, власника, уредника и аутора највећег броја текстова објављених у новинама. Његова личност је у историји новинарства упамћена као интригантна, а његов новинарски рад као неконвенционалан – обележен уношењем приватног живота у јавни дискурс кроз употребу сензационализма, друштвеним ангажманом и самопромоцијом. Посебности његовог јавног ангажмана и перцепције у јавности огледају се у надимцима под којима је остао упамћен, а који су се често појављивали као потпис у новинским текстовима, као што су: „Југословенски Ганди”, „јавни хумани радник” и „мученик од народа за народ”.

Последња година излагања *Одјека Шумадије*, уједно и година почетка Другог светског рата у Краљевини Југославији, значајно је обележена друштвеним и политичким околностима. Велики удео у садржају имају теме о предстојећем рату, повећава се број званичних саопштења власти о припреми за ваздушни напад, и све су заступљеније информације о ценама и доступности основних животних намирница. Као једини активан лист на територији Крагујевца, *Одјек Шумадије* имао је значајну улогу у информисању и припреми грађана за долазећи рат.

Узевши у обзир све наведено, закључујемо да су друштвено-историјски услови у којима је *Одјек Шумадије* објављиван значајно утицали на његову уређивачку политику и начин извештавања. **На основу резултата добијених овим делом истраживања, утврдили смо да је трећа помоћна хипотеза потврђена.**

8.4. Анализа основне хипотезе

На основу анализираних помоћних хипотеза закључујемо да је основна хипотеза истраживања, која гласи „У начину извештавања *Одјека Шумадије* присутне су одлике таблоидног новинарства, због чега се он може посматрати као претеча српских таблоида” – потврђена.

Резултати истраживања показују да су у садржају *Одјека Шумадије* присутне одлике таблоидног новинарства. Оне се огледају у значајном уделу хибридних текстова који задиру у приватну сферу живота појединаца (42.30%), са фокусом на сензационалним елементима и персонализацији. Ове текстове карактерише субјективност, употреба интерпункцијских знакова и драматизација – карактеристике таблоида које за циљ имају емоционално ангажовање читалаца. Значајна заступљеност разговорног стила у овим текстовима (37,49%) додатно потврђује таблоидну оријентацију листа.

9. Закључна разматрања

У дисертацији је истраживан настанак и развој таблоидног новинарства на територији града Крагујевца у периоду између 1936. и 1941. године. Кроз студију случаја листа *Одјек Шумадије* испитано је деловање локалних новина у Србији у међуратном периоду, са фокусом на таблоидно извештавање. Резултати истраживања показали су да је уређивачка политика локалних листова овог периода била значајно условљена друштвено-историјским контекстом и тадашњим државним регулативама, пре свега Законом о штампи из 1925. године, и његовим изменама и допунама из 1929. године. Измене и допуне Закона о штампи довеле су до интензивирања рестриктивних законских мера, а посебно је индикативно што у наведеним изменама слобода штампе није ни декларативно препозната као вредност. У овом периоду основан је Централни прес-биро који је контролисао медије, због чега смо закључили да је период излагања *Одјека Шумадије* обележен приметним ограничавањем слободе информисања. О изазовима са којима се локално новинарство у Крагујевцу тадашњице суочава сведочи садржај уводника *Одјека Шумадије* објављеног у првом броју, штампаном 5. маја 1936. године: „Политичке, привредне и друштвене прилике у којима 'Одјек Шумадије' почиње своје излагање недопуштају да отворено и пуним грудима искажемо оно шта би орган јавног мишљења могао да прогласи за свој програмски план” (*Одјек Шумадије*, 5. мај 1936, бр. 1, стр. 1). С обзиром на то да је фокус истраживања био на таблоидном извештавању, добијени резултати указују на изражену присутност таблоидних карактеристика у садржају листа *Одјек Шумадије*. Ове карактеристике су посебно уочљиве у доминантној заступљености теме приватног живота, која чини 42,30% укупног корпуса анализираних текстова. Постављање приватних живота појединаца у фокус јавног интересовања, у комбинацији са снажним сензационалним елементима, недвосмислено указује на таблоидну оријентацију листа.

Теоријски део дисертације заснован је на прегледу светске и домаће литературе и обухвата историјски развој таблоидног новинарства у свету и Србији. Поред тога, у овом делу испитана је и друштвена улога таблоидног новинарства, најпре кроз његов утицај на демократске процесе у друштву, а затим и кроз утицај на новинарску професију, начин извештавања и понашање новинара. Теоријска основа обухватила је дефинисање кључних појмова за разумевање таблоидног новинарства, попут таблоидизације и сензационализма, али и хибридних жанрова који обједињују информације, забаву и рекламе – инфотејмент и инфомершал. У оквиру теоријског

сегмента дефинисане су жанровске и стилске карактеристике таблоидног новинарства, са циљем да се успостави јасна аналитичка основа за испитивање присуства таблоидних карактеристика у листу *Одјек Шумадије*.

Полазећи од наведених теоријских поставки, формулисана су истраживачка питања и основна хипотеза истраживања. С обзиром на то да развој локалног таблоидног новинарства у Србији није истражен, основни циљ истраживања био је да се, применом релевантних научних метода, лист *Одјек Шумадије* анализира и позиционира у одговарајући контекст, са посебним фокусом на карактеристике текстова који испољавају обележја таблоидног новинарства. Поред тога, анализиране су карактеристике новинарских жанрова који се могу сврстати у домен таблоидног новинарства, као и друштвено-историјски оквир у коме је лист настао, са циљем сагледавања његовог утицаја на уређивачку политику.

Првом помоћном хипотезом претпоставили смо да је у текстовима *Одјека Шумадије* присутна новинарска форма која задире у приватну сферу грађанског живота – прича о појединачним људским искуствима. Квантитативно-квалитативном анализом утврдили смо да је поменута новинарска форма најдоминантнија, што указује на снажну таблоидну оријентацију листа. Највећи број текстова чија је тематика приватан живот грађана објављен је у оквиру трач рубрика као што су: „Шта се прича”, „Шта се говори”, „Заврзлама” и „Рапорт”, при чему доминирају теме попут породичних и брачних сукоба, љубавних односа, инцидентата и различитих облика јавне срамоте.

Друга помоћна хипотеза односи се на претпоставку да је језик *Одјека Шумадије* поједностављен, ближи разговорном него публицистичком стилу. Ова хипотеза испитана је комбиновањем квантитативно-квалитативне анализе садржаја и елемената критичке анализе дискурса, а резултати показују да у садржају листа преовладава публицистички стил (60.51%), док удео разговорног износи 37.49%. Иако је публицистички стил доминантан у анализираном корпусу, разговорни стил је заступљен у значајном броју текстова. Карактерише га непосредност, динамичност и експресивност, а његова основна функција јесте емотивно ангажовање читалаца, што указује на присуство таблоидних елемената у уређивачком приступу листа.

Трећом помоћном хипотезом претпоставили смо да су друштвено-историјски услови у којима је *Одјек Шумадије* објављиван утицали на његову уређивачку

политику и начин извештавања. Интерпретација новинских текстова у ширем друштвено-историјском контексту омогућена је критичком анализом дискурса, квалитативном анализом садржаја и историјским методом. Резултати овог дела истраживања указују на то да су друштвено-историјски услови у којима је лист објављиван значајно утицали на његову уређивачку политику и начин извештавања. Већ у првом броју, уредник указује на ограничавање слободе информисања и цензуру са којима се суочава, што је било последица измена и допуна Закона о штампи из 1929. године. Поред тога, значајан утицај на тематски оквир извештавања остваривали су социјални и политички услови предратног периода – присутни су текстови посвећени теми предстојећег рата, попут званичних саопштења, али су значајно заступљени и текстови о сиромаштву грађана и несташици хране. Затим, друштвени ангажман листа у области социјалне једнакости, културе и образовања – такође је био условљен друштвеним деловањем у овим областима. И на крају, рад уредника и власника Милована Р. Пантовића, интригантне личности српског новинарства, обликовао је уређивачку политику листа.

Анализа помоћних хипотеза довела је до формулисања опште хипотезе рада. Резултати добијени квантитативно-квалитативном анализом и критичком анализом дискурса показују да су у извештавању *Одјека Шумадије* присутне одлике таблоидног новинарства, на основу чега се овај лист може сматрати претечом српских таблоида.

Полазећи од спроведених анализа и остварених резултата, у наставку следи образложење одговора на истраживачка питања.

Одговор на прво истраживачко питање указује на усмереност *Одјека Шумадије* на објављивање садржаја посвећеног актуелним догађајима и лакшим темама. Резултати истраживања показују да је у текстовима најзаступљенија информативна функција извештавања (51,48%), што илуструје тежњу уредништва да најпре грађане информише о актуелним догађајима. Значајан део текстова имао је забавну функцију (37,18%), што указује на таблоидну оријентацију новина. Поред ових функција, у мањем проценту присутне су персуазивна (8%) и образовна (1%), али и категорија „остало” (2,34%), која обухвата текстове који се могу сврстати у поменуте категорије, сугеришући хетерогеност стилова у листу.

Када је реч о другом истраживачком питању, резултати показују да је доминантан садржај посвећен локалним дешавањима. Чак 94,4% текстова обрађује догађаје који се односе на Крагујевац, чиме се лист недвосмислено позиционира као локални.

Затим, у случају трећег истраживачког питања, резултати указују на потврдан одговор – текстови *Одјека Шумадије* представљали су рефлексију тадашњег друштвеног живота. Највећи удео у садржају имале су теме из приватног живота грађана (42,30%) и друштвени догађаји (29%). Након тога, удео садржаја је следећи: политички догађаји (10%), хроника (7,87%), културни догађаји (3,72%), забава (2,12%), криминал и катастрофе (1,47%), спорт (0,91%), економија (0,7%) и остало (1,94%). Дакле, резултати показују да су текстови *Одјека Шумадије* обухватили различите аспекте друштвеног живота Крагујевца у међуратном периоду.

Резултати показују да су – што би био одговор на четврто истраживачко питање – у текстовима *Одјека Шумадије* присутни различити елементи таблоидног новинарства. Анализом текстова установили смо да су у 50,02% текстова присутни одређени таблоидни елементи. На основу доступне литературе, издвојено је шест карактеристика таблоидног стила: емоционалност, персонализација, драматизација, наративност, субјективност и употреба интерпункцијских знакова, пре свега упитника и узвичника. Важно је нагласити да присуство само једне од ових одлика текст не чини нужно сензационалистичким. У том смислу, не можемо тврдити ни да је половина свих текстова сензационалистичка. Са друге стране, у овом контексту је значајно запажање да у осталим текстовима није забележено присуство ниједног од таблоидних елемената, што значи да је лист ипак у извесној мери извештавао у складу са професионалним новинарским стандардима.

У случају петог истраживачког питања, анализом смо утврдили да се таблоидни садржаји најчешће појављују у хибридним жанровима, објављеним у оквиру трач рубрика. Највећи број хибридних текстова посвећен је теми приватног живота (1178 текстова од 1431, чинећи 82.32%), чија функција је доминантно забавна (1121 текст од 1355, чинећи 82,73%), што потврђује њихов таблоидни карактер.

Шесто истраживачко питање односи се на језичко-стилске карактеристике текстова са таблоидним садржајем, а резултати истраживања показују да су текстови са таблоидним садржајем најчешће писани разговорним стилом, док је језик често

сликовит и емотивно обојен. Ове текстове одликује изражено сензационалистички стил, језик је динамичан и експресиван. Текстови објављени у оквиру трач рубрика састоје се од једног кратког, сугестивног питања које почиње упитном заменицом, а у наставку следи именица или заменица којом се означава субјекат питања. На тај начин се код читалаца подстиче радозналост и привид интимне, присне комуникације. У језичком смислу, значајно је указати и на уочени континуитет у извештавању о одређеним темама: аутор постепено открива детаље везане за одређени догађај, задржавајући га у фокусу више узастопних бројева листа.

Истраживање потврђује и тезу према којој се таблоидно новинарство не може једнострано тумачити као негативна или позитивна појава у новинарству, већ се за његово потпуније разумевање у обзир мора узети синтеза оба гледишта. То значи да се таблоидно новинарство мора посматрати у оквиру ширег друштвеног контекста.

Значај *Одјека Шумадије* у информисању јавности Крагујевца у периоду између два светска рата је немерљив. Поред извештавања о актуелним политичким и друштвеним догађајима тога периода, текстови објављени у *Одјеку Шумадије* прецизно осликавају начин живота, међуљудске односе и навике појединаца. На основу садржаја који је окарактерисан као таблоидан, а који је најчешће уочаван у трач рубрикама листа, могуће је стећи увид у друштвене обрасце свакодневног живота. Такав садржај рефлектује начине на које су појединци остваривали међусобне односе, укључујући облике дружења, емотивних веза и конфликата, због чега *Одјек Шумадије* може бити релевантан извор за анализу крагујевачке културе и друштвене динамике у периоду од 1936. до 1941. године.

Поред увида у таблоидни аспект деловања *Одјека Шумадије*, значај овог рада огледа се у томе што је истражен начин на који су локални медији прве половине двадесетог века функционисали у Србији. С обзиром на то да локално таблоидно новинарство из посматраног периода није до сада било предмет истраживања у домаћој научној литератури, као и то да се постојећи радови у највећем броју ослањају на анализу штампе која је излазила у Београду, дисертација, такође, доприноси разумевању настанка и развоја таблоидизације у српском медијском простору. Ипак, имајући у виду да је *Одјек Шумадије* деловао у специфичном локалном контексту Крагујевца, резултати истраживања не могу се посматрати као универзални образац функционисања српског локалног таблоидног новинарства тога периода, већ пружају

увид у специфичне медијске праксе локалног листа у специфичним друштвено-историјским околностима.

У контексту истраживања, значајно је нагласити да је рад у својој основи усмерен на анализу таблоидних одлика локалног листа *Одјек Шумадије*. Међутим, зарад потпунијег разумевања укупне функције листа у друштвеној стварности Крагујевца међуратног периода, неопходно је било истражити и садржај који није примарни предмет анализе, најпре информативни, који је заступљен у значајнохм процесу – што се огледа у присуству следећих тематских оквира: друштвени догађаји (29%) и политички догађаји (10%). Имајући у виду да ови налази упућују на медијску улогу која превазилази таблоидност, отвара се простор за будућа истраживања, која би могла да обухвате друге аспекте садржаја и на тај начин допринесу потпунијем разумевању локалне штампе у Србији у међуратном периоду.

Литература:

Извор истраживања:

Лист *Одјек Шумадије: независан информативан лист за економска и друштвена питања Крагујевца* (5. 5. 1936 - 8. 4. 1941). Архива доступна на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)

Литература:

1. Avramović, M. (1992). *Dva veka srpskog novinarstva*. Beograd: Institut za novinarstvo.
2. Albæk, E., Van Dalen, A., Jebril, N., & De Vreese, C. H. (2014). Political journalism in comparative perspective. Cambridge University Press. doi:10.1017/cbo9781139567367.008
3. Алексић, Д. (2020). Извештавање листа политика у време првог балканског рата (октобар 1912 – мај 1913). *Докторска дисертација*. Филозофски факултет, Универзитет у Нишу.
4. Aleksić, D. (2018) Mobilizatorska uloga lista Politika na početku Prvog balkanskog rata, *CM: Communication and Media*, Vol. 13(42), 57-78. URL: <https://aseestant.ceon.rs/index.php/comman/article/download/16943/6724/>
5. Aleksić, D., & Vidić, L. (2014). Analiza sadržaja vesti u Malim novinama Pere Todorovića. *CM: Communication and Media*, 9(32). URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=543486>
6. Arbaoui, B., De Swert, K., & Van der Brug, W. (2020). Sensationalism in news coverage: A comparative study in 14 television systems. *Communication Research*, 47(2), 299-320.
7. Аритоновић, И. (2009). Друштвени положај жена у Србији у доба Краљевине Југославије. *Баштина*, 27, 233–257.

8. Babbie, E. R. (2012). *The practice of social research (13th ed.)*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
9. Ban, H. (2008) Soft news. In: Donsbach, W (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
10. Баровић, В., Шованец, С. (2018). Писање међуратног листа „Савремени Нови Сад“ о штампи, новинарима и струковном новинарском удружењу. У: Деспотовић, У. (уред.) (2018). *Култура пописа* (стр. 229-244). Нови Сад: Удружење за политичке науке СЦГ Огранак у Новом Саду. URL: <http://kpolisa.com/index.php/kp/article/view/476/446>
11. Barnett, S. (1998). Dumbing down or reaching out: is it tabloidisation wot done it?. *The Political Quarterly*, 69(B), 75-90. doi:10.1111/1467-923X.00193
12. Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, policy and the local: Can hyperlocals fill the gap?. *Journalism Practice*, 9(3), 332-349.
13. Barović, V. (2012) Istorija tabloida u srpskoj žurnalistici i ličnost Krste Cicvarića. in: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene - zbornik radova*, Novi Sad: Filozofski fakultet, 113-121. URL: <https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2012/978-86-6065-147-3>
14. Baum, M. A. (2002). Sex, lies, and war: How soft news brings foreign policy to the inattentive public. *American Political Science Review*, 96(1), 91-109. doi:10.1017/S0003055402004252
15. Baum, M. A., & Jamison, A. S. (2006). The Oprah effect: How soft news helps inattentive citizens vote consistently. *The Journal of Politics*, 68(4), 946-959. doi: 10.1111/j.1468-2508.2006.00482.x
16. Baym, G. (2008). Infotainment. In Donsbach, W. (Ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. Malden, MA: Blackwell Publishing. doi:10.1002/9781405186407.wbieci031
17. Belmonte, I. A., & Porto, M. D. (2020). Multimodal framing devices in European online news. *Language & Communication*, 71, 55-71. doi: [10.1016/j.langcom.2019.12.001](https://doi.org/10.1016/j.langcom.2019.12.001)

18. Bennett, W. L., & Serrin, W. (2005). The watchdog role. In Overholser, G., & Jamieson, K. H. (eds.), *The Press*. New York: Oxford University Press. (pp. 169-188).
19. Бецић, И. М. (2014). Рад на описмењавању регрута Краљеве гарде 1933-1937. *Vojnoistorijski glasnik*, (2), 202-218.
20. Бешлин, М., & Жарковић, П. (2023). Крста Цицварић и београдска" жута штампа" у Краљевини Југославији. *Годишњак за друштвену историју*, 30(3), 55-71.
21. Bird, S. E. (2008). Tabloidization. In: Donsbach W (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. London: Blackwell. doi:10.1002/9781405186407.wbiect0
22. Bird, S. E. (2009). Tabloidization: What is it, and does it really matter?. In *The changing faces of journalism* (pp. 50-60). Routledge.
23. Бјелица, М., Јевтовић, З. (2006). *Историја новинарства*. Мегатренд Универзитет, Београд.
24. Bjelica, M. (1968). *200 godina jugoslovenske štampe – pregled istorije novinarstva*. Jugoslovenski institute za novinarstvo i Književno izdavačka zadruga Sloboda, Beograd.
25. Black, J. (2019). *The English press: a history*. Bloomsbury Publishing.
26. Blommaert, J., & Bulcaen, C. (2000). Critical discourse analysis. *Annual review of Anthropology*, 29(1), 447-466. doi: 0084-6570/00/1015-0447\$14.00
27. Boczkowski, P. J. (2009). Rethinking hard and soft news production: From common ground to divergent paths. *Journal of Communication*, 59(1), 98-116.
28. Borton, R. (1999). The first of the tabloids. *British Journalism Review*, 10(2), 63-68. doi:10.1177/095647489901000211
29. Boukes, M. (2019). Infotainment. In T. P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh & A. Sehl (eds.), *International Encyclopedia of Journalism Studies; Forms of Journalism*. Hoboken (NJ): Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118841570.iejs0132

30. Boykoff, M. T. (2008). The cultural politics of climate change discourse in UK tabloids. *Political geography*, 27(5), 549-569. doi:10.1016/j.polgeo.2008.05.002
31. Branković, S. (2014). *Metodologija društvenog istraživanja*. Beograd: Zavod za udžbenike.
32. Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment?. *European Journal of communication*, 13(3), 315-335. doi:10.1177/0267323198013003002
33. Brazeal, D. K. (2005). Precursor to Modern Media Hype: The 1830s Penny Press. *The Journal of American Culture*, 28(4), 405–414. doi:10.1111/j.1542-734x.2005.00243.x
34. Булатовић, Б. (1999). Пера Тодоровић у Враголану 1871-1872. У: *Пера Тодоровић: зборник радова*. Институт за књижевност и уметност, Београд, 325-328.
35. Вајагић, П. (2009). Формирање Дунавске бановине. *Споменица Историјског архива „Срем“*, 8, 128-145.
36. Valić Nedeljković, D. (2009). Tabloidizacija medija u Srbiji. *Medijski dijalozi*, 2(1), 15-26.
37. Valić Nedeljković, D., & Pralica, D. (2007). *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
38. Van den Bulck, H., Paulussen, S., & Bels, A. (2016). Celebrity news as hybrid journalism: An assessment of celebrity coverage in newspapers and magazines. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 1(20). doi: [10.1177/1464884916657523](https://doi.org/10.1177/1464884916657523)
39. Van Dijk, T. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283.
40. VanWynsberghe, R., & Khan, S. (2007). Redefining case study. *International journal of qualitative methods*, 6(2), 80-94.
41. Vettehen, P. H. (2015). Sensationalism. *The International Encyclopedia of Communication*, 1–3. doi: 10.1002/9781405186407.wbiecs030.pub3

42. Vićentijević, M. (2012). Medijska etika sagledana kroz prizmu afekata straha i paničnih stanja. *CM Komunikacija i mediji*, 7(23), 37-52.
43. Вујанић, М., Гортан-Премк, Д., Дешић, М., Драгићевић, Р., Николић, М., Ного, Љ., Павковић, В., Рамић, Н., Стијовић, Р., Радовић-Тешић, М., Фекете, Е. (2011). *Речник српскога језика*, Нови Сад: Матица српска.
44. Vuković, M. (2014). Kritička analiza diskursa. U: Perović, (2014). *Analiza diskursa: teorije i metode*. Institut za strane jezike, Podgorica, (str. 97-115).
45. Вулић, Т., Обрадовић, Н. (2021). „Одјек Шумадије“ о почетку рата 1941. године. У: *Лесковачки зборник, LXI*. Народни музеј, Лесковац, (стр. 229-248).
46. Vulić, T., & Trajković, J. (2023). Istorijska perspektiva tabloidnog novinarstva: društvena uloga tabloida. *CM: Communication and Media*, 18(1). 81-99. doi: 10.5937/cm18-44024
47. Вулић Т., Митровић, М. (2017). Таблоидизација штампе у Србији као последица глобализације. У: *Међународни тематски зборник са скупа: Глобализација и глокализација*. (2017). Филозофски факултет Универзитета у Приштини, Косовска Митровица; Српско социолошко друштво и Институт за политичке студије, Београд. (стр. 162-177.)
48. Gerring, J. (2004). What is a case study and what is it good for?. *American political science review*, 98(2), 341-354. doi: 10.1017/S0003055404001182
49. Gerring, J. (2006). *Case study research: Principles and practices*. Cambridge university press.
50. Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
51. Гоцини, Ђ. (2001). *Историја новинарства*. Београд: Клио.
52. Grabe, M. E., Kleemans, M., Bas, O., Myrick, J. G., & Kim, M. (2017). Putting a human face on cold, hard facts: Effects of personalizing social issues on perceptions of issue importance. *International Journal of Communication*, 11, 907-929.

53. Grabe, M. E., Shuhua, Z., and Brooke, B. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 45(4), 635-655. doi: [10.1207/s15506878jobem4504_6](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4504_6)
54. Damanhoury, K. E., Coppini, D., Johnson, B., & Rodriguez, G. (2024). Local News in Colorado: Comparing Journalism Quality Across Four Counties. *Journalism Practice*, 18(5), 1059-1080. doi: [10.1080/17512786.2022.2083003](https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2083003)
55. D'Angelo, P. (2017). Framing: media frames. *The international encyclopedia of media effects*, 1-10. doi: 10.1002/97811118783764.wbieme0048
56. D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (Eds.). (2010). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. Routledge. doi: 10.1002/97811118783764.wbieme0048
57. Davis, H., & McLeod, S. L. (2003). Why humans value sensational news. *Evolution and Human Behavior*, 24(3), 208–216. doi:10.1016/s1090-5138(03)00012-6
58. De Melo, J. M., & De Assis, F. (2016). Journalistic genres and formats: A classification model. *Intercom – RBCC São Paulo*, 39(1), 39–54. doi: [10.1590/1809-5844201613](https://doi.org/10.1590/1809-5844201613)
59. Димић, Љ. (1996). *Културна политика у Краљевини Југославији 1918–1941*, I-III. Београд.
60. Dores Cruz, T. D., Nieper, A. S., Testori, M., Martinescu, E., & Beersma, B. (2021). An integrative definition and framework to study gossip. *Group & Organization Management*, 46(2), 252-285. doi: [10.1177/1059601121992887](https://doi.org/10.1177/1059601121992887)
61. Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: method, applications, and issues. *Health care for women international*, 13(3), 313-321.
62. Дракић, Г. (2014). Шестојануарска диктатура и правна држава. У Зборник радова „Владавина права и правна држава у региону“ (стр. 780–792). Источно Сарајево: Правни факултет Универзитета у Источном Сарајеву.
63. Државна штампарија Краљевине Југославије. (1941). *Статистички годишњак Краљевине Југославије 1940*. Државна штампарија Краљевине Југославије. URL: <https://pretraziva.rs/show/statisticki-godisnjak-10-1940.pdf>

64. Đurašinović, B. M. (2018). Јавне библиотеке у Србији 1919-1941: практични и теоријски домети (Докторска дисертација, Универзитет у Београду).
65. Ђуровић, А. (1995). О друштвеном животу Крагујевца почетком 1935. године. *Годишњак за друштвену историју*, 11(2), 230–232.
66. Elliott, M. T., & Lockard, P. (1996). An analysis of information content in infomercial programs. *Journal of Direct Marketing*, 10(2), 44-55.
67. Emery E., Emery, M. (1984). *The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media*. Fifth Edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
68. Emery, E. (1972). *The press and America: An interpretative history of the mass media*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
69. Entman, R. M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *McQuail's reader in mass communication theory*, 390-397.
70. Esser, F. (1999). Tabloidization of news: A comparative analysis of Anglo-American and German press journalism. *European journal of communication*, 14(3), 291-324. doi: [10.1177/0267323199014003001](https://doi.org/10.1177/0267323199014003001)
71. Zaller, J. (2003). A new standard of news quality: Burglar alarms for the monitorial citizen. *Political Communication*, 20(2), 109-130. doi: [10.1080/10584600390211136](https://doi.org/10.1080/10584600390211136)
72. Jackson, J. E. (2005). Sensationalism in the newsroom: Its yellow beginnings, the nineteenth century legal transformation, and the current seizure of the American press. *Notre Dame Journal of Law, Ethics & Public Policy* 9(2). 789-816.
73. Jalilifar, A., Saidian, S., & Nazari, S. (2021). “Boom! You bought them.” A metalinguistic analysis of Apple infomercials based on Aristotle’s modes of persuasion. *Pragmatics and Society*, 12(4), 567-590. doi: <https://doi.org/10.1075/ps.18055.jal>
74. Jebril, N., Albaek, E., & De Vreese, C. H. (2013). Infotainment, cynicism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication*, 28(2), 105-121. doi:10.1017/cbo9781139567367.008

75. Јевтовић, З., Петровић, Р., & Арачки, З. (2014). *Жанрови у савременом новинарству*. Београд: Јасен.
76. Јовановић, В. (1999). Тодоровићеве *Мале новине* (допринос развоју савременог новинарства у Србији XIX века). У: *Пера Тодоровић: зборник радова*. Институт за књижевност и уметност, Београд, 337-349.
77. Johansson, S. (2007). *Reading tabloids: Tabloid newspapers and their readers*. Huddinge: Södertörn Academic Studies.
78. Johnson, R. (2017). The Appeal of the Infomercial. *The Political Economy of Communication*, 5(1). 52-76.
79. Juergens, G. (2015). *Joseph Pulitzer and the New York World*. Princeton University Press.
80. Kaplan, R. L. (2008). Yellow journalism. *The international encyclopedia of communication*, 11, 5360-5371.
81. Karlsson, M., & Rowe, E. H. (2019). Local journalism when the journalists leave town. *Nordicom Review*, 40(2), 15-29. doi:10.2478/nor-2019-0025.
82. Klasić, H., Bešlin, M., & Jeffs, N. (2017). Populizam, izbeglička kriza, religija, mediji. *Populizam, izbeglička kriza, religija, mediji*. 9-23. URL: https://www.academia.edu/download/55550970/Zbornik2017_Final.pdf#page=9
83. Kleinheksel, A. J., Rockich-Winston, N., Tawfik, H., & Wyatt, T. R. (2020). Demystifying content analysis. *American journal of pharmaceutical education*, 84(1).
84. Kleinstauber, H. J. (2011). *Nonprofit investigative journalism in Europe: Motives, organisations and practices* (Doctoral dissertation, University of Hamburg).
85. Кликовац, Д. (2003). О класификацији функционалних стилова у нашој стручној литератури. *Наш језик*, 34(3-4), 272-273.
86. Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: an Introduction to Its Methodology*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

87. Krstić, A. (2022). Lokalni mediji kao nosioci promena: Uticaj lokalnog novinarstva na rešavanje socijalnih i ekoloških problema u opštinama u Srbiji. *Kritika: časopis za filozofiju i teoriju društva*, 3(2), 205-227. doi: 10.5281/zenodo.7369673
88. Лазић, М. (2009). Друштвени односи у Србији у време закаснелог капиталистичког развоја. *Годишњак за друштвену историју*, 16(3), 7-41.
89. Langer, J. (2006). Tabloid television: popular journalism and the 'other news'. Routledge. URL: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/12502/1/74pdf.pdf>
90. Larsen, A. G., & Naper, A. A. (2022). Reporting through patriotic lenses: How journalists and political actors understand and assess the community role of local journalism. *Journalism Studies*, 23(12), 1472-1487. doi: [10.1080/1461670X.2022.2096099](https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2096099)
91. Lester, P. M. (2008). Image Ethics. In W. Donsbach (Ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. Malden, MA: Blackwell Publishing. 2181-2183.
92. Lehman-Wilzig, S. N., & Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism*, 11(1), 37-56. doi: 10.1177/1464884909350642
93. Macnamara, J. R. (2005). Media content analysis: Its uses, benefits and best practice methodology. *Asia Pacific public relations journal*, 6(1), 1-34. URL: <https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/10102/1/2007002122.pdf>
94. Manakin, V. (1931). *Banovina Dunavska: opšti pregled*. Glavno uredništvo Almanaha Kraljevine Jugoslavije.
95. Mäntynen, A., & Shore, S. (2014). What is meant by hybridity? An investigation of hybridity and related terms in genre studies. *Text & Talk*, 34(6), 737-758. doi: 10.1515/text-2014-0022
96. Marković, B. (2018). Konstrukcionizam kao medijska paradigma. *CM Komunikacija i mediji*, 13(42), 133-156. URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=679720>
97. Martin, S. E., & Copeland, D. A. (2003). *Function of newspapers in society: A global perspective*. Praeger.

98. Mast, J., Coesemans, R., & Temmerman, M. (2016). Hybridity and the news: Blending genres and interaction patterns in new forms of journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 18(1), 3–10. doi: 10.1177/1464884916657520
99. Mateus, S. (2018). Journalism as a field of discursive production–performativity, form and style. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 10(1), 63-77. doi: [10.1386/cjcs.10.1.63_1](https://doi.org/10.1386/cjcs.10.1.63_1)
100. Maticka, M. (1974). Proučavanje razvoja poljoprivrede i ekonomsko-socijalnog položaja seljaštva u Hrvatskoj 1918-1941. godine u našoj poslijeratnoj literaturi. *Časopis za suvremenu povijest*, 6(1), 71-94. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/320110>
101. Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & mass communication quarterly*, 86(2), 349-367. doi: [10.1177/10776990090860020](https://doi.org/10.1177/10776990090860020)
102. Meier, K. (2019). Quality in Journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1–8. doi:10.1002/9781118841570.iejs0041
103. Milanović, Ž. (2012). Rat dolazi dugo. Pisanje Odjeka Šumadije o ratu tokom 1941. godine. *Intelektualci i rat 1939 – 1947. Zbornik radova s međunarodnog skupa Desničin susreti*. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 354-362.
104. Milivojević, S. (2007). Tabloidizacija dnevne štampe u Srbiji. Genero: časopis za feminističku teoriju i studije kulture, (10-11), 93-97.
105. Milne-Smith, A. (2009). Club talk: Gossip, masculinity and oral communities in late nineteenth-century London. *Gender & History*, 21(1), 86–106. doi: 10.1111/j.1468-0424.2009.01536.x
106. Milojević, A., Ugrinić, A. (2012). Perspektiva lokalnih komercijalnih radio stanica u Srbiji. U: Veljanovski, R. (ured.), *Radio-difuzija u Srbiji: sadašnjost i budućnost* (str. 103–124). Beograd: Fakultet političkih nauka; Čigoja štampa.
107. Mirkov, L. (2019). Pripovedanje u novinarstvu kao žanrovski postupak. *CM Komunikacija i mediji*, 14(45), 135-156.

108. Montgomery, M. E. (1998) *Displaying Women: Spectacles of Leisure in Edith Wharton's New York*. Routledge. doi: [10.4324/9781315538907](https://doi.org/10.4324/9781315538907)
109. Mott, F. L. (1950). *American Journalism: A History of Newspapers in the United States Through 250 Years: 1690 to 1950*. Revised Edition. New York: The Macmillan Company.
110. Mršević, Z. (2020). Pravo glasa žena. U: Mršević, Z., Jovanović, M. (ured.), *Ksenija Atanasijević: O meni će govoriti moja dela* (str. 39–61). Institut društvenih nauka.
111. Mun, S. H. (2013). Printing press without copyright: A historical analysis of printing and publishing in Song, China. *Chinese Journal of Communication*, 6(1), 1-23. doi: [10.1080/17544750.2013.753497](https://doi.org/10.1080/17544750.2013.753497)
112. Nasaw, D. (2013). *The Chief: The Life of William Randolph Hearst*. Houghton Mifflin Harcourt.
113. Nerone, J. (1987). The mythology of the penny press. *Critical Studies in Mass Communication*, 4(4); 376-404. doi: 10.1080/15295038709360146
114. Nguyen, A. (2012). The effect of soft news on public attachment to the news: Is “infotainment” good for democracy?. *Journalism studies*, 13(5-6), 706-717. doi:10.1080/1461670X.2012.664318
115. Nielsen, R. K. (Ed.). (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. Bloomsbury Publishing.
116. Nisbet, M. (2010). Knowledge Into Action: Framing the Debates Over Climate Change and Poverty. In: D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (Eds.). (2010). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. Routledge. doi: 10.1002/9781118783764.wbieme0048
117. Oller Alonso, M., & Berganza Conde, R. (2014). Journalistic roles, objectivity, the perception of influences and autonomy within Journalistic Culture in Spain. *Media and Communication* (1)1, 237-257. doi: [10.1787/5JZB36WJQKVG-EN](https://doi.org/10.1787/5JZB36WJQKVG-EN)

118. Örnebring, H., & Jönsson, A. M. (2004). Tabloid journalism and the public sphere: A historical perspective on tabloid journalism. *Journalism studies*, 5(3), 283-295. doi: 10.1080/1461670042000246052
119. Parsons, P. R., & Rotfeld, H. J. (1990). Infomercials and television station clearance practices. *Journal of Public Policy & Marketing*, 9(1), 62-72. doi: [10.1177/074391569000900105](https://doi.org/10.1177/074391569000900105)
120. Patterson, T. (2001). *Doing Well and Doing Good: How Soft News Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy*. Cambridge, MA: Harvard University Press. doi: [10.2139/ssrn.257395](https://doi.org/10.2139/ssrn.257395)
121. Pašajlić, B. (2020). *Trgovački Objekti Sa Prelaza XIX u XX Vek u Kragujevcu—Identitet i Uloga Medija* (Doctoral dissertation, University of Novi Sad).
122. Peiser, W. (2008). Political Media Use. In W. Donsbach (Ed.) *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 3733-3737). Malden, MA: Blackwell Publishing.
123. Pelizzon, V. P., & West, N. M. (2010). *Tabloid, Inc.: crimes, newspapers, narratives*. The Ohio State University Press.
124. Phelan, S. (2017). Critical discourse analysis and media studies. In *The Routledge handbook of critical discourse studies* (pp. 285-297). Routledge.
125. Ponce de Leon, C.L. (2002) *Self-exposure: Human-interest Journalism and the Emergence of Celebrity in America, 1890-1940*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
126. Popović, V., & Popović, P. (2014). The twenty-first century, the reign of tabloid journalism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 163, 12-18. doi: [10.1016/j.sbspro.2014.12.280](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.280)
127. Поповић, М. Д. (1956). *Крагујевац и његово привредно подручје: прилог привредној и социјалној географији града и околине*. Београд: Научно дело
128. Raduški, D. (2016). Istorijski prikaz razvoja organizacionoupravljačkog modela srpskog pozorišta od sredine XIX do početka XXI veka pod uticajem aktuelnih društvenih okolnosti. *Megatrend Revija*, 13(1), 185-204. URL:

129. Радовић, Д. (2024). Пут у дисидентство Пере Тодоровића. *Бащина*, 34(64), 259-274. doi: 10.5937/bastina34-52177
130. Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239. DOI: 10.1177/1464884911427803
131. Ристановић, Р. (2015). Београдска периодична штампа о почетку Другог светског рата. *Токови историје*, (2), 57-71.
132. Roibu, I. (2011). *The Ordinary Reader in the History of business Newspapers: A Misunderstanding*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
133. Рошуљ, Ж. (1999). Пера Тодоровић, писац и издавач. У: *Пера Тодоровић: зборник радова*. Институт за књижевност и уметност, Београд, 385-416.
134. Rowe, D. (2009). Tabloidization of news. In *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 350-361). Routledge.
135. Rowe, D. (2011). Obituary for the newspaper? Tracking the tabloid. *Journalism*, 12(4), 449-466. doi: 10.1177/1464884910388232
136. Skovsgaard, M. (2014). A tabloid mind? Professional values and organizational pressures as explanations of tabloid journalism. *Media, Culture & Society*, 36(2), 200-218. doi: 10.1177/0163443713515740
137. Smith, A. (1979). *The newspaper: An international history*. London: Thames and Hudson.
138. Sparks, C. (1988). The popular press and political democracy. *Media, Culture & Society*, 10(2), 209–223. doi:10.1177/0163443880100020
139. Spencer, D. R. (2007). *The yellow journalism: The press and America's emergence as a world power*. Northwestern University Press.
140. Stckley, J. (1935). Moon Hoax, Newspaper Prank, Now Just a Century Old. *The Science News-Letter*, 253-253. doi: 10.2307/3912146

141. Sheyholislami, J. (2001). *Critical discourse analysis*. Ottawa, Canada: Carleton University.
142. Shoemaker, P. J. (1996). Hardwired for News: Using Biological and Cultural Evolution to Explain the Surveillance Function. *Journal of Communication*, 46(3), 32–47. doi:10.1111/j.1460-2466.1996.tb01487.x
143. Статистички годишњак Краљевине Југославије 1940. (1941). Београд: Општа државна статистика.
144. Стојадиновић, Р. (1975). *Крагујевачко позориште 1835–1951*. Светлост.
145. Stephens, M. (1989). *A history of news*. Oxford University Press.
146. Schely-Newman, E. (2004). Mock intimacy: strategies of engagement in Israeli gossip columns. *Discourse Studies*, 6(4), 471–488. doi:10.1177/1461445604046590
147. Schudson, M. (1981). *Discovering the news: A social history of American newspapers*. Basic books.
148. Scott, D. K., & Gobetz, R. H. (1992). Hard news/soft news content of the national broadcast networks, 1972–1987. *Journalism quarterly*, 69(2), 406–412.
149. Temple, M. (2006). Dumbing down is good for you. *British Politics*, 1(2), 257–273. doi:10.1057/palgrave.bp.4200018
150. Todorović, N. (2006). Tabloidni žurnalizam. *CM Komunikacija i mediji*, 1(1), 19–31.
151. Todorović, N. (2014). Medijska tabloidizacija i populizam. *Mediji i komunikacije* 1(1), 47–58.
152. Тошовић, Б. (1993). Оглагољеност функционалних стилова. *Јужнословенски филолог*, 49, 57–74.
153. Trajković, J. (2025). Representing Old Age and Aging in Serbian Press. *Applied Media Studies Journal*, 6(1), 71–88. doi: 10.46630/msae.1.2025.05

154. Trampota, T. (2010). Defining the Tabloid: Czech Perspective. *Communication Today*, 1(2), 15-20. URL: https://www.communicationtoday.sk/wp-content/uploads/CT-2_2010-2.pdf
155. Tuleja, T. (2012). *Curious customs*. Stonesong.
156. Turner, G. (1999). Tabloidization, journalism and the possibility of critique. *International journal of cultural studies*, 2(1), 59-76. doi: [10.1177/136787799900200104](https://doi.org/10.1177/136787799900200104)
157. Thomas, G. (2012). *How to do your case study – a guide for students and researchers*. London: SAGE Publications.
158. Thornton, B. (2000). The moon hoax: Debates about ethics in 1835 New York newspapers. *Journal of mass media ethics*, 15(2), 89-100. doi: 10.1207/s15327728jmme1502_3
159. Thussu, D. K. (2009). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
160. Ћирковић, С. (2004). *Срби међу европским народима*. Equilibrium.
161. Uribe, R., & Gunter, B. (2004). Research note: The tabloidization of British tabloids. *European Journal of Communication*, 19(3), 387-402. doi: 10.1177/0267323104045265
162. Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. New York: Longman Inc.
163. Fernie, J. D. (1993). Marginalia: The Great Moon Hoax. *American Scientist*, 81(2), 120-122. doi:10.2307/29774865
164. Ferrero, B. (2005). The Morning Herald and its First Three Editors. *Media History*, 11(3), 165–175. doi:10.1080/13688800500323865
165. Füßel, S. (2020). *Gutenberg and the Impact of Printing*. Routledge.
166. Hallin, D. C., Mellado, C., & Mancini, P. (2023). The concept of hybridity in journalism studies. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 219-237. doi: 10.1177/19401612211039704

167. Heale, R., & Twycross, A. (2018). What is a case study?. *Evidence-based nursing*, 21(1), 7-8. doi: 10.1136/eb-2017-102845
168. Herring, S. C. (2004). Content analysis for new media: Rethinking the paradigm. In *New research for new media: Innovative research methodologies symposium working papers and readings* 2(12), (pp. 47-66). Minneapolis: University of Minnesota School of Journalism and Mass Communication.
169. Holtz-Bacha, C., & Norris, P. (2001). "To entertain, inform and educate": Still the role off public television. *Political Communication*, 18(2), 123-140. doi: [10.1080/105846001750322943](https://doi.org/10.1080/105846001750322943)
170. Hope, W., & Johnson, R. (2004). What is an Infomercial?. *Advertising & Society Review*, 5(2). doi: [10.1353/asr.2004.0006](https://doi.org/10.1353/asr.2004.0006)
171. Hornmoen, H., & Steensen, S. (2014). Dialogue as a journalistic ideal. *Journalism Studies*, 15(5), 543-554. doi: [10.1080/1461670X.2014.894358](https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.894358)
172. Hughes, H. M. (2017). *News and the human interest story*. Routledge.
173. Campbell, W. J. (2019). Yellow Journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1–5. doi:10.1002/9781118841570.iejs0159
174. Catenaccio, P. (2008). Press releases as a hybrid genre: Addressing the informative/promotional conundrum. *Pragmatics*, 18(1), 9–31. doi: [10.1075/prag.18.1.02cat](https://doi.org/10.1075/prag.18.1.02cat)
175. Chevreau, D. (1994). *Class clown and court jester: A case study approach to the tradition of the fool* (Doctoral dissertation, University of British Columbia).
176. Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126. doi: 10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054
177. Colussi, J., & Rocha, P. M. (2020). Examining the journalistic genres hybridisation in content published by newspapers on Facebook Live. *The Journal of International Communication*, 26(1), 20-35. doi: 10.1080/13216597.2020.1744467

178. Conboy, M., & Steel, J. (2013). From "We" to "Me": The Changing construction of popular tabloid journalism. In *The Future of Journalism* (pp. 83-93). Routledge
179. Crouthamel, J. L., & Jackson, A. (1973). James Gordon Bennett, the "New York Herald", and the Development of Newspaper Sensationalism. *New York History*, 54(3), 294-316. URL: <https://www.jstor.org/stable/23169403>
180. Currah, A. (2009). *What's happening to our news*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Department of Politics and International Relations, University of Oxford (RISJ).
181. Curran, J., & Seaton, J. (2003). *Power without responsibility: The press, broadcasting, and new media in Britain*. London: Routledge. URL: https://www.academia.edu/download/62406582/Power_Without_Responsibility_The_Press_and_Broadcasting_in_Britain20200318-88569-15xjdvb.pdf
182. Wasserman, H. (2010). *Tabloid journalism in South Africa: true story!*. Indiana University Press. URL: https://www.sahistory.org.za/sites/default/files/archive-files/herman_wasserman_tabloid_journalism_in_south_afrbook4you.org_.pdf
183. Weiss, G., & Wodak, R. (Eds.). (2007). *Critical discourse analysis*. New York: Palgrave Macmillan. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1057/9780230288423.pdf>
184. Yazan, B. (2015). Three Approaches to Case Study Methods in Education: Yin, Merriam, and Stake. *The Qualitative Report*, 20(2), 134-152. doi: [10.46743/2160-3715/2015.2102](https://doi.org/10.46743/2160-3715/2015.2102)
185. Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods. Fourth Edition*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications. URL: https://books.google.com/books?hl=sr&lr=&id=FzawIAdilHkC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Case+study+research:+Design+and+methods.+Fourth+Edition&ots=1_2T0flQYv&sig=T2XSJNwdybU2FuIvw32kCFOIHY

Интернет извори

1. Лист *Одјек Шумадије: независан информативан лист за економска и друштвена питања Крагујевца* (5. 5. 1936 - 8. 4. 1941). Архива доступна на: <http://nbkg.wikidot.com/odjeksumadije> (приступљено: 14.6.2025. године)
2. Претражива дигитална библиотека, доступно на: <https://pretraziva.rs/pregled/male-novine> (приступљено: 14.6.2025. године)
3. Сајт *AbeBooks*, доступно на: <https://www.abebooks.com/Newspaper-Sun-Number-New-York-September/30968810323/bd> (приступљено 14.6.2025. године)
4. Сајт *Deutsches Textarchiv*, доступно на: https://www.deutschestextarchiv.de/book/view/anonym_aviso_1609?p=367 (приступљено: 14.6.2025. године)
5. Сајт *Science Museum Group*, доступно на: <https://collection.sciencemuseumgroup.org.uk/objects/co67623/print-of-new-discoveries-on-the-moon-lithograph> (приступљено 16.6.2025. године)
6. Сајт *The Diversity Style Guide*, доступно на: <https://www.diversitystyleguide.com/glossary/yellow-journalism/> (приступљено: 14. 6. 2025. године)

Прилог 1: Кодни лист

Редни број узорка:
Датум:
Наслов текста:
Величина текста:
Кратак (до неколико реченица)
Средњи (до трећине стране)
Дугачак (више од трећине стране)
Жанр
Вест
Извештај
Интервју
Чланак
Коментар
Репортажа
Фичер
Human interest story
Хибрид
Нешто друго
Аутор текста
Аутор (име и презиме)
Аутор (иницијали)
Псеудоним
Редакција/уредништво
Институција/установа/организација
Није наведен аутор
Тема текста
Друштвени догађај
Културни догађај
Политички догађај
Спортски догађај
Економски догађај
Приватни живот/личне приче
Криминал и катастрофе
Забава
Хроника
Остало
Тон извештавања
Позитиван
Негативан
Неутралан
Стил писања
Новинарски/публицистички
Разговорни/говорни
Књижевни/литерални
Функција текста
Информативна
Образовна

Забавна
Персуазивна
Остало
Визуелна презентација
Фотографија
Илустрација
Графикон
Само текст
Географска локација
Локално
Национално
Меѓународно

Прилог 2: Листа слика у раду

Слика 1: Насловна страна првог броја листа <i>Relation oder Zeitung</i> , из 15. јануара 1609. године. (Извор: Deutsches Textarchiv)	7
Слика 2: Насловна страна првог броја новина <i>The Sun</i> , штампана 3. септембра 1833. године (Извор: сајт AbeBooks).....	16
Слика 3: Литографија из новина New York Sun из 1835. године која приказује сцену из Велике месечеве преваре. Слика представља фантастичну представу Месеца с лажним детаљима. (Извор: сајт Science Museum Group)	21
Слика 4: Стрип <i>Жути дечак</i> штампан у новинама New York World (Извор: сајт The Diversity Style Guide)	33
Слика 5: Насловна страна <i>Малих новина</i> штампаних 22. јуна 1888. године (Извор: сајт Претражива дигитална библиотека)	37
Слика 6: Рубрика <i>Вести</i> , 26. јул 1936, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 5, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије).....	104
Слика 7: Рубрика <i>Вести</i> , 25. фебруар 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 3, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије).....	104
Слика 8: Рубрика <i>Вести</i> , 15. октобар 1938, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 10, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије).....	104
Слика 9: Рубрика <i>Вести</i> , датум непознат, 1938, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 8, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	104
Слика 10: Рубрика <i>Вести</i> , 1. септембар 1938, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 7, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	106
Слика 11: Рубрика <i>Вести</i> , 20. јул 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 19, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије).....	106
Слика 12: Рубрика <i>Вести</i> , 4. август 1940, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 30, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије).....	108
Слика 13: Рубрика <i>Вести</i> , 30. септембар 1938, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 9, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	108
Слика 14: Рубрика <i>Вести</i> , 15. фебруар 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 2, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије).....	109
Слика 15: Рубрика <i>Вести</i> , 7. јануар 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 1, стр. 6 (Извор: Одјек Шумадије).....	109

Слика 16: Рубрика <i>Вести</i> , 25. октобар 1938, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 12, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	109
Слика 17: Рубрика <i>Вести</i> , 15. јул 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 18, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије).....	109
Слика 18: Текст „Мушка млада”, 10. септембар 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 27, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	115
Слика 19: Текст „Бекство младожење у очи венчања”, 2. март 1941, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 10, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	117
Слика 20: Прво појављивање рубрике <i>Шта се прича</i> , 5. мај 1936, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 1, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)	142
Слика 21: Рубрика <i>Шта се прича</i> , 16. мај 1936, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 2, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)	144
Слика 22: Рубрика <i>Шта се прича</i> , 16. август 1936, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 6, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	144
Слика 23: Прво појављивање рубрике <i>Заврзлама</i> , 15. мај 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 10, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	147
Слика 24: Пример рубрике <i>Заврзлама</i> , 17. септембар 1939, <i>Одјек Шумадије</i> , бр. 28, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	147
Слика 25: 2 Текст „Читаоцима Заврзламе”, 4. август 1940, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 30, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	154
Слика 26: Текст „Страдање г. Милована Р. Пантовића ’Југословенског Гандиа”, 7. август 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 22, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије).....	156
Слика 27: Рубрика „Рапорт”, датум непознат 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 24, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	159
Слика 28: Рубрика „Рапорт”, 10. септембар 1939, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 27, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	159
Слика 29: Насловна страна првог броја <i>Одјека Шумадије</i> , 5. мај 1936. (Извор: Одјек Шумадије).....	166
Слика 30: Уводник <i>Одјека Шумадије</i> , 1. септембар 1938, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 7, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)	168
Слика 31: <i>Одјек Шумадије</i> , 20. октобар 1938, бр. 11, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)	170
Слика 32: <i>Одјек Шумадије</i> , датум непознат 1939, бр. 8, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	172
Слика 33: <i>Одјек Шумадије</i> , 16. август 1936, бр. 6, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	180

Слика 34: <i>Одјек Шумадије</i> , 16. мај 1936, бр. 2, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	180
Слика 35: <i>Одјек Шумадије</i> , 15. октобар 1938, бр. 10, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	181
Слика 36: <i>Одјек Шумадије</i> , 20. новембар 1938, бр. 16, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	181
Слика 37: <i>Одјек Шумадије</i> , 22. децембар 1939, бр. 42, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	181
Слика 38: <i>Одјек Шумадије</i> , 5. новембар 1939, бр. 35, стр. 3 (Извор: Одјек Шумадије)	183
Слика 39: <i>Одјек Шумадије</i> , 12. новембар 1936, бр. 36, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	183
Слика 40: <i>Одјек Шумадије</i> , 15. октобар 1939, бр. 32, стр. 2 (Извор: Одјек Шумадије)	184
Слика 41: Саопштење грађанству града Крагујевца од месног Одбора за заштиту од напада из ваздуха, <i>Одјек Шумадије</i> , 19. јануар 1941. бр. 4, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)	188
Слика 42: Ванредно издање <i>Одјека Шумадије</i> , Одјек Шумадије, 27. март 1941. бр. 15, стр. 1 (Извор: Одјек Шумадије)	190
Слика 43 „Саопштење грађанству града Крагујевца“, 8. април 1941, <i>Одјек Шумадије</i> бр. 18 (Извор: Одјек Шумадије)	192

Прилог 3: Листа графика у раду

Графикон 1: Величина објављених текстова.....	100
Графикон 2: Жанр објављених текстова.....	101
Графикон 3: Теме вести у <i>Одјеку Шумадије</i>	110
Графикон 4: Теме хибридних жанрова.....	111
Графикон 5: Стил писања хибридних жанрова.....	112
Графикон 6: Тон извештавања хибридних жанрова	113
Графикон 7: Дужина хибридних текстова.....	113
Графикон 8: Теме објављених текстова	118
Графикон 9: Функција извештавања друштвених, економских и политичких догађаја	121
Графикон 10: Теме извештаја у <i>Одјеку Шумадије</i>	122
Графикон 11: Расподела коментара по тематским областима у <i>Одјеку Шумадије</i>	123
Графикон 12: Стил писања друштвених, економских и политичких догађаја	124
Графикон 13: Тон извештавања о политичким, друштвеним и економским догађајима	125
Графикон 14: Тон извештавања	126
Графикон 15: Стил писања.....	127
Графикон 16: Ауторство објављених текстова	128
Графикон 17: Непотписани текстови по жанровима	130
Графикон 18: Визуелна презентација	131
Графикон 19: Функција текста.....	133
Графикон 20: Локација извештавања	134

Прилог 4: Листа табела у раду

Табела 1: Карактеристике меких и тврдих вести	64
Табела 2: Попис становништва Крагујевца од 1846. до 1931. године (Ђуровић , 1995: 230).....	77
Табела 3: Фреквенција објављивања текстова по годинама.....	99

Биографија

Јована Трајковић рођена је 5. септембра 1995. године у Гњилану. Основну школу „Горан Остојић“ и гимназију „Светозар Марковић“ завршила је у Јагодини.

Године 2014. уписује основне академске студије новинарства на Филозофском факултету Универзитета у Нишу и дипломира 2018. године као најбољи дипломирани студент на студијском програму са просечном оценом 9,73. Исте године уписује мастер академске студије комунологије, које завршава 2019. године као најбољи дипломирани студент са просечном оценом 10,00. Докторске академске студије, програм Медији и друштво, на истом факултету уписује 2019. године.

Током студија, била је добитница више стипендија, укључујући стипендију Фонда за младе таленте „Доситеја“ за школске године 2017/18. и 2018/19, као и стипендије Министарства науке, технолошког развоја и иновација Републике Србије у периоду од 2015. до 2017. године.

Од 2020. године запослена је на Филозофском факултету у Нишу, најпре као истраживач-приправник, а од 2023. године као истраживач-сарадник, у оквиру чега активно учествује у научно-истраживачком раду. Паралелно са тим, од 2023. године обавља функције уредника веб-сајта и заменика ПР менаџера Филозофског факултета. Претходно је, у периоду од 2021. до 2023. године, била ангажована као заменик уредника веб-сајта.

Током студија и ангажмана на факултету, излагала је радове на домаћим и међународним научним скуповима и конференцијама. Истовремено је сарађивала је на реализацији наставе на основним академским студијама Новинарства и Комуницирања и односа са јавношћу и мастер академских студија Комунологије у оквиру предмета: Новинарство у штампаним медијима, Телевизијско новинарство, Агенцијско новинарство, Уређивање у медијима, Фотографија у медијима, Новинарска етика, Писање о уметности у медијима, Култура и уметност у медијима, Међукултурно комуницирање и медији, Пропаганда и јавност, Увод у социјалистичку медијску културу.

Додатно се усавршавала кроз обуке из области комуникација, медијске писмености и дигиталног маркетинга.

Изјава 1.

ИЗЈАВА О АУТОРСТВУ

Изјављујем да је докторска дисертација, под насловом

**Почеци таблоидног новинарства у Србији: студија случаја крагујевачког листа
Одјек Шумадије**

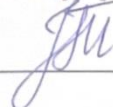
која је одбрањена на **Филозофском факултету** Универзитета у Нишу:

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да ову дисертацију, ни у целини, нити у деловима, нисам пријављивао/ла на другим факултетима, нити универзитетима;
- да нисам повредио/ла ауторска права, нити злоупотребио/ла интелектуалну својину других лица.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци, који су у вези са ауторством и добијањем академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада, и то у каталогу Библиотеке, Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Нишу, као и у публикацијама Универзитета у Нишу.

У Нишу, децембра 2025.

Потпис аутора дисертације



(Јована Ј. Трајковић)

Изјава 2.

ИЗЈАВА О ИСТОВЕТНОСТИ ЕЛЕКТРОНСКОГ И ШТАМПАНОГ ОБЛИКА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

Наслов дисертације: Почети таблоидног новинарства у Србији: студија случаја
крагујевачког листа *Одјек Шумадије*

Изјављујем да је електронски облик моје докторске дисертације, коју сам предао/ла за
уношење у Дигитални репозиторијум Универзитета у Нишу, истоветан штампаном
облику.

У Нишу, децембра 2025.

Потпис аутора дисертације:



(Јована Ј. Трајковић)

Изјава 3.

ИЗЈАВА О КОРИШЋЕЊУ

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Никола Тесла“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Нишу унесе моју докторску дисертацију, под насловом:

Почеци таблоидног новинарства у Србији: студија случаја крагујевачког листа *Одјек Шумадије*

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском облику, погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију, унету у Дигитални репозиторијум Универзитета у Нишу, могу користити сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons), за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство (CC BY)
2. Ауторство – некомерцијално (CC BY-NC)
3. Ауторство – некомерцијално – без прераде (CC BY-NC-ND)
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)
5. Ауторство – без прераде (CC BY-ND)
6. Ауторство – делити под истим условима (CC BY-SA)

У Нишу, децембра 2025.

Потпис аутора дисертације:



(Јована Ј. Трајковић)