

Stilovi i struktura članka u internacionalnom novinarstvu

0-3 Čemu uopšte internacionalne konvencije?

- Svaka kultura/jezik ima sopstvene prihvaćene standarde i konvencije pisanja za štampu.

Na primer, u nekim kulturama i u nekim jezicima, uobičajeno je da se najvažnija informacija stavi na kraj članka, kao "završnica" koja na kraju treba da probudi čitaoca i unese element iznenađenja. Ali druge kulture rade obrnutim redosledom, pa ključne informacije stavljaju na početak.

- Ali, u internacionalnim okvirima, potrebne su međunarodno prihvaćene konvencije da bi se ljudi iz različitih kultura osećali komotno sa tekstom.
- Ne zaboravite: ne pišete za svog komšiju; pišete za ljude u Južnoj Africi, Portugalu, Tajlandu, Brazilu i Nebraski.

3-8 Zar to nije nametanje stila jedne kulture?

- Na neki način, da. Standardi i konvencije koje ovde nazivamo "internacionalnim" potiču iz anglo-saksonske, ili anglo-američke, tradicije.
- Ali, za to postoje dublji razlozi od kulturnog imperijalizma:
 - Jezik koji je danas u najširoj upotrebi u svetu jeste **engleski**, a ta činjenica proizvodi kako tematska, tako i lingvistička očekivanja.
 - Neki aspekti međunarodnog novinarstva (postavljanje najvažnijih delova na početak, na primer) u opticaju su zato što citalacku publiku za mnoge internacionalne publikacije (na primer, Economist, IHT) pretežno čine **poslovni ljudi i učesnici u internacionalnim dešavanjima**, ljudi kojima je potrebno da pročitaju dosta toga svakog dana. Oni nemaju vremena za čitanje kompletnih članaka i često sebi mogu da priušte samo nekoliko prvih redova.
- Posebna napomena: ovde nije u pitanju vrednosni sud. Nijedan od ovih stilova nije bolji ili gori. Govorimo samo o onome na šta je internacionalna publika naviknuta.
- Činjenica je da čitaoci danas imaju određena očekivanja u pogledu internacionalnih publikacija koja nemaju kada pristupaju svojim lokalnim, regionalnim i nacionalnim publikacijama.
- Što se tiče korišćenja internacionalnih stilova u vašim lokalnim publikacijama, sami morate odlučiti šta je vredno zadržavanja, a šta ne. Odaberite i promešajte.

Četiri osnovna stila

Postoji više različitih stilova pisanja članaka, ali četiri od njih su međunarodno i najšire priznati:

1. Vest
2. Novinska analiza
3. Reportaža
4. Komentar

8-11 Vest

- Kvaliteti:
 - Potpuni pregled činjenica
 - Obilje detalja
 - Odsustvo ličnog mišljenja
 - Obično vremenski limitirano, mora da bude sveže
- Teorijski, obične vesti je lako pisati
- U praksi, to može biti prilično teško
 - Previše činjenica (izbaciti nešto?)
 - Redosled činjenica (prvo ono najvažnije)
- Napomena: IWPR nije novinska agencija, mada povremeno puštamo članke koji su vesti.

11-20 Novinska analiza

- Kvaliteti:
 - Ide dublje od samih činjenica
 - Objašnjava događaje i postavlja ih u kontekst
 - Ima stav, zasnovan na činjenicama
 - Mora biti informativnae i balansirana

- Objektivnost i balans su od najvećeg značaja:
 - Nema ličnog mišljenja
 - Ono o čemu se govori moraju biti činjenice
 - Za činjenice moraju biti navedeni izvori
 - Analiza bi trebalo da bude zasnovana na ovim činjenicama
 - Ako citirate izvor koji iznosi jedno mišljenje, morate izneti i suprotan stav iz drugog izvora.

- Detalji:
 - Vreme je važno: navedite KADA u prvom ili drugom pasusu
 - Pisano u trećem licu
 - Kratke rečenice i pasusi
 - Često po jedna rečenica u pasusu
 - Najviše 25 reči (20 za uvod) po rečenici
 - Ponekad duže u reportažama
 - Po jedna ideja u pasusu
 - Izbegavajte "zid teksta" (izlomiti tekst na krace paragrafe)
 - Precizni datumi (ne "prošle nedelje" već "15.jula")
 - Stil obrnute piramide: najvažnije činjenice na vrhu, najmanje važne na dnu

- Napomena: analiza vesti je dominantni stil IWPR-a.

20-23 Reportaža

- Kvaliteti:
 - Evokativni tekst
 - Priča se priča
 - Tekst je živopisan, sa dosta kvalitetnih opisa
 - Obično malo duži (1500-2000 reči)
- Reportaža dovodi čitaoca na lokaciju na kojoj se priča odvija, kao da čitalac posmatra stvari očima novinara.
- Iz ovog razloga, uvod je ključni element. Uvod reportaže treba da:
 - Uhvati raspoloženje.
 - Proizvede sliku i zagolica maštu.
 - Odmah prenese čitaoca na lokaciju.
 - (više o uvodnicima kada dođemo do strukture)

23-31 Mišljenje/komentar

- Često se pogrešno shvata
- Šta nije:
 - Nije mesto na kom ćete besneti
 - Nije mesto na kom ćete jednostavno pisati o onome što osećate
 - Nije mesto za emocije
- Tekst koji iznosi mišljenje/komentar treba:
 - Da govori nešto važno
 - Da razvije ubedljiv argument
 - Da bude u stanju da podnese kritiku poznavaoaca teme
 - Da bude dobro napisan

- Da pokaže jasno da čitalac sluša glas određenog autora
- Svaki tekst treba:
 - Da poseduje prepoznatljiv glas i lični stil
 - Da bude zasnovan na pažljivom istraživanju, analizi i proceni
 - Da se fokusira na jednu temu
 - Da prezentuje nove uvide na živ, čak i kontroverzan način
 - Da stimuliše čitaoce da razmišljaju i sagledaju temu iz novog ugla
 - Da pokazuje, više nego što govori.
 - Da koristi primere i priče umesto da suočava čitaoca samo sa mišljenjima
 - Da se fokusira na samo pitanje, a ne na iskustva pisca.
 - Da bude konzistentan u tonu (izaberite jedan glas i držite ga se).
- Tekst koji je mišljenje/komentar može biti formalan ili neformalan, zavisno od teme.

Struktura članka: tri dela članka

Svaki članak ima tri dela:

1. Uvod
2. Telo
3. Zaključak

31-36 Uvod

- Uvod je prvi pasus koji otvara članak
- **Cilj:**
 - Da se odmah pridobije pažnja čitaoca
 - Da se čitava priča ispriča u jednoj, kratkoj rečenici
- **Dva tipa uvoda:**
 - **Sažetak u uvodu**, tipičan za analizu vesti, sažima najvažnije činjenice priče i zahvata najveću moguću količinu informacija:

Posle potere kolima kroz Budvu, policija je juče uhapsila četrdesetpetogodišnjeg novinara i optužila ga za prekoračenje ograničenja brzine i opiranje hapšenju.
 - **Anegdotski uvodi**, tipični za reportaže, koriste priču ili neku boju da bi zainteresovali čitaoca i fiksirali ton teksta:

Šesnaestogodišnji Petrisor Lazar ima lice četrdesetogodišnjaka – umorno, iscrpljeno, razočarano. Naporno radi po čitav dan i deo noći u jednoj privatnoj garaži u blizini Bukurešta.
- Još tipova uvoda možete pronaći na sajtu IWPR

36-41 Telo

- Sav materijal unutar članka treba da bude **objedinjen** i da se odnosi na istu temu.
- Struktura se mora **disciplinovati**:
 - Pisac slika sliku
 - Nebitne informacije će oterati čitaoca.
- Svaki pasus treba da **logički sledi** iz prethodnog tako da čitalac može pratiti narativ.
- Tok članka može biti ugrožen **uobičajenim greškama**; izbegavajte sledeće:
 - dupliranje/ponavljanje
 - dugačke citate
 - nevažne informacije
- Ukupna struktura teksta **ne mora biti linearna** (možete koristiti kratke prekide, na primer)
- Ipak, uopšteno uzevši, ukupna struktura članka može biti ili **hronološka** ili se može razvijati oko **teme**
- Ako niste sigurni, opredelite se za hronologiju: **vreme je često najbolji pokretač** vaše priče

41-44 Zaključak članka

- Kraj
- To nije trenutak za nove informacije
- Podsetite čitaoca zašto je ova priča važna
- Dajte čitaocu osećaj da je krug zatvoren
- Ostavite čitaoca sa jednom značajnom mišlju
- Vaša poslednja prilika da ostavite trajan utisak

44-45 Pregled ovog časa:

- Internacionalne konvencije postoje zato što internacionalna publika ima određena očekivanja.
- Obuhvatili smo četiri tipa članka: vest, analizu vesti, reportažu i mišljenje/komentar.
- Obuhvatili smo tri dela članka: uvod, telo i zaključak.

45-50 Diskusija i pitanja

- Na koji način se lokalni stil razlikuje od internacionalnih stilova i struktura?
- Pitanja iz publike?