

Humor u medijima: portal Newsbar kao studija slučaja

Šulj, Moris

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:233310>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

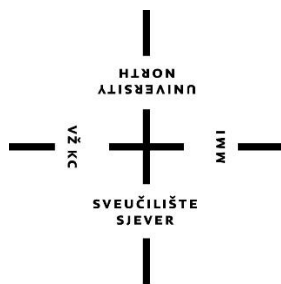
Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 151_NOV_2019

Humor u medijima: portal Newsbar kao studija slučaja

Student

Moris Šulj, 1421/336

Koprivnica, rujan 2019. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Humor u medijima: portal Newsbar kao studija slučaja

Student

Moris Šulj, 1421/336

Mentorica

Irena Radej Miličić, doc. dr. sc.

Komentorica

Gordana Tkalec, doc. dr. sc.

Koprivnica, rujan 2019. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

STUDIJ preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo

PRISTUPNIK Moris Šulj

MATIČNI BROJ 1421/336

DATUM 1. rujna 2019.

KOLEGIJ Mutimedijsko pripovijedanje

NASLOV RADA Humor u medijima: portal Newsbar kao studija slučaja

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Humor in the media: a case study of Newsbar portal

MENTOR Irena Radej Miličić, Gordana Tkalec

ZVANJE doc. dr. sc.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. Željko Krušelj, doc. dr. sc.
2. Iva Matija Bitanga doc. dr. sc.
3. Gordana Tkalec, doc. dr. sc.
4. Lidija Dujčić, doc. dr. sc.
- 5.

Zadatak završnog rada

BROJ 151_NOV_2019

OPIS

Rad se, uz uvod i zaključak, sastoji od teorijskog i praktičnog dijela. U teorijskom dijelu ispituju su konceptualni ishodi smiješnoga, moralnost humornih formi i različiti autorski pristupi teoriji humora. U praktičnom dijelu istražuje se portal Newsbar kao cjelina i potom pojedinačno neke od njegovih satiričnih emisija, te podvrgavaju analizi.

U radu je potrebno:

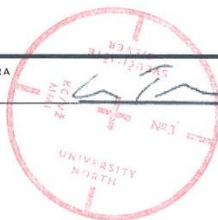
- 1) Izložiti problematiku smiješnoga
- 2) Osvrnuti se na specifičnosti humora i njegove uloge u medijima
- 3) Istražiti kako se Portal Newsbar odnosi prema načelima satiričnog humora.
- 4) Analizirati pojedine emisije Newsbara
- 5) Izložiti zaključne opservacije.

ZADATAK URUČEN

13.9.2019.

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SJEVER



Predgovor

Masovni mediji neizostavan su dio naše svakodnevice, koristimo ih na dnevnoj bazi za široki raspon aktivnosti i obaveza čije obavljanje karakteristike ovih medija znatno olakšavaju. Internet je zasigurno najzastupljeniji i najnapredniji medij današnjice stoga je logično da je upravo internet platforma na kojoj se masovne komunikacije u najvećoj mjeri odvijaju. Veliki dio ove komunikacije temelji se na odnosu između kreatora sadržaja i konzumenta sadržaja, a u ovom slučaju mislim na specifičan odnos između novinara i čitatelja novinarskih portala.

Internetsko novinarstvo ima brojne karakteristike koje ga čine superiornijom formom u odnosu na tiskovine: arhiviranost, multimedijalnost, interaktivnost, tzv građansko novinarstvo (blogovi) i mogućnost povezivanja sličnih ili povezanih tema preko poveznica. Zasigurno je najveća prednost *online* novinarstva multimedijalnost – mogućnost da uz određeni tekst novinar priloži i odgovarajuću građu kao što su fotografije ili video zapisi u velikoj mjeri doprinosi obrađivanoj temi. Čitatelj ima mogućnost na jednom mjestu dobiti sve informacije u različitim multimedijalnim oblicima i tako biti u potpunosti informiran o određenoj temi. Dodatno, mogućnost povezivanja sličnih tema poveznicama omogućuje svakom čitatelju koji želi znati više i dodatno se informirati da brzo i jednostavno nastavi prikupljati željene informacije. Interaktivnost interneta kao medija u novinarskom je svijetu brzo postala neizostavan dio svakog novinarskog portala – čitatelji na dnevnoj bazi komentiraju, ocjenjuju i vode rasprave o raznim temama preko komentara koje je moguće ostaviti na gotovo svakom tekstu. No, ova sloboda izražavanja ponekad ima i negativne posljedice, čitatelji prozivaju i vrijeđaju novinare ili ulaze u međusobne rasprave koje često prerastu u vrijeđanje. Valja spomenuti i arhiviranost, koja je povezana s ranije navedenom mogućnošću povezivanja tema. Naime, kada se vijest objavi na tiskovini, ona je čitatelju dostupna svega nekoliko dana prije nego se „izgubi“. Na internetu je situacija potpuno drugačija, novinarski portali imaju ogromnu količinu arhiviranih vijesti, koje su čitatelju dostupno svakodnevno i kojima može brzo i jednostavno pristupiti upiše li odgovarajuće pojmove u tražilicu. Uzevši sve ovo u obzir, možemo zaključiti da masovni mediji igraju veliku ulogu u našim životima pa je tako svaki njihov element vezan uz naš svakodnevni život – uključujući i humor, koji sam u ovom radu istražio i analizirao.

Sažetak

Zadatak ovog završnog rada bio je prikazati primjere kvalitetnog humora i satire na internetskom portalu NewsBar, a zatim ih usporediti sa standardnim primjerima novinarskog objavljivanja na domaćim portalima kao što su Index.hr, 24sata.hr i Jutarnji.hr. Kako bih mogao adekvatno prikazati i objasniti ove primjere, prvi korak bio je detaljno razrađivanje svih elemenata humora, komedije i smijeha. Ovaj rad možemo podijeliti u dvije veće faze: faza prikupljanja informacija i činjenica na temelju stručne literature i faza analiziranja kako se te informacije koriste u praksi.

Prva faza obuhvaća sljedeće: objašnjenje komičnog općenito, prikaz i razrada fenomena komičnog koji obuhvaća teorije humora, fenomenologiju vica i u najvećoj mjeri ironiju. Zatim sam se dotaknuo pitanja moralnosti komedije i kako moralne norme utječu na samu komediju te zašto su upravo moralne norme važne kada govorimo o humoru u medijima. U nastavku sam detaljno analizirao fiziološke i psihološke aspekte smijeha, odgovorio na pitanje zašto se smijemo te proučio kako su stručnjaci na smijeh gledali kroz povijest. Također sam se osvrnuo na trenutak za komično, u kojem sam objasnio važnost odabira pravog trenutka za komediju.

Druga faza rada fokusirala se na praktičnu primjeru: ovdje sam objasnio koja su znanja i vještine potrebne pojedincu kako bi uspješno nasmijao svoju publiku, a zatim sam te principe primijenio na analiziranju tekstova objavljenih na portalu NewsBar. Za studiju slučaja odabrao sam pet tematski različitih tekstova s ovog portala i svaki pojedinačno analizirao koristeći se ranije navedenim činjenicama kako bih objasnio što ih čini efektnima. Rad sam završio sumiranjem svega navedenog i kratkim objašnjenjem zašto sam odabrao baš NewsBar portal kao ogledni primjer.

Ključne riječi: humor, komedija, ironija, mediji, NewsBar portal

Summary

The object of this final thesis was to show good examples of humour and satire published on the journalistic website NewsBar and then compare those examples with what is considered standard journalism, as shown on journalistic websites such as Index.hr, 24sata.hr and Jutarnji.hr. In order to adequately present and analyze these examples, I first had to explore and explain many different elements of humor, comedy and laughter. This thesis can be divided into two phases: The first phase is collecting data and facts based on professional literature and the second phase is exploring how those facts are applied in praxis.

The first stage of this final thesis consists of: explaining the meaning of comic in general, explanation and elaboration of the comic phenomenon, the phenomenology of a joke and the biggest part of this stage; explaining and analyzing irony. Once I was done with that part, I moved on to exploring the problem of morality in comedy and how moral norms can affect comedy, keeping in mind the fact that I am writing about humour and comedy in the media, where moral norms are very important. I then moved on to analyzing the physiological and psychological aspects of laughter while answering the question „Why do we laugh?“. I also studied different ways of analyzing laughter throughout history. The last part of the first stage was exploring the aspect of time and timing in comedy, in which I explained the value of choosing the right moment for comedy.

The second stage of this final thesis was based on analyzing all of the aforementioned elements in praxis: I explained what kind of knowledge and skill is necessary in order to make someone laugh and then I applied those principles to my analysis of texts published on the journalistic website NewsBar. I chose five thematically different texts for this case study and then went on to analyze each of them using the knowledge I acquired during the first stage of this thesis. I finished my thesis by summarising everything I've gathered and learned during the process of writing this paper and giving a brief explanation as to why I chose the journalistic website NewsBar as the subject of my case study.

Key words: humour, comedy, irony, media, journalistic website NewsBar

Sadržaj

1. Uvod	1
2. O komičnom općenito	3
3. Fenomen komičnog	5
3.1. Tri teorije humora	6
3.2. Fenomenologija vica	7
3.3. Ironija	8
4. Moralnost komedije	10
5. Zašto se smijemo?	11
5.1. Smijeh kroz povijest	12
5.2. Smijeh danas	13
5.3. Nesvjesni smijeh	14
5.4. Smijeh kao eksplozija izražena tijelom	15
5.5. Trenutak za komično	15
6. Umjetnost nasmijavanja	17
7. Humor u medijima – NewsBar portal	18
7.1. „Messi i Nevidljivi čovjek“	19
7.2. „Propast Hrvatske“	22
7.3. „Bandić, štandovi i Medo“	25
7.4. „Beskućnica Nives“	26
7.5. „Sam u kući“	28
8. Zaključak	29
9. Literatura	31
10. Popis slika	33

1. Uvod

Cilj ovog završnog rada je navesti, opisati i analizirati temeljne elemente humora te sagledati na koji se način svi ti elementi koriste u današnjim medijima, točnije kako se humor koristi u prikazu medijskog sadržaja. Na primjeru portala NewsBar objasnit ću zašto je humor nezaobilazna komponenta u mnogobrojnim medijskim sadržajima današnjice. Najbolji način na koji se to može učiniti je tako da kroz nekoliko glavnih poglavlja prikazem međusobnu povezanost elemenata humora, koji zajedno tvore smislenu cjelinu teorije smiješnoga. Dio ovog rada bit će namijenjen poglavljima koja govore o načinima na koje ljudi koriste poznavanje teorije humora i smijeha kako bi svoju publiku potaknuli na smijeh te na zabavan način prikazali željeni medijski sadržaj. Prije svega, analizirat ću samo značenje riječi humor i njenog podrijetla. Humor je oblik zabave i vid ljudske komunikacije sa svrhom da nasmije ljude i učini ih sretnim. To je sposobnost da svojim postupcima, riječima ili djelima potaknemo smijeh i zabavimo druge. Riječ humor dolazi od riječi humoralna medicina, koja se koristila u antičkoj Grčkoj. Znanstvenici koji su proučavali humoralnu medicinu smatrali su da je za zdravlje i emocionalnu stabilnog svakog čovjeka potrebna ravnoteža tjelesnih tekućina u ljudskom tijelu. Te tekućine zvale su se humori (lat. humor – tjelesna tekućina). Ljudi svih uzrasta i kulturoloških pozadina reagiraju na humor. Većina ljudi sposobna je prepoznati i reagirati na humor – smijehom ili nekom drugom gestom i zato se smatra da imaju smisao za humor. Gledano s teoretskog stajališta, osoba koja nema smisao za humor svaki bi oblik humora smatrala neprimjerenim, čudnim pa čak i iracionalnim. Važno je spomenuti da je smisao za humor zapravo subjektivan, iako je utvrđeno i kako je u značajnoj mjeri društveno uvjetovan: raspon onoga što se smatra humorističnim ili komičnim ovisi o brojnim čimbenicima kao što su geografska lokacija, kultura, zrelost, razina obrazovanja, inteligencija ili kontekst. Primjer koji dokazuje navedenu tvrdnju možemo naći u svakodnevnom životu. Djeca obično najbolje reagiraju na tzv. *slapstick* komediju, koja ne zahtijeva veliku razinu obrazovanja ili predznanja o određenoj temi, već se temelji na pretjeranoj fizičkoj aktivnosti koja prelazi granice normalne fizičke komedije. Kao suprotan primjer naveo bih satiru, koja se smatra sofisticiranijom formom humora jer od publike zahtijeva određeno predznanje i shvaćanje njezinog socijalnog značenja ili konteksta kako bi bila smiješna.

Važno je spomenuti i na koju ću se literaturu oslanjati prilikom prikaza teorije humora kako bih najbolje razjasnio sve međusobno povezane elemente komičnog i humorističnog koji se spajaju u jedinstvenu formu u sadržaju objavljenom na internetskom portalu NewsBar.

Prilikom proučavanja opće teorije humora najveći oslonac bile su mi knjige *O humoru* Simona Critchleya iz 2007. godine i nešto starija, iako i dalje izrazito pronicljiva i relevantna knjiga Henrika Bergsona iz 1907. *Smijeh. O značenju komičnog* te knjiga Fadila Hadžića iz 1998. *Anatomija smijeha*. Koristeći se ovom literaturom objasnio sam pojmove kao što su komično, fenomen komičnog, teorije humora, fenomenologija vica i ironija. Proučavanju ironije odlučio sam posvetiti više prostora u radu jer smatram da je veliki dio medijskog sadržaja portala NewsBara. U ovom segmentu rada poslužio sam se knjigom Milivoja Solara *Predavanja o lošem ukusu* iz 2004. godine. Kako bih objasnio točan razlog zašto se ljudi smiju, kako do smijeha dolazi i što sve točno smatramo komičnim, uz navedenu literaturu osvrnuo sam se na sljedeće: Stručni rad *Smijeh kao lijek* iz 2003. godine, čiji su autori Blažo i Tatjana Mašanović i izvorni znanstveni članak „Određenje čovjeka. Uz esej Zdenka Vernića Sveti Smijeh“ Branka Bošnjaka iz 1994. godine. Koristeći se navedenom literaturom iznio sam sve važne elemente humora i komedije, uključujući socijalne i emocionalne efekte koje isti stvaraju. Iako nije nužno vezana uz samu teoriju i terminologiju humora i komedije, osvrnuo sam se i na knjigu *Seinfeld i filozofija [knjiga o svemu i ničemu]* koju je uredio William Irwin kako bih proučio moralnost komedije.

2. O komičnom općenito

Prije analize humora, njegovih elemenata i podvrsta te načina na koji se isti koristi u današnjim medijima, nužno je objasniti nešto o komičnom općenito. U svojoj knjizi *Smijeh. O značenju komičnog* Henri Bergson iznio je zapažanja koja se odnose na mjesta na kojima trebamo tražiti komično: „Razumna, na svoj način, čak i u svojim najvećim zastranjivanjima, metodična u svojoj ludosti, sanjalačka, priznajem, ali koja u snu oživljava vizije što ih odmah prihvaća i shvaća cijelo društvo, kako nas komična fantazija ne bi poučila i o načinu djelovanja ljudske mašte, osobito društvene, kolektivne, narodne mašte? Potekla iz stvarnog života, srodna umjetnosti, kako nam i ona ne bi rekla svoje o umjetnosti i životu?“ (Bergson 1987: 10).

Ovdje Bergson povlači zanimljivu paralelu između komičnosti i mašte, naglašavajući da jedno ne može bez drugoga. Komedija zahtjeva određenu dozu mašte i domišljatosti kako bi bila utjecajna, a ljudska maštovitost je veliki dio naših života i jedan od karakterističnih faktora svakog pojedinca. U nastavku piše o tri točke komičnog. Prva točka odnosi se na društveni aspekt komičnog. U ovom segmentu Bergson izdvaja zanimljivu misao; smijeh nema većeg neprijatelja od emocije. Nastavlja objašnjenjem socijalne situacije u kojoj bismo se mogli smijati osobi koja u nama pobuđuje sažaljenje ili naklonost: „Komično zahtjeva neku vrstu trenutne anestezije srca ako želi proizvesti potpuni učinak. Ono se obraća čistom duhovnom biću. Ali to duhovno biće mora ostati u dodiru s drugim duhovnim bićima. Čovjek ne bi mogao uživati u smiješnom da se osjeća osamljen. Koliko puta je već rečeno da se publika u kazalištu smije glasnije ako je dvorana punija? Koliko puta je također isticano da su komični efekti neprevedivi s jednog jezika na drugi, jer su povezani s običajima i shvaćanjima pojedinog društva? Da bismo razumjeli smijeh, treba ga smjestiti u njegovu prirodnu okolinu, a to je društvo; smijeh mora imati društveno značenje“ (Bergson 1987: 11-13).

Društveni aspekt komedije zasigurno je najprepoznatljiviji – ljudi se često nalaze u situacijama u kojima zbog različitih razloga posežu za humorom ne bi li olakšali, ublažili ili promijenili svoje ili tuđe raspoloženje.

Druga točka govori o slučajnom, iznenadnom djelu komičnog. Glavnu misao ovog segmenta možemo sažeti na sljedeći citat: „Kad određeni komični efekt izlazi iz određenog uzroka, efekt nam se čini utoliko smješnijim ukoliko prirodnijim smatramo uzrok. Smijemo se već i rastresenosti koju nam pokazuju obično činjenicu. Još smješnija bit će rastresenost koja je rođena i razvijala se pred našim očima, čiji uzrok poznajemo i čiju povijest možemo rekonstruirati“ (Bergson 1987: 16).

Važnu ulogu u svakom komičnom efektu igra faktor trenutka za komično, a pravilna manipulacija i kontrola nad tim faktorom u većini slučajeva rezultirat će uspješnijom komedijom. Ovu ću problematiku detaljnije odraditi u petom poglavlju.

Treća točka fokusira se na fizičku komediju. Bergson ovdje analizira korelaciju između ružnog i komičnog i postavlja pitanje po čemu se točno komično razlikuje od ružnog te kada je društveno prihvatljivo smijati se nečemu ružnom. Ovdje dolazi do zakona: Može postati komična svaka nakaznost koju bi normalno građen čovjek mogao oponašati. Misao zaokružuje riječima: „Efekt je to komičniji što mu prirodnije možemo odrediti uzrok. Automatizam, krutost, stečena i zadržana navika, eto čime nas neka fizionomija navodi na smijeh. A taj efekt postaje još jači kad ova svojstva možemo povezati s nekim skrivenim uzrokom, s određenom temeljnom rastresenošću osobe, kao da je duša dopustila da je općini, da je hipnotizira materijalnost neke jednostavne radnje. Shvatit ćemo dakle i komiku karikature“ (Bergson 1987: 23).

Kao najbolji primjer fizičke komedije naveo bih američki komični trio poznat kao „Three Stooges“, grupu zabavljača i komičara koji su od 1922. do 1970. bili na američkoj sceni. Najpoznatiji po svojim kratkometražnim filmovima u sklopu tvrtke Columbia Pictures, Three Stooges godinama su nasmijavali američku publiku gotovo isključivo koristeći samo fizičku komediju.

3. Fenomen komičnog

U svojoj knjizi *Anatomija smijeha* Fadil Hadžić opisao je komplicirani proces koji se odvija u svijesti svakog pojedinca kada se susretne s nečim što bi se moglo smatrati komičnim: „Smijeh nije ono što vidite na licu čovjeka, nije ni kikut koji čujete. Ono što vidite i čujete samo je krajnji ishod procesa u čovjekovoj svijesti o kojem ćemo ovdje govoriti. Kao svi čovjekovi postupci i smijeh nije slučajan, čak i kada "iznenada prasne". Njemu prethodi niz ranijih prosudaba koje povezane (složene) u pamćenju završavaju smijehom. Smijeh nije izazvan onim što ste tog trenutka vidjeli ili čuli, nego i svim onim saznanjima koja ste već imali o "motivu" humora. Smijeh, dakle, koliko god djelovao spontano, ima svoj proces razvoja iz ranijih spoznaja“ (Hadžić 1998: 7).

Nastavlja navođenjem svih čimbenika koji utječu na shvaćanje komičnog kod pojedinca: „Ovo se najbolje objašnjava činjenicom da potpuno isti komični povod nije svakom čovjeku na isti način smiješan. Prethodno životno iskustvo, poznavanje teme i motiva koji su povod smijeha i posebice kvocijent inteligencije, sve zajedno, utječe na to hoće li čovjek brže i spontanije shvatiti komičnost prizora. Treba, ipak, uzeti u obranu i one koji se ne smiju spontano i otvoreno, jer ni svi komični povodi ne moraju biti svakom jednako smiješni. Postoje vrste lakšeg, prizemnijeg humora koji zbog svoje jednostavnosti prihvaća samo ista razina slušatelja. Komične poruke, ovisno od osobne rafiniranosti, obrazovanja i ukusa, neki primaju, a drugi odbacuju“ (Hadžić 1998: 8).

Svi ovi čimbenici upućuju na isto – humor je prije svega subjektivan. Svaki pojedinac ima drugačije životno iskustvo i prethodno poznavanje teme koja se koristi kao povod smijeha, a čak i ako više pojedinaca dijeli jednaka iskustva i znanje, njihove reakcije na humor će i dalje varirati. Upravo zato je problematika komičnog područje koje se toliko istražuje i neprestano mijenja i razvija. Ne postoji neka „univerzalna shema“ komedije prema kojoj bi svaki pojedinac mogao osmisliti vic ili neku drugu komično formu koja bi s jednakom brzinom i efektom nasmijala sve slušatelje.

U nastavku govori i o dva glavna zadatka fenomena komičnog: „Jedan je svakako "higijenski", on čisti našu dušu, a drugi je "obrambeni", jer nas štiti od životnih nevolja i društvene sile. Humor negira postojeće krute kanone, da bi afirmirao i potvrdio ono kristalno, ljudsko, što sprječava da čovječanstvom potpuno ne zavladaju sile mraka i mržnje. Humor je jedini ravnopravan protivnik samo humor. Dok se razum najčešće ponovno prilagođava stvarnosti, humor se prkosno izmiče. To je optimistički pogled na svijet, ali dovoljno kritičan da se u tom "lebdećem stanju" ne uspavamo. Humor ne sakriva neugodne činjenice da bi nam bilo ljepše, već nas bodri da se bolje suočavamo sa svakodnevnim preprekama. No, i sam humor ima svoju "policiju", koja se zove satira. Ona "kažnjava" ismijavajući bahatost, nasilnost, nemoralnost, licemjernost, sve ono što kvari ljudske odnose. Humor ima jedinstvenu svrhu, on stvara iluziju besmisla u kojem smo svi "ravnopravni u vicu".“ (Hadžić 1998: 10). Ovdje Hadžić na slikoviti način govori o općepoznatoj činjenici da je humor neophodan dio sretnog i ispunjenog života. Humor je ono za čime posežemo dok nam je potreban bijeg iz svakodnevice. Kada nam je nešto smiješno, ne ispitujemo logičnost ili realnost te pojave već samo uživamo u bijegu od stvarnosti koju nam komedija dopušta.

3.1. Tri teorije humora

Iako je humor obično forma reakcije na određene situacije ili događaje koja naizgled nema nikakvu strukturu, u njemu možemo raspoznati različite teorije. Na tom je tragu Critchley u knjizi *O humoru* napisao sljedeće: „U literaturi nalazimo na mnoga tumačenja smijeha i humora, a John Morreall uspješno ih je sažeo u tri teorije: teoriju superiornosti, teoriju olakšanja i teoriju inkongruentnosti. Prema prvoj teoriji koju zastupaju Platon i Aristotel smijemo se zbog osjećaja superiornosti nad drugim ljudima, zbog iznenadna blaženstva koje potječe od iznenadne predodžbe neke izvrsnosti u nama i to usporedbom sa slabostima drugih ili s našom prijašnjom. Smijeh je ona strast koja nema imena, koja bi bila zabranjena kreposnim čuvarima Platonova zamišljenog filozofskog grada. Ova teorija dominirala je filozofskom tradicijom do 18. stoljeća. Teorija olakšanja smijeh objašnjava kao oslobađanje nervozne energije. Prema Freudovoj knjizi *Vic i njegov odnos prema nesvjesnome* iz 1905. energija oslobođena i ispražnjena u smijehu donosi ugodu zato što štedi energiju koja bi inače bila utrošena za obuzdavanje ili potiskivanje psihičke aktivnosti. Teorija inkongruentnosti tumači da humor proizlazi iz doživljaja

nepodudarnosti onoga što znamo ili očekujemo s onim što se uistinu dogodi u vicu, dosjetki, pošalici ili besmislici“ (Critchley 2007: 13).

Sve tri teorije potvrđuju moju raniju izjavu da je područje komedije iznimno kompleksno i promjenjivo. Svaka od ovih teorija daje specifično gledište na istu pojavu, a svaki od autora je analizira koristeći se svojim subjektivnim obujmom stečenog znanja i iskustva. Dakle, svaka teorija, iako na prvi pogled objektivna, na neki način podilazi subjektivnim impresijama i iskustvima svojih autora.

3.2. Fenomenologija vica

Kao najjednostavnija, a ujedno i najefektivnija forma humora u mnogim kulturama, vic je neizostavan dio komedije. Njime se služe svi slojevi društva u najrazličitijim kulturama i vremenskim razdobljima, a on uvijek ima jednaku svrhu – nasmijati slušatelja ili slušatelje.

Dublju analizu njegove fenomenologije predstavio je Simon Critchley: „Pričanje viceva osebujan je i smislen običaj koji i publika i pripovjedač vica prepoznaju kao takav. To je svojevrstan društveni ugovor, odnosno sporazum o društvenom svijetu u kojem živimo kao implicitnoj pozadini vica. Da bismo inkongruentnost, nepodudarnost vica doživjeli kao takvu, mora postojati kongruentnost i podudarnost između strukture vica i društvene strukture – bez društvene kongruentnosti nema komične inkongruentnosti. Ako nema podrazumijevanog podudaranja, vjerojatno neće doći do smijeha, što se može doživjeti pri neuspjelom pričanju vica na stranom jeziku. Dakle, kada slušamo vic, pretpostavljamo zajednički društveni svijet, čijim će se oblicima običaj pričanja viceva poigrati“ (Critchley 2007: 15).

U svakodnevnom životu možemo vidjeti posljedice nepodudaranja između strukture vica i društvene strukture, a kao poprilično banalan primjer možemo uzeti situaciju koja se često prikazuje u komedijama – neprimjereni vicevi i dosjetke u pogrešnim situacijama. U britanskoj komediji iz 2007. godine *Smrt na sprovodu* možemo vidjeti više takvih primjera, gdje likovi očito ne nalaze podudaranje između vica i društvene strukture.

3.3. Ironija

Kada govorimo o fenomenu komičnog, ironija je neizostavna. Često smatrana superiornijom formom humora, ironija je „alat“ kojim rijetki vješto barataju, a mnogi neuspješno pokušavaju. Više o ovoj kompleksnoj formi komedije možemo naći u Hadžićevoj *Anatomiji smijeha*: „Ironija je najčešće dvosmislena i gotovo obvezatno sumnjičava. Ona se demonstrira riječju, grimasom ili pogledom. Na sva tri načina dobro obavlja svoju ulogu skrivajući žalac iza prividnog mira. Ona ima više slojeva i svoje misli rijetko do kraja izrekne, a kad izaziva otvoren smijeh, prešla je svoje granice. Uglavnom prebiva u literaturi, ponekad u govorničkoj vještini, a manje u usmenoj dosjetki (vicu). Ironija i ne želi konkurirati vicu koji brže obavlja svoj posao, ali se mudra ironična izreka duže pamti. U svijetu komičnog ironija ima ulogu diplomacije. *„Ja znam što mislim, ali moram dobro razmisliti – da li da kažem to što mislim.“* – reći će iskusni diplomat. Očito je blaga ironija najrafiniraniji način pokazivanja zuba protivniku. Mudar ironičar umiljato obilazi prepreke, ali pritom ne prešućuje istine. Ironija pristaje da ju se shvati kao naivnu kako bi onda neugodno iznenadila. Za razliku od humora ironija, čak i kad je najnevinija, ima izrazito kritički karakter i znak je duhovne superiornosti. Istinska ironija bdi nad humorom pazeći da ne podleigne opasnostima lakog, zabavljačkog – smijeha zbog smijeha“ (Hadžić 1998: 13, 33).

Kada se govori o ironiji, važno je spomenuti u kakvom je stanju današnja, suvremena ironija. Ovdje bih se osvrnuo na predavanje Milivoja Solara o lošem ukusu, u kojem se dotiče suvremene ironije i utjecaja medija na nju: „Suvremena ironija je, jednostavno rečeno, ironija bez uporišta. Nedostatak ukusa u suvremenoj civilizaciji ironiju je od korisnog alata argumentacije degradirao na gotovo bezvrijednu frazu“ (Solar 2004:110). Solar ovu situaciju objašnjava na jednostavan način: „Nitko, naime, ne poseže za ironijom da bi izrazio što on misli o bilo čemu, nego poseže za ironijom kada drži da je njegovo mišljenje o nečemu bolje od već izloženoga mišljenja drugoga“ (Solar 2004: 111).

Primjere ovoga možemo vidjeti gotovo svakodnevno u medijima. Političari ovo jako često rade kada nemaju adekvatan odgovor ili kada zbog nekog razloga ne žele prenijeti informacije koje se od njih traže. Kao primjer mogu navesti odgovor Radimira Čačića na upit prosvjednika o davanju ostavke 2012. godine. „Sasvim sigurno.“ bio je kratak i jednostavan odgovorom kojim je Čačić prosvjedniku, a i svima ostalima dao do znanja da ih ne poštuje ili ga jednostavno nije

briga dovoljno da ponudi smisleni odgovor.¹ Naravno, iz ove izjave očita je i njegova pretpostavljena superiornost nad prosvjednikom, o čemu Solar govori. Isti primjer možemo primijeniti kako bi potvrdili Solarovu izjavu o trenutnom stanju ironije: „Ironija više nije oruđe za neku svrhu, nije sredstvo osporavanja onoga što bi zbog nekih razloga doista trebalo osporavati, postaje manira stava ne zasnovane nadmoći“ (Solar 2004: 111).

I s ovim se stavom slažem jer sam, kao i mnogi konzumenti masovnih medija, više puta imao priliku vidjeti kako pojedinci posežu za ironijom kako bi izbjegli raspravu ili skrenuli pozornost na drugu točku razgovora na koju su spremni reagirati. Nakon oštre osude suvremene ironije, Solar se okreće kulturi medijskih idola i njenu povezanost s lošom ironijom. Ovaj segment predavanja relativno je kratak i jasan te služi najviše kao uvod u završnicu predavanja; koje povezuje pojmove prezira i ironije. Također spominje važnost mode u cjelokupnom procesu razvoja prezira: “Kada moda diktira ukusom, sve što nije po najnovijoj modi, ubrzo se smatra da nije ukusno, a reakcija je na to uglavnom prezir. Izraz je upravo takvog prezira ono što nazivam lošom ironijom” (Solar 2004: 115).

Solar se dotiče trenutne situacije u medijima, gdje se masa medijskih idola razvila posredstvom masovnih medija koji sve njihove poteze i aktivnosti prenose publici gladnoj takvog sadržaja. Upravo je ta publika sklona preziru ako se na njihove idole gleda ironično. Smatram da je ovdje Solar samo zagrebao površinu problema i fokusirao se na manje bitan segment (lošu ironiju) ove zabrinjavajuće situacije. Živimo u vrijeme masovnih medija koji nas svakodnevno zatrpavaju nevažnim informacijama o realno gledajući nevažnim ljudima koji samo zbog svoje medijske pojave stječu dojam osoba koje bi trebali pratiti. Solar ovu činjenicu samo prolazno spominje tijekom predavanja, smatram da je mogao detaljnije analizirati utjecaj masovnih medija na deformaciju ironije. Imajući na umu da je predavanje održano 2004. godine, kada masovni mediji nisu bili u punom mahu kao danas, mogu razumjeti zašto tome nije pridao puno pažnje. Ova kratka kritika loše ironije i modernih, masovnih medija poslužiti će kao dobar uvod u sljedeće poglavlje rada; pitanje moralnosti komedije.

¹ Bilešić, Romana. *Prosvjednik: Dajete ostavku? Ironični Čačić: Sasvim sigurno.* (<https://www.24sata.hr/news/prosvjednik-dajete-ostavku-ironicni-cacic-sasvim-sigurno-279412>).

4. Moralnost komedije

Kada govorimo o komediji u vremenu kojim dominiraju masovni mediji, često se povlači pitanje moralnosti. Komedija je oduvijek smatrana nemoralnom i niskom u odnosu na tragediju pa se na tragu toga postavlja pitanje: Koja je moralna granica kada komedija prelazi u neku formu društveno neprihvatljivog ponašanja? Kada komična opaska postaje uvreda? Kada karikatura prelazi granicu namjerne i suptilne kritike u vrijeđanje? Kako bih pobliže analizirao ovu granicu, referirat ću se na citat iz knjige Williama Irwina *Seinfeld i filozofija*. U ovoj knjizi autor na primjeru iznimno popularnog američkog *sitcoma* analizira brojna filozofska pitanja, a jedno od njih je upravo moralnost. U nastavku slijedi odlomak iz poglavlja Seinfeld i moralan život: „Čak i najpovršnijem gledatelju Seinfelda trebalo bi biti jasno kako je jedna od glavnih tema serije ispravno ponašanje. U tom smislu je prilično nalik onome što se na televiziji svrstava u žanr „komedije situacije“. Znatan dio komičnoga u takvim emisijama proizlazi iz pokušaja likova da ispravno postupe u situacijama u kojima raspolažu nepotpunim informacijama – i činjeničnim i moralnim informacijama, poput onih koja su istinska moralna načela, što znače moralni pojmovi i tako dalje. To je ono što je komediji zajedničko s dramom i, općenitije s pripovjednim vrstama“ (Irwin 2007: 205).

Kada se kreator komičnog medijskog sadržaja nađe u takvoj situaciji – da raspolaže nepotpunim informacijama, bile one činjenične ili moralne – može doći do objave nemoralnog sadržaja. Neoprezno baratanje humorom u medijima može imati veoma negativne rezultate, bili oni s moralnog ili društvenog stajališta. Upravo zato je važno da medijski kreatori imaju određeno znanje i poznavanje teorije humora i komičnog općenito. Ispravno korišten, humor može ublažiti teške teme, dodatno podići one vesele i na brojne druge načine obogatiti tekst. Uzevši sve ovo u obzir, odabir NewsBara kao primjernog portala za analizu bila je jednostavna odluka. Tekstovi s ovog portala jasno prikazuju da su njihovi autori i više nego upućeni u humor i umjetnost nasmijavanja.

5. Zašto se smijemo?

Smijeh je sasvim obična pojava koja dolazi spontano i nesvjesno zbog različitih faktora, o kojima više u nastavku rada. No, kako bih našao odgovor na pitanje zašto do njega dolazi, još jednom sam se osvrnuo na Hadžićevu *Anatomiju smijeha*: „Smijeh, pa čak i smiješak je nešto od čega se ne možemo suzdržati, kao i od štucanja, ali kojim kanalima on izvire iz naše svijesti, zašto iznenada prasne poput podmetnute eksplozije i kako se pripaljuje taj fitilj ovog "baruta", pitanja su na koja ćemo pokušati odgovoriti. Plač i smijeh su dvije slične manifestacije našeg raspoloženja. Znamo da čovjek ne plače samo kad je tužan i suočen s nesrećom, nego i kada doživljava izuzetno sretne, trijumfalne i svečane trenutke. Plač ipak ne izaziva nedoumice, u medicini ga potanko objašnjavaju, dok smijeh izmiče svim stručnim ocjenama. Sasvim je sigurno da čovjek na krilima smijeha bježi iz stvarnosti koja mu svakodnevno zagorčava život. Smijeh je kratkoročni lijek, injekcija vedrine, vraćanje ravnoteže da čovjekov duh ne klone. Također, smijeh traži društvo i prijatelje i što nas je više – bolje se smijemo“ (Hadžić 1998: 34).

U ovom je citatu najvažnija izjava da smijeh izmiče svim stručnim ocjenama. Upravo je to glavni problem cijele teorije humora i komedije. Njih je nemoguće u potpunosti okarakterizirati ili okružiti pravilima koja bi stvorila strukturu za njihovo uspješno korištenje. I dok plač može doći kao posljedica i sreće i tuge, svjesni smijeh uvijek je reakcija na radost izazvanu komedijom ili nekom drugom životnom situacijom. Hadžić se dotiče i pitanja kolektivnog smijeha te analizira zašto se pojedinac često glasnije i veselije smije u masi: „Postoji iluzija kolektivnog smijeha u kazalištu gdje čovjek postaje dio "zboru", koji zajedničkim smijehom reagira na komične scene i tu jedan smijeh stimulira drugi. To je slično pobuni, gdje mase pokreću buntovnici, hrabriji i radikalniji. Smijeh nije pobuna, ali nalikuje pozivu na pobunu. Uvijek se ponovno pitamo zašto se čovjek prostodušnije i glasno smije u masi kad će to rijetko sam učiniti. Vjerojatno iz istih razloga zašto vojnici bolje ratuju u borbenoj četi nego pojedinačno. Osjećaju se jači i zaštićeniji“ (Hadžić 1998: 36).

Činjenica je da se bolje i s više elana smijemo u društvu koje jednakom reakcijom reagira na komičnu situaciju. Čovjek je društveno biće pa je logično da se kao takav često prilagodi ili je ponesen mentalitetom većine. U slučaju smijeha to može rezultirati fenomenom kolektivnog smijeha o kojem autor ovdje piše. Naravno, kao što svaki pojedinac ima vlastiti stil odijevanja, govora, kretanja, gestikuliranja i mnogih drugih formi izražavanja i interakcije, tako ima i vlastiti

stil smijanja. Hadžić različite stilove smijanja poistovjećuje s različitim osobnostima: „Sirovost pojedinca očituje se u nasilnosti njegovog smijeha, diskretnije osobe su smirenije i delikatnije, i kad se smiju. Smijanje, dakle, nije samo ono "što vidimo i čujemo" kako smo već spomenuli ranije, nego i nešto dublje od vanjskih znakova smijeha. Majstor komičnih situacija Charlie Chaplin je svoje stajalište prema smijehu sveo na jednu rečenicu: *"Za mene je humor bio neka vrsta nježnog, blagonaklonog čuvara razuma koji sprječava ljude da klonu pred težinom ozbiljnosti života"*.“ (Hadžić 1998: 38).

5.1. Smijeh kroz povijest

U svom stručnom radu *Smijeh kao lijek* Blažo i Tatjana Mašanović dotaknuli su se povijesnih definicija smijeha te naveli teoretičare koji su se njime bavili: “Smijehom su se kao teorijskim pitanjem bavili mnogi, od Aristotela do Darwina: Descartes, Kant, Goethe, Schopenhauer, Marx, Freud, Bergson, Rubinstein, da spomenemo samo neke“ (Mašanović i Mašanović 2003:124). Na tragu ovoga, možemo zaključiti da detaljne analize komedije i humora nisu moderne tvorevine, već da su se istim pitanjem bavili mnogi teoretičari.

Dotiču se i socijalne važnosti smijeha i skreću pozornost na njegovu neophodnu ulogu u zdravom funkcioniranju zajednice. U ovom se segmentu osvrću na antičku kulturu, gdje je satira s vremenom postala neophodan dio javne komunikacije: „U antičkoj kulturi „tragična ozbiljnost“ se isprepletala s elementima smijeha. Ozbiljnost se nije plašila smijeha, kolektivno su postojala oba fenomena. Antička ozbiljnost bila je riješena dogmatizma i jednostranosti i prolazila je kroz „vatra smijeha“, što je bio jedan od oblika kritičke filozofije. U pretjeranoj ozbiljnosti protkani su bili rezignacija, laž, licemjerstvo, nasilje, prijetnja i zabrana. Smijeh je lišen svega toga, zato je najteže mogao postati oruđe ugnjetavanja. Dogmatizam, sa svim njegovim metamorfozama, jednako ubija i tragediju i smijeh. Renesansna teorija počiva na antičkim izvorima. Drugi temeljni izvor filozofije smijeha predstavlja čuvena Aristotelova definicija: “Samo je čovjek dostojan smijati se.” (Mašanović i Mašanović 2003:124).

Spominju i kritičku stranu komedije, koja je u moderno vrijeme postala sinonim za satiru. Prema ovom citatu možemo vidjeti da je važnost satire uočena i redovito eksploatirana još u antičkoj Grčkoj. Upravo je ta forma kritičke komedije premalo zastupljena u današnjim medijima, a njezin nedostatak jedan je od razloga zašto je materijal koji NewsBar portal objavljuje tako uspješan i dobro prihvaćen od strane čitatelja.

5.2. Smijeh danas

U nastavku autori rada Blažo i Tatjana Mašanović komentiraju u kakvom je stanju smijeh u današnjem modernom društvu te upozoravaju na sve brže nestajanje smijeha iz svakodnevnog života: „Danas je postignut napredak, no više u filozofskom objašnjenju smijeha, a znatno manje u njegovoj „praktičnoj primjeni“ Prema jednoj statistici francuskih psihologa, ljudi su se 1939. godine smijali prosječno 19 minuta dnevno, a 1980. to su činili svega 6 minuta. U drugoj anketi, 63% intervjuiranih osoba ustvrdilo je da se smiju rijetko, nikada ili skoro nikada pred malim ekranom, a uvjereni smo da nam televizija predstavlja najbolji izvor opuštanja. Današnji čovjek je iz života istisnuo smijeh, humor, plač, pjesmu.“ (Mašanović i Mašanović 2003: 125).

Prikaz zabrinjavajuće situacije u kojoj se smijeh i komedija danas nalaze završavaju svojevrsnim upozorenjem: „Osmijeh je sve češća zamjena smijehu, kako to već nameću društvene konvencije. I osmijeh je isto tako zagonetan kao i smijeh. On je prva oblikovana reakcija i karakteristična mišićna manifestacija predodređena za pražnjenje napetosti. Pridonosi ugođaju, oslobađa neizvjesnosti, tjeskobe. Osmijeh se osobito “traži” od osoblja u zdravstvenim ustanovama. Tu se najčešće i nađe, iako bi ga rado svatko doživio u poslovnom i privatnom susretu.“ (Mašanović i Mašanović 2003: 125).

Ovaj citat zaokružuje sve ranije navedeno – smijeh nam nudi bijeg i privremeno olakšanje od svakodnevnog života i problema koji s njim dolaze. Sama činjenica da se ljudi u prosjeku sve manje smiju nego prijašnjih godina iznimno je zabrinjavajuća. Srećom, moderno doba sa sobom donosi i internet, koji je krcat komičnim materijalom (koji naravno varira od iznimno lošeg do idealnog) te nam je tako privremeni bijeg od problema uvijek na dohvat ruke.

5.3. Nesvjesni smijeh

Ranije sam naveo da za pojavu smijeha postoji više različitih nesvjesnih faktora. Oni u velikoj mjeri diktiraju kako će taj osmijeh utjecati na naš mentalitet u trenutku kada do njega dođe. Hadžić je neke od tih faktora naveo i objasnio u *Anatomiji smijeha*: „Već smo naglasili da komični povod tek nakon procesa u našoj svijesti izaziva smijeh. Ali postoje i duševna stanja kad se čovjek nesvjesno nasmije. Na ustima se javlja smiješak, zna se javiti čak i histeričan smijeh, koji prethodno nije legaliziran u našoj svijesti“ (Hadžić 1998: 112). Pozivajući se na Freuda i njegovu teoriju o smijehu *Vic i njegov odnos prema nesvjesnome* iz 1905., Hadžić zaključuje da vic nastaje na načelu ekonomije psihičke energije, koja se prazni u smijehu.

„Svjedoci smo brojnih takvih "pražnjenja" akumulirane psihičke energije, kad nas smijeh zatekne i nismo svjesni pravnih razloga. Oslobođanje psihičke energije kroz smijeh ne mora uvijek biti uzrokovano komičnim povodom. Nesvjesni smijeh je češće "olakšanje" nakon proživljenog straha ili nenadanog "sudara" sa šokirajućom situacijom, a naše psihičke kočnice su pritom zatajile. Nakon stanke, vraćajući psihičku ravnotežu, mi se smijemo zadovoljni da je sve dobro prošlo. Smijeh je ustvari signal da je opasnost prošla“ (Hadžić 1998: 113).

Puno je duševnih stanja koje su zbog određene životne situacije, problema ili nekog drugog čimbenika sposobne uzrokovati neku formu nesvjesnog smijeha. Taj smijeh nema emocionalnu vrijednost, već je izazvan „iz vana“, a nastaje kao reakcija naše svijesti. Neka od takvih stanja Hadžić je definirao na sljedeći način:

„STRAH. U obrani od straha prva prirodna reakcija je smiješak kojim se zataškava vlastita bojazan i čovjek hrabri samog sebe.

OPUŠTANJE. Čovjek će se nakon napornog posla smiješiti, bez ikakvog određenog povoda. Iako je razlog ovog smiješka fizičko opuštanje, njegov poriv je psihološki.

DIPLOMATIČNOST. Svjesno distanciranje od vlastitog mišljenja, vještina rječitosti kojom se ništa ne otkriva, popraćena je mehaničkim dobrohotnim smiješkom koji plijeni kultiviranom elegancijom.

UGROŽENOST. Socijalna podčinjenost i ugroženost tjera čovjeka da reagira poput životinje u kavezu. Njegov prijeteći, pritajeni smiješak je posljedica zatomljene gorčine, neke vrste protesta.

GLUPOST. Osobe koje teško ili pogrešno razumiju što im se događa znaju se napadno glasno nasmijati. Ova vrsta smijanja može biti prostodušna, ali nažalost i nasilna, kad se osoba osjeti uvrijeđena i izolirana“ (Hadžić 1998: 113-114).

5.4. Smijeh kao eksplozija izražena tijelom

Critchley se, među ostalim aspektima smijeha, dotaknuo i fizičkog aspekta cijele pojave: „Smijeh je mišićni fenomen koji se sastoji od isprekidanog stezanja i opuštanja mišića lica te odgovarajućih pokreta u ošitu. S tim povezana stezanja grkljana i epiglotisa prekidaju obrazac disanja i ispuštaju zvuk. Kao tjelesni fenomen, smijeh nameće usporedbu sa sličnim konvulzivnim pojavama poput orgazma i plakanja“ (Critchley 2007: 18).

Sve ovo možemo ukratko sumirati na sljedeći način: iako je njegov uzrok emocionalan, sam akt smijanja u potpunosti je fizička pojava. Kao takva, varira od pojedinca do pojedinca pa se tako neki smiju izrazito glasno i radosno dok se drugi smiju gotovo neprimjetno i/ili sramežljivo. Smijeh je, kao i smisao za humor, prije svega subjektivan i jedinstven.

5.5. Trenutak za komično

U sljedećem potpoglavlju, kao i u većem dijelu ostatka rada, dotaknut ću se teme nasmijavanja. Uzevši to u obzir važno je da prije svega uz pomoć literature ustanovim što je to trenutak za komično: „Svaki će komičar spremno priznati, u pričanju vica ili neke šale presudan je odabir pravog trenutka, a da bi pojedinac ovladao komičnim oblicima, mora znati pomno upravljati stankama, oklijevanjem i tišinom te odlukom kada treba detonirati mali dinamit vica. S obzirom na to, vicevi uključuju zajedničko poznavanje dviju vremenskih dimenzija: trajanja i trenutka. Kada nam neko priča vic, imamo osebujuć doživljaj trajanja zbog ponavljanja i digresija te vremena koje je doslovno razvučeno, poput elastične vrpce. Znamo da će ta elastična vrpca puknuti, samo ne znamo kada, a to nam je iščekivanje prilično ugodno. Ona pukne dolaskom do poente, što je iznenadno ubrzanje vremena u kojem se digresivno rastezanje vica iznenada sažme u pojačan doživljaj trenutka koji nas nasmije.“ (Critchley 2007: 17).

Primjere ove vješte manipulacije vremenskih dimenzija trajanja i trenutka možemo vidjeti u nastupima nekih od najpoznatijih svjetskih stand-up komičara. Jerry Seinfeld, Ricky Gervais, Louis C.K., Bill Burr, George Carlin i Kevin Hart samo su neki od poznatijih primjera ove činjenice. Svaki od njih vješto manipulira tempom kojim pričaju svoje dosjetke i viceve publici. Svaki od njih ima jedinstven način prezentacije, ali se on u korijenu svodi na isto – vic ili dosjetku započnu laganim tempom, upravljajući namjernim stankama u prepričavanju te dopuštaju publici da se u potpunosti upoznaju s temom o kojoj pričaju prije no „detoniraju dinamit vica“ i dođu do željenog zaključka. Više o *stand-up* komediji u sljedećem poglavlju.

6. Umjetnost nasmijavanja

Poznavanje pojedinosti teorije humora koje sam ranije naveo neophodno je za svakog pojedinca koji svojim humorom želi izmamiti određenu reakciju od svoje publike. Vješto upravljanje elementima humora igra veliku ulogu u konačnom rezultatu koji će određena dosjetka, vic ili neka druga vrsta humora izmamiti. Kada govorimo o humoru u kontekstu modernog vremena i doba masovnih medija važno je spomenuti dva masovno zastupljena načina prenošenja humora današnjice; *stand-up* komediju i specijalizirane portale usmjerene na humoristični sadržaj, kao što je NewsBar, koji ću detaljnije analizirati u nastavku.

Stand-up komedija vrsta je javnog nastupa u kojem komičar nastupa pred publikom te obično priča izravno njima. Tijekom svog nastupa, komičar priča humoristične priče i dosjetke, koje su često povezane s njegovim ili njezinim osobnim životom. Neki komičari koriste razne rekvizite, glazbu ili mađioničarske trikove kako bi „pojačali“ svoj nastup. U *stand-up* komediji, komičar u potpunosti ovisi o svojoj publici. Reakcija publike na njegove šale i priče diktira ritam i ključna je kako bi njegov nastup bio uspješan. Publika od svog zabavljača očekuje kontinuiran i zabavan nastup, što komičara stavlja u vrlo nezgodnu situaciju, jer mora konstantno publici davati poticaj kako bi se smijali. Komičari često svoj „materijal“ testiraju na manjim skupinama ljudi, kako bi vidjeli njihove reakcije, te tako odlučili hoće li taj „materijal“ zadržati i koristiti u budućim nastupima. Koristeći se ovom strategijom „filtriranja“, komičar s vremenom stvara jedinstven nastup u kojem na zabavan način povezuje raznolike priče. U ovom je obliku javnog nastupa jasno vidljiv rezultat pravilnog korištenja verbalnog humora i svih njegovih elemenata. Svi prethodno navedeni elementi humora (teorije humora, umjetnost pričanja vica, ironija, raspolaganje i manipulacija vremenom tijekom pričanja vica) spajaju se u jednom performansu i donose jedinstven i nepresušan oblik humora – verbalni humor.

S druge strane, humoristični sadržaj koji nalazimo na NewsBaru koristi sve prednosti moderne tehnologije i medija kako bi nasmijao svoje čitatelje. Od šaljivih i satiričnih videa koje možemo naći na njihovom YouTube kanalu sve do alegoričnih tekstova koji na suptilan i šaljiv način komentiraju i/ili kritiziraju određene pojedince ili događaje iz hrvatskog medijskog prostora. U nastavku ću analizirati nekoliko njihovih tekstova objavljenih tijekom 2018. godine i na temelju istih prikazati upotrebu humora u medijima.

7. Humor u medijima – NewsBar portal

Za početak, neke osnovne informacije o NewsBaru. Najbolje će ga opisati riječi autora i voditelja njihove satirične emisije *Prime Time* kao i tekst objavljen u *Novom listu* 2013. godine.

U intervjuu koji je dao za *Pressedan*, studentski portal Sveučilišta Sjever, Domagoj Zovak opisao je početne faze formiranja NewsBara: „Naš šef Vlado Lucić je radio na 24 sata TV-u, tamo je radio kao montažer, radio je neke satirične priloge i tako je zapravo nastala neka pilot verzija Montiranog procesa, ali se oni nisu usudili ići s time pa je on odlučio tu ideju osamostaliti i pokrenut News Bar. Krenulo je s neakvim skečevima, a onda je portal krenuo 1.4. 2012. godine.“²

U članku *News Bar – satirični portal koji zabavlja narod* objavljenom u *Novom listu* 4. lipnja 2013. godine autor Davor Mandić istražio je kako NewsBar funkcionira i koji su njihovi ciljevi. U tekstu se dotaknuo i važnosti satire koju sam ranije spomenuo: „Društveno-politička satira u Hrvatskoj nema neku tradiciju. Mnogi su je zazivali na nacionalnim televizijama, portalima, u dnevnicima i tjednicima, smatrajući da dobra satira osim što liječi slobodoumni duh ujedno može reći o svijetu i više nego što to mogu regularne vijesti. No sva ta zazivanja uglavnom su urodila jalovim, srednjostrujaškim projektima koji nisu bili ni smiješni ni aktivistički, a često uopće ni gledljivi. Časni izuzeci brzo su se, na žalost, ugasili ili nisu postigli veću vidljivost. Onda se pojavio News Bar, prvo skečevima na YouTubeu, a uskoro nakon toga i na vlastitom portalu.“ Nastavlja s prikazom NewsBar ekipe: „Iza News Bara kakvog danas poznajemo, dakle autonomnog mrežnog portala s videosadržajem na Tportalu, stoji 15-ak ljudi. Jezgru uz Lucića čine još urednici portala Borna Sor i Marko Dejanović, suradnik na portalu i videu Vladimir Šagadin, grafički urednik Anton Radačić, novinar/urednik Domagoj Zovak i webmaster Davor Erić, a nezaobilazne karike u videu su još i voditelj Ivan Šarić te glumac Zvonko Hrabar. Oko ove ekipe još je sijaset suradnika koji na dnevnoj bazi pomažu u produkciji satiričnih vijesti na portalu i videu, od kojih Lucić ne želi izostaviti prijatelja i partnera portala Nika Titanika te karikaturista Ja Zmaja.“

² Jerleković, Marko. *INTERVJU TJEDNA: Domagoj Zovak – jedini način da budeš dobar, osrednji, čak i loš novinar je da budeš junkie* (<http://pressedan.unin.hr/intervju-tjedna-domagoj-zovak-jedini-nacin-da-budes-dobar-osrednji-cak-los-novinar-je-da-budes-junkie.html>).

Iako je tekst na koji se referiram objavljen prije više od šest godina, čini se da je ideja NewsBar ekipe ostala ista; objava kvalitetnih satiričnih tekstova, često društveno-političke tematike namijenjenih da istovremeno zabave čitatelje i kritiziraju određene javne aktore na hrvatskoj sceni te skrenu pozornost na važna društvena pitanja. U međuvremenu su pokrenuli i satiričnu emisiju *Prime Time* koja se emitira na N1 televiziji, no pošto je centralna točka ovog završnog rada upotreba humora u medijima na primjeru NewsBara svoju analizu njihovog sadržaja usredotočit ću na neke odabrane tekstove objavljene tijekom 2018. godine.

7.1. „Messi i Nevidljivi čovjek“

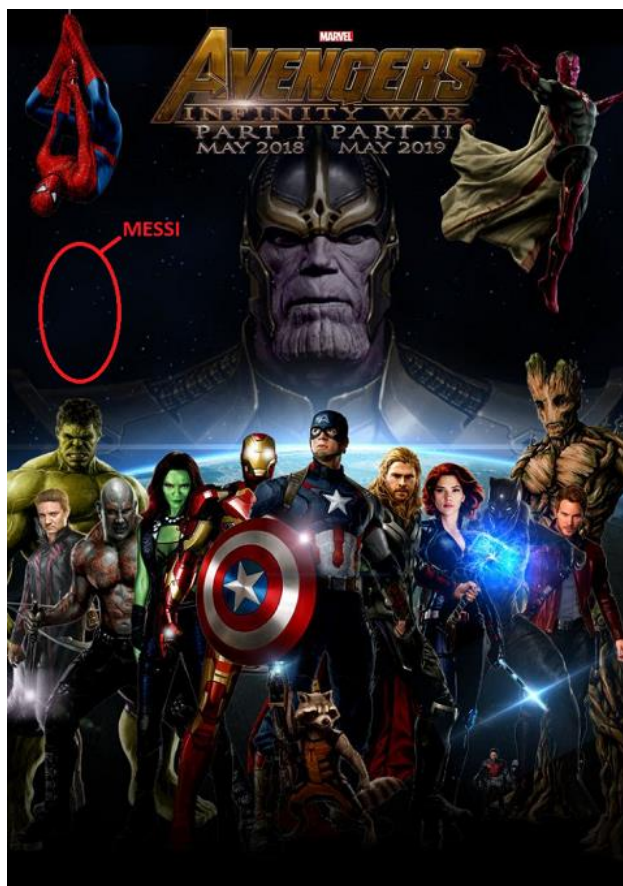
Ostatak ovog završnog rada posvetit ću analizi pet tekstova različite tematike objavljenih na NewsBar portalu tijekom 2018. godine. Pojedine tekstove usporedit ću s tekstom objavljenom na nekom od klasičnih domaćih portala (Index.hr, 24sata.hr, Jutarnji.hr) koji obrađuje istu ili sličnu tematiku kako bih dodatno naglasio prednosti, ali i moguće nedostatke u „NewsBar pristupu“. Dodatno, uz neke ću tekstove priložiti barem jednu sliku postavljenu uz tekst jer smatram da njihov odabir znatno doprinosi razumijevanju teme.

Prvi tekst je sportske tematike; obrađuje iznenađujuću i dominantnu pobjedu Hrvatske nad Argentinom za vrijeme Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine. Za vrijeme grupne faze prvenstva, točnije 21. lipnja Hrvatska se suočila s Argentinom i odnijela pobjedu s impresivnih 3-0. Ovako je tu vijest preveo naš najčitaniji portal, 24 sata: „Adiós, Leo Messi! Hrvatska je razbila Argentinu u komadiće... To je to. U Nižnjem smo sredili Argentine 3-0. Zabili su Rebić, Modrić i Rakitić. Argentinci pak mogu biti sretni što su prošli samo s tri komada u mreži. Nervozni Messi nije mogao ništa, a mi idemo u osminu finala. Adiós Leo, gracias Willy! Hrvatska je očitala nogometnu lekciju Argentinu u Nižnjem Novgorodu. Tri komada u njihovoj mreži, nula u našoj. Slavlje može početi.“³

Istu je vijest ovako prenio NewsBar: „Marvel najavio da će Messi reprizirati svoju ulogu Nevidljivog čovjeka i u sljedećim Avengersima. Iz pouzdanih izvora saznajemo da su čelnici

³ Tekst nastavlja s klasičnim činjeničnim izvještavanjem, naglašavajući nadmoć naše reprezentacije: „Izbornik Zlatko Dalić ostavio je Kramu na klupi, ubacio Marcela Brozovića i učinio Hrvatsku pretvrđim orahom za 'gauche', toliko tvrđim da su ovi slomili zube u tri navrata preko nas. Protivnički izbornik Jorge Sampaoli pokušao je uz formaciju 3-4-3/4-2-3-1 kontrolirati igru, no njegovi izabranici jednostavno nisu imali kvalitetu za parirati nam.“ (<https://www.24sata.hr/sport/formula-za-argentinu-dalic-na-messija-s-brozovicem-u-postavi-579145>).

Marvela toliko oduševljeni Messijevom izvedbom Nevidljivog čovjeka u utakmici protiv Hrvatske da su ga odmah angažirali za sljedeće Avengerse. Njegova uvjerljiva izvedba toliko ih je impresionirala da su odlučili ponuditi milijunski ugovor nogometašu bez audicije, iako će mu to biti prva uloga u igranom filmu. Messi je svojom izvedbom impresionirao baš sve glumačke eksperte koji nisu mogli vjerovati širini njegovog glumačkog raspona. *“Taj mali može glumiti sve, od Maradone pa sve do Nevidljivog čovjeka, imao sam osjećaj kao da gledam Daniela Daya-Lewisa”*, komentirao je Bob Iger, generalni direktor Disneyja. Marvel je već objavio poster za sljedeće Avengerse, a na njemu se jasno (ne)vidi i novi junak sage, Lionel Messi kao Nevidljivi čovjek. Poster prenosimo u cijelosti.“⁴



Slika 7.1.1. Messi i Nevidljivi čovjek – NewsBar.hr

⁴ Leskovar, Kristijan. *Marvel najavio da će Messi reprizirati svoju ulogu Nevidljivog čovjeka i u sljedećim Avengersima* (<https://www.newsbar.hr/marvel-najavio-da-ce-messi-reprizirati-svoju-ulogu-nevidljivog-covjeka-i-u-sljedecim-avengersima/>).

Ovo je jedna od fotografija koje su priložene uz tekst objavljen na portalu 24sata.hr.



Slika 7.1.2. Slavlje Vatrenih – 24sata.hr

Dok 24sata.hr prenosi vijest na klasičan način, u skladu sa standardima novinarskog objavljivanja, NewsBar već samim naslovom čitatelje upućuje da se radi o satiričnom tekstu koji stvarne činjenice predstavlja „zapakirane“ u humor. Planetarno poznatu nogometnu zvijezdu spaja s megapopularnom franšizom filmova o superherojima, ali na negativan način – poistovjećujući Messija, točnije njegov performans na dotičnoj utakmici, s Nevidljivim čovjekom. Ovu satiričnu usporedbu dodatno poentiraju izdvajanjem komentara Boba Igera, koji Messija uspoređuje s filmskom zvijezdom Danielom Day – Lewisom.

Bez nepotrebnog recikliranja teksta, pogledajmo zašto je ova forma satiričnog komentara efektna. U poglavlju „Fenomen komičnog“ naveo sam sljedeće: Prethodno životno iskustvo, poznavanje teme i motiva koji su povod smijeha i posebice kvocijent inteligencije, sve zajedno, utječe na to hoće li čovjek brže i spontanije shvatiti komičnost prizora. Autor ovog teksta računao je na sve ove pojedinosti prilikom pisanja. Kako bi usporedba Messija i Nevidljivog čovjeka, kao i općenito svrstavanje Messija u Marvelovu franšizu o superherojima bila komična čitatelju, on mora poznavati temu i motiv na temelju kojeg ju autor koristi u tekstu. S obzirom na to da je današnja filmska scena zatrpana Marvelovim filmovima, vrlo je vjerojatno da je čitatelj

od prije barem djelomično upoznat s franšizom i bez poteškoća će uvidjeti komičnost usporedbe. Valja spomenuti da je u trenutku pisanja ovog teksta svijet još uvijek bio pod dojmom izlaska najvećeg i najambicioznijeg Marvelovog filma do sad, *Infinity War*, koji je u kina stigao tog svibnja. Dodatno, spomenuvši Daniela Daya – Lewisa, koji je poznat po tome da se u svaku svoju ulogu u potpunosti uživi, autor se opet oslanja na čitateljevo poznavanje filmske kulture kako bi postigao željeni komični efekt. Sve ovo upućuje na sljedeće: ekipa NewsBara svjesna je demografskog raspona svojih čitatelja pa tako znaju procijeniti što bi prosječni čitatelj mogao smatrati komičnim s obzirom na raspon njegovog znanja o određenoj temi.

Usporedimo li opremu teksta odnosno slike koje su koristili, jasno je vidljivo da se u slučaju teksta sa 24sata.hr radi o fotografiji s utakmice čiji je željeni efekt da pojača osjećaj ponosa, trijumfa i sreće koje će čitatelji osjećati prilikom čitanja teksta o pobjedi Hrvatske. S druge strane, komična slika plakata za *Infinity War* u kojem je praznina zaokružena i nazvana Messi služi kao samo još jedan humoristični pokazatelj na njegovu „nevidljivu“ prisutnost na utakmici.

7.2. „Propast Hrvatske“

NewsBar se ponekad dotakne i gospodarskih pitanja, no naravno, na specifičan način. Drugi tekst, kao i njegova „mainstream inačica“ bave se pozicijom Hrvatske na ljestvici globalne konkurentnosti 2018. godine. Na njoj se Hrvatska nalazila na 68. mjestu između 140 gospodarstava svijeta. U kategoriji o učinkovitosti javnog sektora, Hrvatska se nalazila na predzadnjem mjestu, a od nje je jedino gora bila Venezuela. Index.hr je ovu vijesti prenio u potpunosti profesionalno i po pravilima, istaknuvši da su sve naše susjedne zemlje daleko bolje od nas. Tekst su opremili slikovitim nadnaslovom „Propast Hrvatske“, a veći dio teksta izdvojili su za komentar Sonje Čikotić, članice hrvatskog parlamenta i pripadnice Mosta: „Prema globalnom indeksu konkurentnosti Svjetskog gospodarskog foruma, Hrvatska je pozicionirana kao najmanje konkurentna od svih članica Europske unije, a pokazalo se da smo u cijelom svijetu, po efikasnosti javne uprave, uspješniji samo od Venezuele. Dakle, javna uprava služila bi vam bolje kao građaninu bilo koje druge od 140 analiziranih zemalja, neovisno radi li se o državi naše regije, Afrike, EU ili nekoj od siromašnih, prirodnim katastrofama opterećenih zemalja. Što Ministarstvo uprave čeka s provođenjem reforme? Ima li jasnijeg pokazatelja očajnog stanja u javnoj upravi od toga da je iza nas samo država u kojoj je 80% stanovništva ispod granice

siromaštva, u kojoj vlada korupcija, glad i kolaps zdravstvenog i mirovinskog sustava? Koliko je onda Hrvatska daleko od tog stanja kad nam je javna uprava najslbličnija njihovoj?“ Dio teksta odvojili su kako bi objasnili situaciji susjednih zemalja.⁵

I dok je Indexov pristup profesionalan, dobro strukturiran i služi kao ozbiljno upozorenje i prikaz hrvatske stvarnosti, NewsBar se i u ovom slučaju okrenuo humoru kako bi prenio istu poruku na drastično drugačiji način. Već u samom naslovu vidi se čista suprotnost u odnosu na Indexov pristup: „Odlične vijesti: Na ljestvici učinkovitosti javnog sektora Hrvatska prestigla Venezuelu!“ ironičan je naslov koji odmah upada u oči, a ista ironija prisutna je i u ostatku kratkog „izvještaja“. ⁶ Autor teksta poslužio se čak i lažnom izjavom ministra Kuščevića, koja je toliko apsurdna da čak i najneupućenijem čitatelju jasno daje do znanja da se radi o ironiji te ne ostavlja nikakav prostor za sumnju: „To je bio dovoljan pokazatelj za Ministarstvo uprave da Hrvatskoj reforme nisu potrebne, jer da jesu, Venezuela bi bila bolja od Hrvatske, zar ne.“ Kao što je to bio slučaj i u prvom tekstu, ovdje je jasno vidljiva namjera autora da kroz ironiju iznese suptilnu, ali oštru kritiku hrvatskog ministarstva. Podsjetimo, Fadil Hadžić je ironiju definirao kao skrivanje žalca ispred prividnog mira, što je u ovom slučaju očito.

Usporedimo li u ovom slučaju slike korištene u opremi oba teksta, vidljiva je još jedna jasna razlika u načinu prikaza istih informacija:

⁵ Na kraju teksta se, među ostalim, nalaze podatci vezani uz Bosnu i Hercegovinu, Srbiju i Sloveniju. „Od susjeda, Bosna i Hercegovina je na 128. mjestu. Srbija je 98. Slovenija je 102.“

⁶ Kratki tekst autor je poentirao sarkastičnim komentarom: „Ovi rezultati posljedica su uspješnog vođenja države u proteklih 27 godina, što su građani prepoznali zbog čega i dalje nagrađuju stranke na vlasti. A ako nastavimo ovim tempom, možda ćemo kroz deset godina prestići i Nigeriju ili Etiopiju na istoj ljestvici.“ (<https://www.newsbar.hr/odlicne-vijesti-na-ljestvici-ucinkovitosti-javnog-sektora-hrvatska-prestigla-venezuelu/>).



Slika 7.2.1. Stock fotografija – NewsBar.hr



Slika 7.2.2. Propast Hrvatske – Index.hr

Slika preuzeta s teksta objavljenog na Indexu šalje jasnu poruku – Hrvatska je na samom dnu liste, a ovako žive njezini stanovnici. Kao što je to bio slučaj i u prvom primjeru, namjera je slike dodatno potencirati osjećaje koje će u čitatelju probuditi pripadajući tekst. S druge strane, na slici koja se nalazi iznad teksta na NewsBaru jasno su vidljive oznake koje pokazuju da se radi o tzv. „stock fotografiji“, nije stavljena tamo da pobudi određene emocije u čitatelju, već tek toliko da barem približno bude povezana s temom o kojoj autor piše. Dok se Indexov autor potrudio da bude što eksplicitniji i jasniji u prenošenju željene informacije (uključujući i montiranu fotografiju), NewsBarov pristup je sve samo ne izravan – tekst i izjave u njemu u potpunosti su ironične, a fotografija je čista suprotnost „specifičnog“.

7.3. „Bandić, štandovi i Medo“

Njihovi tekstovi u nekim slučajevima nisu striktno prepričavanje određene vijesti ili događaja na drugačiji način, već satirični komentari na aktualne događaje ili osobe. Upravo je takav tekst moj treći primjer u kojem je NewsBar ekipa napravila urnebesnu poveznicu između Milana Bandića i tada aktualnog psa Mede. Da podsjetim, susjeda Medinog vlasnika odvela ga je na sud, koji je odlučio da Medo ne smije lajati, tj. da do daljnjega mora biti zatvoren u kući. Ova je apsurdna optužba „skinuta“ s Mede nakon tri godine, koji je napokon dobio slobodu lajanja.

Autor teksta odlučio je iskoristiti ovu medijsku komediju koja je neko vrijeme zabavljala narod kako bi prokomentirao razrješenje afere „Štandovi“, čiji je glavni akter bio zagrebački gradonačelnik Milan Bandić. Vijest o Bandićevu oslobođenju od svih optužbi vezanih uz aferu objavljena je 19. listopada, a NewsBar je satiričnim komentarom reagirao istog dana. *Jutarnji list* objavio je puni izvještaj presude, koji je opširno i detaljno objasnio cijeli proces.⁷

NewsBarova reakcija bila je znatno zanimljivija i maštovitija od klasičnog izvještaja. U ovom su slučaju posegnuli i za vulgarizmima, koji su donijeli dodatnu dozu humora i naglasili apsurdnost cijele situacije: „Pas Medo komentirao presudu Bandiću: Pa jebo mi pas mater, ispada da sam jedino ja kriv u ovoj državi!“ Nakon ovako ekspresivnog naslova nastavili su

⁷ Izvještaj obuhvaća vijest o Bandićevu oslobođenju od optužbi, izjavu predsjednika sudskog vijeća Županijskog suda u Zagrebu, sudca Zdravka Majerovića te izjave Bandićevih odvjetnika Ksenije Vržine i Krešimira Krsnika. U nastavku autor ukratko prikazuje kronologiju suđenja. (<https://www.jutarnji.hr/vijesti/crna-kronika/afere-standovi-milan-bandic-i-jos-dvoje-suoptuzenika-oslobodeni/7959220/>).

satirom prozivati hrvatsko pravosuđe, suptilno uspoređujući aktualne aktore na hrvatskoj javnoj sceni sa „džukelama“.⁸ Ovdje je još jednom jasno vidljiva vještina baratanja satirom i ironijom; autor u samo nekoliko redaka teksta iznese dovoljno informacija da istovremeno prozove Bandića, njegovu aferu i hrvatsko pravosuđe. Uzevši u obzir aktualnost teme o kojoj piše, povlači paralelu sa naizgled nepovezanim slučajem čija će medijska pokrivenost osigurati da većina čitatelja odmah shvati poveznicu. Ovu situaciju možemo povezati s rečenicom koju sam ranije naveo u poglavlju fenomenologija vica: „Dakle, kada slušamo vic, pretpostavljamo zajednički društveni svijet, čijim će se oblicima običaj pričanja viceva poigrati“ (Critchley 2007:15). U ovom slučaju autor je taj koji kroz kratki tekst priča vic o zajedničkom društvu u kojem hrvatska javnost obitava. Vješto se poigrao različitim oblicima te društvene sfere i osigurao da „publika“ bez poteškoća shvati pravu namjeru iza njegovog komentara.

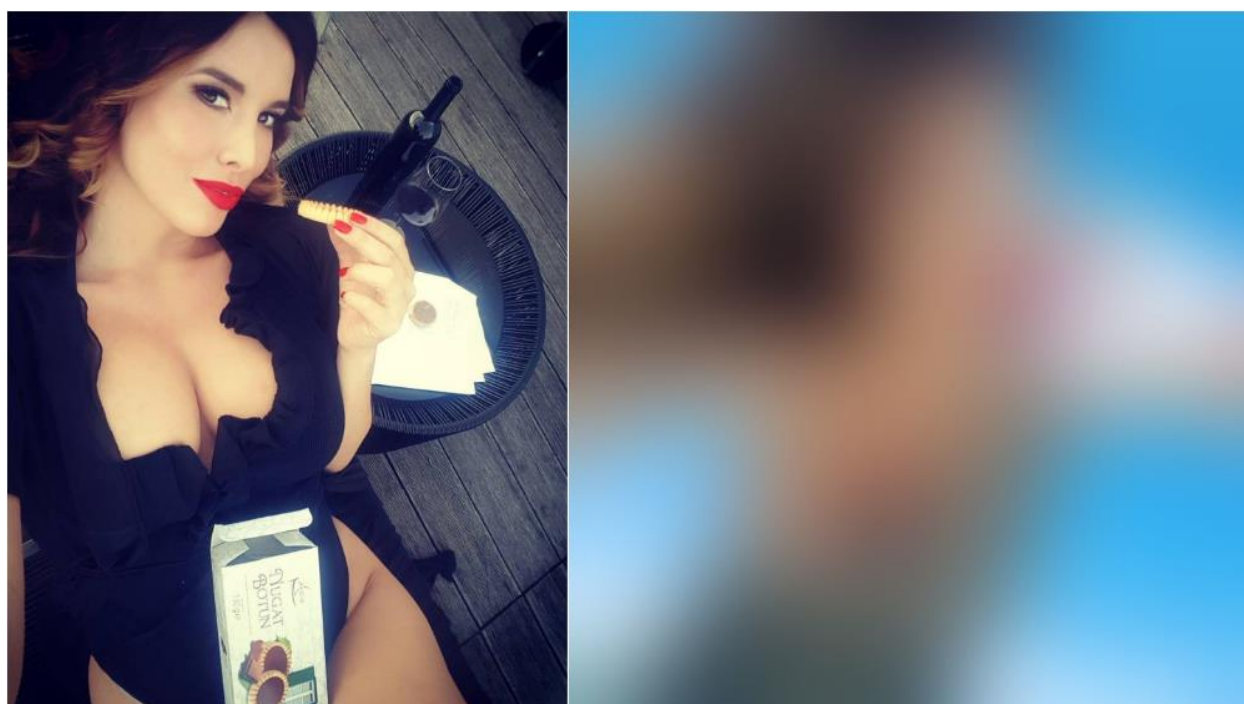
7.4. „Beskućnica Nives“

Pravi komičar zna prepoznati društvene situacije i okolnosti koje su na prvi pogled standardne i pretvoriti ih u komične dosjetke. Upravo bi se tako mogao okarakterizirati moj četvrti primjer, tekst u kojem NewsBar istovremeno suptilno ismijava hrvatsku spisateljicu, pjevačicu, glumicu i bivšu starletu Nives Celzijus kao i publiku koja joj pridaje toliko medijske pozornosti. Naime, ovo nije nikakav komentar na neku javnu ličnost ili aktualni događaj, već na samu situaciju u kojem se hrvatski medijski prostor nalazi – Nives Celzijus redovita je „vijest“ na jednom od najčitanijih domaćih portala 24sata.hr, a njezine Instagram objave stavljaju se na istu naslovnu stranicu sa stvarnim vijestima. Autor se odlučio malo izrugati nama, medijskim konzumentima, kao i samoj Nives Celzijus objavivši tekst na kojem ju uspoređuje s navodnom beskućnicom. Dodatnu dozu humora donosi i činjenica da je za naslov stavio očiti *clickbait*, po kojem su poznati mnogi domaći mediji. „ZABEZEKNUĆETE SE DO 3. KOLJENA kada vidite koliko ova beskućnica sliči Nives Celzijus“ naslov je koji svojom apsurdnom izrekom odmah privlači pozornost na tekst. Ostatak teksta je šaljiva anegdota o navodnoj beskućnici i nekoliko Instagram fotografija Nives Celzijus.⁹ No, smatram da sam tekst u ovom slučaju nije toliko važan i vrijedan

⁸ „Medi je zasmetala činjenica da je među svim ‘džukelama’ na hrvatskoj javnoj sceni jedino on proglašen krivim, zbog čega je izrazio sumnju u neovisnost hrvatskog pravosuđa.“ (<https://www.newsbar.hr/pas-medo-komentirao-presudu-bandicu-pa-jebo-mi-pas-mater-ispada-da-sam-jedino-ja-kriv-u-ovoj-drzavi/>).

⁹ „Društvenim mrežama kruže fotografije djevojke koja nevjerojatno slični našoj poznatoj spisateljici, pjevačici, glumici i mjernoj jedinici Nives Celzijus. Isprva su svi bili previše impresionirani slikama da uoče jedan ključan

analize – sama činjenica da je autor uočio uzorak redovitog ustupanja medijskog prostora na *mainstream* novinarskom portalu nečemu što se ni u kojem slučaju ne može okarakterizirati kao vijest i reagirao je dovoljna. Odabrao je pravi trenutak za komično te je isti iskoristio da nas na jedinstven način upozori na problematično stanje našeg medijskog prostora. Dodatno, valja spomenuti da je i fotografija koja je ubačena na početak teksta još jedan suptilan „udarac“ usmjeren prema klasičnim medijima, koji isti trik često koriste u kombinaciji s *clickbait* naslovima kako bi privukli što veći broj znatiželjnih čitatelja.



Slika 7.4.1. Namjerni *clickbait* – NewsBar.hr

Ovaj način zamagljivanja potencijalno zanimljive fotografije česta je praksa domaćih medija, a i sam NewsBar se često koristi ovim postupkom kako bi privukli pozornost na to te tako osvijestili čitatelje da je to standardna praksa za mnoge portale.

detalj – djevojka sa slika je beskućnica! S vremenom je uočeno da na svim fotografijama pozira na otvorenom prostoru pa je postalo jasno da djevojka nema dom jer bi se inače fotografirala pred ogledalom ili u toaletu. Odmah je pokrenuta i humanitarna akcija za prikupljanje novčanih sredstava jer je korisnicima društvenih mreža bilo žao što jedna tako lijepa djevojka nema dom.“ (<https://www.newsbar.hr/zabezeknut-cete-se-do-3-koljena-vidite-koliko-ova-beskucnica-slici-nives-celzijus/>).

7.5. „Sam u kući“

Osim toga što je izvanredni satirični portal koji često kratkim, ali iznimno dobro osmišljenim i napisanim tekstovima skreće pozornost na određene teme, ponekad objavljuje tekstove koji su ništa više osim posve dobronamjernog šaljivog komentara na određen aspekt društvenog života. Jedan takav tekst poigrao se programskom shemom jednim od najgledanijih televizijskih programa u Hrvatskoj, RTL-om. Istovremeno je osmislio šaljivu dosjetku na kontroverznog političara Ivana Pernara. Tekst pod naslovom „Muškarac koji je stigao iz 2200. godine tvrdi kako RTL još uvijek reprizira ‘Sam u kući’“ svojevrstan je vic u tekstualnom obliku koji pred čitateljem oslikava fikcionalnu budućnost Hrvatske. Osim toga što spominje Pernara, autor ističe da će u budućnosti HDZ i dalje biti na vlasti, što bismo mogli protumačiti kao suptilnu kritiku hrvatskoga glasačkog tijela koje i dalje bira tu stranku. No, moguće je da se samo radi o komičnoj dosjetki, kao što je slučaj za ostatak teksta. Na samom kraju spominje se i dotični film, čije je emitiranje svakog Božića postalo unikatna tradicija RTL-a.

Ovakvi tekstovi upravo su ono što čitateljima treba, ne mora se uvijek sve svoditi na politiku ili druge ozbiljne teme – ponekad je zdrava doza nespontanog humora upravo ono što čitatelju treba, a NewsBar to u potpunosti razumije.

8. Zaključak

Humor i komičnost općenito kompleksni su pojmovi koje stručnjaci već godinama analiziraju i istražuju kako bi što bolje razvili teoriju koja ih tvori. S razvitkom novih, masovnih medija i humor je poprimio nove oblike – proširio se medijima i postao neizostavan dio naše svakodnevice. No, njegova efektnost limitirana je vještinom njegovih kreatora; onih koji njime pokušavaju baratati kako bi ostvarili određene ciljeve. Humor se, kao i mediji, stalno mijenja i razvija i zato je poznavanje temelja teorije humora neophodno za svakog pojedinca koji se želi njime uspješno „služiti“.

Nadarenost za nasmijavanje (ili njen nedostatak) u najvećoj je mjeri vidljiv na najvećem mediju današnjice – internetu. Mnogobrojne web-stranice, društvene mreže i portali svakodnevno su izloženi masovnom broju korisnika i čitatelja koji konzumiraju veliku količinu podataka na dnevnoj bazi. Pogledamo li specifično novinarske portale, možemo vidjeti naznake humora na gotovo svakom od njih, no ni jedan domaći portal ne barata humorom tako vješto kao to što radi NewsBar. Zahvaljujući nadarenoj ekipi, NewsBar portal uspješno se prilagodio ubrzanom tempu modernog života gdje prosječni čitatelj nema volje, vremena, a često ni koncentracije čitati duže tekstove od nekoliko kartica. Gotovo svi njihovi tekstovi pisani su u kratkim formama, no to ni u kojem slučaju ne znači da su manje kvalitetni ili da imaju manje toga ponuditi od klasičnih tekstova. Iako neuobičajeno kratki, njihovi tekstovi bogati su pametnim dosjetkama, humorističnim šalama i satiričnim opaskama. Upravo u tom pametnom baratanju satirom i ironijom leži prava čar NewsBar, portala koji kroz humor donosi nešto novo, nešto pronicljivo i nešto uistinu drugačije od dosad viđenog na domaćem medijskom tržištu.

U uvodu rada postavio sam tezu da je humor nezaobilazna komponenta u mnogobrojnim medijskim sadržajima današnjice. Tu sam tezu potvrdio na primjeru sadržaja objavljenog na portalu NewsBar. Analizom pet tekstova objavljenih na ovom portalu prikazao sam što je sve potrebno da bi se humor uspješno prikazao u medijima i kakve efekte humoristični sadržaj može imati ako je dobro odrađen.



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Moris Šulj pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom Humor u medijima: portal Newsbar kao studija slučaja te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Moris Šulj neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom završnog rada pod naslovom Humor u medijima: portal Newsbar kao studija slučaja

Student:

(vlastoručni potpis)

9. Literatura

Knjige:

- [1] Bergson, Henri. 1987. *Smijeh. O značenju komičnog*. Znanje. Zagreb.
- [2] Critchley, Simon. 2007. *O humoru*. Algoritam. Zagreb.
- [3] Grgurić, Sergej. 2008. *Radikalni cirkus Montya Pythona*. AGM. Zagreb.
- [4] Hadžić, Fadil. 1998. *Anatomija smijeha*. Tiskarna Dan. Ljubljana.
- [5] Hardcastle, Gary. Reisch, George. 2008. *Monty Python i filozofija*. Naklada Jesenski i Turk. Zagreb.
- [6] Irwin, William. 2007. *Seinfeld i filozofija*. Naklada Jesenski i Turk. Zagreb.
- [7] Solar, Milivoj. *Predavanja o lošem ukusu*. Zagreb: Politička kultura, 2004.

Mrežni i elektronički izvori:

- [1] Bošnjak, Branko. 1994. *Određenje čovjeka. Uz esej Zdenka Vernića Sveti smijeh*. Izvorni znanstveni članak. <http://hrcak.srce.hr/81951> (dostupno 3. svibnja 2019.)
- [2] Bilešić, Romana. *Prosvjednik: Dajete ostavku? Ironični Čačić: Sasvim sigurno* <https://www.24sata.hr/news/prosvjednik-dajete-ostavku-ironicni-cacic-sasvim-sigurno-279412> (dostupno 27. rujna 2019.)
- [3] Index.hr *Svjetsko istraživanje: Hrvatska ima najgori javni sektor nakon Venezuele* <https://www.index.hr/vijesti/clanak/svjetsko-istrazivanje-hrvatska-ima-najgori-javni-sektor-nakon-venezuele/2031304.aspx> (dostupno 9. rujna 2019.)
- [4] Jerleković, Marko. *Intervju tjedna: Domagoj Zovak* <http://pressedan.unin.hr/intervju-tjedna-domagoj-zovak-jedini-nacin-da-budes-dobar-osrednji-cak-los-novinar-je-da-budes-junkie.html> (dostupno 18. kolovoza 2019.)
- [5] Leskovar, Kristijan. *Marvel najavio da će Messi reprizirati svoju ulogu Nevidljivog čovjeka i u sljedećim Avengersima* <https://www.newsbar.hr/marvel-najavio-da-ce-messi-reprizirati-svoju-ulogu-nevidljivog-covjeka-i-u-sljedecim-avengersima/> (dostupno 9. rujna 2019.)
- [6] Leskovar, Kristijan. *ZABEZEKNUĆE SE DO 3. KOLJENA kada vidite koliko ova beskućnica sliči Nives Celzijus* <https://www.newsbar.hr/zabezeknut-cete-se-do-3-koljena-vidite-koliko-ova-beskucnica-slici-nives-celzijus/> (dostupno 10. rujna 2019.)

- [7] Lovrić, Dejan. *Adiós, Leo Messi! Hrvatska je razbila Argentinu u komadiće...* <https://www.24sata.hr/sport/formula-za-argentinu-dalic-na-messija-s-brozovicem-u-postavi-579145> (dostupno 9. rujna 2019.)
- [8] Lucić, Vlado. *Muškarac koji je stigao iz 2200. godine tvrdi kako RTL još uvijek reprizira 'Sam u kući'* <https://www.newsbar.hr/muskarac-koji-tvr-di-da-je-stigao-iz-2200-godine-tvr-di-kako-rtl-jos-uvijek-reprizira-sam-u-kuci/> (dostupno 10. rujna 2019.)
- [9] Lucić, Vlado. *Odlične vijesti: Na ljestvici učinkovitosti javnog sektora Hrvatska prestigla Venezuelu!* <https://www.newsbar.hr/odlicne-vijesti-na-ljestvici-ucinkovitosti-javnog-sektora-hrvatska-prestigla-venezuelu/> (dostupno 9. rujna 2019.)
- [10] Lucić, Vlado. *Pas Medo komentirao presudu Bandiću: Pa jebo mi pas mater, ispada da sam jedino ja kriv u ovoj državi!?* <https://www.newsbar.hr/pas-medo-komentirao-presudu-bandicu-pa-jebo-mi-pas-mater-ispada-da-sam-jedino-ja-kriv-u-ovoj-drzavi/> (dostupno 10. rujna 2019.)
- [11] Mandić, Davor. *News Bar - satirični portal koji zabavlja narod* http://www.novolist.hr/Scena/TV/News-Bar-satiricni-portal-koji-zabavlja-narod?meta_refresh=true (dostupno 18. kolovoza 2019.)
- [12] Mašanović, Blažo. Mašanović, Tatjana. 2003. *Smijeh kao lijek*. Stručni rad. <http://hrcak.srce.hr/20070> (dostupno 3. svibnja 2019.)
- [13] Petrušić, Željko. *AFERA ŠTANDOVI Milan Bandić i još dvoje suoptuženika oslobođeni* <https://www.jutarnji.hr/vijesti/crna-kronika/afera-standovi-milan-bandic-i-jos-dvoje-suoptyuzenika-oslobodeni/7959220/> (dostupno 10. rujna 2019.)

10. Popis slika

Slika 7.1.1. Messi i Nevidljivi čovjek – NewsBar.hr, Izvor: <https://www.newsbar.hr/marvel-najavio-da-ce-messi-reprizirati-svoju-ulogu-nevidljivog-covjeka-i-u-sljedecim-avengersima/> (dostupno 9. rujna 2019.)

Slika 7.1.2. Slavlje Vatrenih – 24 sata.hr, Izvor: <https://www.24sata.hr/sport/formula-za-argentinu-dalic-na-messija-s-brozovicem-u-postavi-579145> (dostupno 9. rujna 2019.)

Slika 7.2.1. Stock fotografija – NewsBar.hr, Izvor: <https://www.newsbar.hr/odlicne-vijesti-na-ljestvici-ucinkovitosti-javnog-sektora-hrvatska-prestigla-venezuelu/> (dostupno 9. rujna 2019.)

Slika 7.2.2. Propast Hrvatske – Index.hr, Izvor: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/svjetsko-istrazivanje-hrvatska-ima-najgori-javni-sektor-nakon-venezuele/2031304.aspx> (dostupno 9. rujna 2019.)

Slika 7.4.1. Namjerni clickbait – NewsBar.hr, Izvor: <https://www.newsbar.hr/zabezeknut-cete-se-do-3-koljena-vidite-koliko-ova-beskucnica-slici-nives-celzijus/> (dostupno 10. rujna 2019.)