

**Boris Beck**

*Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu*

boris.beck@fpzg.hr

## **Paratekst bez teksta: novinski naslovi u stripu „Overkloking“ Dubravka Matakovića**

Dubravko Mataković istaknuti je hrvatski autor stripova, a serijal *Overkloking* objavljuje već niz godina svakog tjedna na portalu net.hr. Strip ima konstantnu formu jedne uspravne table sa šest sličica, a riječi likova nalaze se u balonima. Teme su redovno politički aktualne. Mataković je poklonik estetike ružnog zbog čega su likovi groteskni, nakazni i deformirani. Njihov izgled, ponašanje i djelovanje potiču gađenje do maksimuma, a aktualni društveni događaji izobličeni su. Jedan od načina za postizanje aktualnosti jest taj da likovi u stripu čitaju novine te potom komentiraju pročitano, odnosno poduzimaju određene radnje koje su apsurdne. Novine redovno imaju satirična imena, a naslovi imitiraju osobito dva modela iz stvarnih medija: dugačke senzacionalističke naslove i naslove koji mame čitatelja da kliknu na ponuđeni link, tzv. *click bate*. Riječ je o paratekstu koji dolazi bez teksta, to jest mi ne znamo što piše u tim novinama. Paratekst tako, umjesto da usmjeruje recepciju i interpretaciju teksta, služi kao izvor za njegovo razumijevanje. Na sličan način, izvrsna stvarnost Matakovićevih stripova redovno ima pouku koja, ma koliko se činila sarkastična, dosljedno promiče određeni moral. On se može očitati u negativu: budući da strip izruguje glupost, poročnost i pomodnost, Mataković očito zagovara razum, čestitost i autentičnost. Karikiranje čitatelja novina zapravo je postupak identificiranja čitatelja sa stripom; ujedno ima i snažnu autoreferencijalnu funkciju jer je upravo autor taj koji prati medije te ih komentira. Novinski naslovi kao paratekst na taj su način u središtu naracije: njih autor uočava u svijetu, na temelju njih nalazi temu i inspiraciju, oni su pokretači radnje u stripu, kroz njih iskazuje svoj svjetonazor i stav prema medijima općenito.

*Ključne riječi:* strip, novinski naslovi, satira, naracija, figurativnost

### **1. Uvod. Čitatelji fiktivnih novina**

U ovom se radu analizira prikaz novina te njihova čitanja i uloge u naraciji stripa *Overkloking* hrvatskog autora Dubravka Matakovića, napose iz vizure toga da su čitatelju dostupni samo nazivi novina i naslovi, dakle paratekst, a ne i sam novinski

tekst.<sup>1</sup> Serijal *Overkloking*<sup>2</sup> Mataković objavljuje od 2004., a na internetskom portalu net.hr od 2011. (URL 5) u tjednom ritmu; „priča je zamišljena tako da prati događanja vezana za svijet računala, no to se s vremenom razvodnilo i priča je proširena na dogodovštine jedne spaljene obitelji“ (Mataković prema URL 1). Strip ima konstantnu formu jedne uspravne table sa šest sličica, a riječi likova nalaze se u balonima. Taj se serijal „razlikuje od Matakovićevih prethodnih albuma (stranice su glatke), tematski album je zaokružen oko jedne jasne priče“ (URL 1), a to je redovno politički ili društveni aktualni komentar. Mataković je poklonik estetike ružnog zbog čega su likovi groteskni, nakazni i deformirani – njihov izgled, ponašanje i djelovanje potiču gađenje do maksimuma, a aktualni društveni događaji izobličeni su. Jedan od narativnih postupaka kojima se postiže aktualnost jest taj da glavni lik Vitomir ponekad čita novine te potom s drugim junacima komentira pročitano, odnosno poduzimaju se određene radnje koje su apsurdne, ali satirički izražavaju komentar autora na političku zbilju.

Autorski stav očituje se već u nazivima novina koja redovno imaju satirična imena što podsjećaju na stvarne dnevne listove (*Večernji jutroklek*, *Popodneveni Dopodnevnik*, *Sutrašnji Kusrač*<sup>3</sup>), specijalizirane časopise (*Majstor ukući*, *Svekrva – novine za ženske bolesti*, *Suvremeni homofob*), lokalne biltene (*Dožupljanski list*), stripove (*Pokojni Mirko i Slavko*, *Pajapatkov razvratnik*, *Metuzalemov zabavnik*). Naslovi novina ukazuju na to da se radnja zbiva u provinciji (*Vukojebičevački boguzaleđnik*) te da su u listovima izmišljotine (*Vragolasti nevjerojatnik*) i vulgarnosti (*Prikoprčiteljnik*, *Novi kapavačevački zamlatnik*). Satira, koja je „na podrugljiv i duhovit način izražena oštra osuda jednog društva ili ljudskih mana“ (*Rečnik književnih termina* 1985: 694) izruguje provincijalnost, siromaštvo i bolest što vladaju svijetom stripa; istovremeno se novine designiraju kao nešto trivijalno i efemerno, a takvom se prikazuje i sredina u kojoj se te novine čitaju. Budući da je „satiričko-sarkastični smijeh“ povezan s „očajanjem“ (Kon-

<sup>1</sup> Mataković se rodio u Ivankovu 1959, a diplomirao je 1983. na Grafičkom odjelu Akademije likovnih umjetnosti u Zagrebu u klasi prof. Ante Kuduza, dok je stripove s komentarima dnevno-političkih tema objavljivao u *Nedjeljnoj Dalmaciji* (1990.–2000.), *Panorami* (1995.–1997.) i *VOX-u* (2001.–2002.). Matakovića, primjerice, Zlatko Kozina, voditelj Odsjeka za vizualne i medijske umjetnosti Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku, smatra „jednim od najvećih strip crtača u jugoistočnoj Europi“ (URL 1), a postoji i niz vrlo pohvalnih komentara na njegovo stvaralaštvo na specijaliziranim portalima za strip u kojima se ističe „genijalan crni humor, groteska, kritika zaostaloga društva“ (URL 2). Mataković je objavio niz albuma stripova iz čijih se naslova već vidi sklonost apsurdnom, morbidnom i skatološkom, npr. *Sabrana nedjela* (1986.), *Pterodaktiličarstvo za početnike* (1992.), *Sabarana nedjela – sada i nekada* (1999.), *Čovjek s dvije jetre* (2000.) i *Govno* (2011.), s čime je u skladu i činjenica da je bio suosnivač glazbenog sastava *Septica*, u kojem je pjevao pod umjetničkim imenom *Govnar Smrti* (prema URL 3 i URL 11).

<sup>2</sup> *Overclocking* je termin iz informatičkog područja, a predstavlja „povećanje brzine sata komponente“ koja „uzrokuje da se izvrši više operacija u sekundi, ali također stvara dodatnu toplinu“ (URL 4).

<sup>3</sup> *Kusrač* je slengovska riječ, anagram od *sračku*, a postoji, npr., u uvredi u kojoj se nekoga pita *di je kusrač?*, no zapravo mu se reklo *jedi sračku* (URL 6).

stantinović 1991: 26) onoga koji mu se odaje, snižavanje novinskog diskursa može se razumjeti kao implicitna društvena kritika: prikazano je slika u negativu onoga kako bi svijet i ljudi trebali izgledati.

## 2. Naslov kao paratekst u funkciji informiranja i privlačenja

Paratekst je pojam u književnoj interpretaciji koji je uveo Gérard Genette pokazujući na koji je način glavni tekst autora okružen drugim tekstualnim materijalom koji ispisuju urednici, tiskari i izdavači. Te je okolne elemente nazvao paratekstom jer ih je smatrao okvirom za glavni tekst koji utječu na njegovu recepciju ili interpretaciju u javnosti, a tipično su to na tiskanom materijalu naslovnica, naslov, predgovor, pogovor, fusnote, impresum i slično, ali i grafičko oblikovanje ili izbor tipografije (v. Genette 1997.). Njegov neologizam „danas podrazumijeva tekst ne samo verbalnoga, književnoga karaktera već šireg semiotičkoga shvaćanja teksta/znaka, stoga se teorijom parateksta te njegovim pojmovljem koriste i teoretičari kulture, (digitalnih) medija, filmolozi, povjesničari umjetnosti, informatolozi, kulturolozi itd.“ (Buljubašić 2017: 20). U svijetu postoje brojne studije parateksta u književnosti, filmu, televiziji i drugim medijima (Kreimeier i Stanitzek 2004, Skare 2008, Gray 2010), hipertekstu i traduktologiji (Dalgaard. 2001, O’Sullivan 2005, Pellatt 2013), digitalnim medijima i kompjutorskim igrama (Birke i Birte 2013, Burk 2010), medijskim studijama, pretraživanju podataka i klasifikaciji (Paling 2002, Pecoskie i Desrochers 2013, Desrochers i Apollon 2014).

U stripu *Overkloking* ponekad vidimo Vitomira kako sjedi s rastvorenim novinama – ne vidimo što čita, ali vidimo naslove na prvoj i zadnjoj stranici lista, kao i naziv novina. Naslov, kao mala tekstualna forma, grafički je odvojen od ostatka teksta; to je „poruka sastavljena od jedne ili više riječi koje najavljuju naslovljeni tekst“ (Ivas 2004: 10), a može se reći da je on „tekst o tekstu, sažetak teksta, njegov graničnik, mjesto uvrćanja teksta“ (Katnić-Bakaršić 1999: 98). Nadalje, naslov se može smatrati „ključem za tumačenje“ teksta kojem prethodi (Eco 2000: 523), odnosno „uporištem“ za njegovo razumijevanje (Badurina 2005: 367). Takav odnos teksta i naslova nije bez proturječja jer je naslov svojevrsni podskup teksta, ali proces čitanja nije takav da se naslov dedukcijom izvede iz teksta, nego se tekst indukcijom shvaća iz naslova.

Genette naslov naziva „peritekstom“ (1997: 56) koji je istovremeno i dio teksta, i izložen pogledu publike, koji je „umjetni objekt, artefakt recepcije ili komentara“, a čitatelji ga mogu „odvojiti od grafičke i eventualno ikonografičke cjeline naslovnice“ (ibid.). Genette smatra da „paratekst bez teksta postoji, barem kao slučajnost“ (1997: 3-4), ako se, primjerice, tekst izgubi, a sačuvan nam je njegov naslov. Pritom daje primjere rubnih i vrlo rijetkih situacija u kojima je izgubljen tekst ili je riječ o neuspjelom tekstu, dakle riječ je o tekstovima kojima danas znamo jedino naslove, a o kojima informacije saznajemo posredno. Međutim, u stripu *Overkloking* imamo samo naslove, tako da na temelju njih moramo nagađati o mogućim člancima.

To je moguće jer naslovi moraju sažimati „tekst kojemu prethode u konkretnu obavijest tako da čitatelj (koji je pročitavši naslov već u osnovnim crtama obaviješten) može izabrati hoće li članak pročitati u cijelosti“, a također moraju i buditi radoznalost kod čitatelja „tako da on uopće ne može pogoditi o čemu se u članku govori“ (Hudeček i Mihaljević 2009: 188; usp. Reah 2002, Rudin i Ibbotson 2008). Te dvije funkcije naslova, privlačenja i informiranja, mogu biti i u proturječju, pri čemu u medijskom poslovanju prva funkcija ima prednost nad drugom, to jest „mediji će vrlo često događaj bez velikog značenja pretvoriti u šlager samo da bi zadovoljili formu“ (Malović 2005: 393), što dovodi do senzacionalističkog pristupa zbog borbe za publiku (usp. Molek-Kozakowska 2013, Kuiken i sur. 2017). U stripu *Overkloking* mogu se razaznati razni modeli senzacionalističkih naslova kako su već opisani u literaturi o medijima, o čemu će biti riječ u nastavku.

### 2.1. Informativni naslovi

Ulogu informativnih naslova Silić objašnjava kao „prenošenje sadržaja“, zbog čega u njima „glavnu ulogu imaju glagoli, glagolski oblici, glagolska vremena“ (2006: 89). Sadržaj novinskih vijesti su temeljne informacije o aktualnim događajima te se tipično izvješćuje o mjestu, vremenu i okolnostima njihova zbivanja, a po mogućnosti i o razlozima (usp. Mihovilović 2007, Dutta i Soumya 2013, Chen, Conroy i Rubin 2015); nedostaje li koja od tih sržnih obavijesti, govorimo o nepotpunoj vijesti (usp. Malović 2005: 193-196). Razvidno je da su u Matakovićevim stripovima mnogi naslovi informativni jer prenose određenu količinu informacija za koje se pretpostavlja da će se u vijesti upotpuniti i proširiti:

- Nije mu se sviđala zgrada Muzeja Dvanajste ličke, spomenik nulte kategorije, pa je srušio sebi na noge.<sup>4</sup>
- Bitevija (23) iz života na vazi pokazala trbuščić<sup>5</sup>
- S pijanim društvom do ranih jutarnjih sati rebalansirao proračunom pa se zajebo za devet nula.<sup>6</sup>
- U koloniji gubavaca se naglo povećao broj kljakavih nakon što se Đ. Š. (52) dokopao motorne pile.
- Glavom se pijan zabio u bankomat izvukavši protupravnu financijsku korist<sup>7</sup>
- Prulica Trogačić-Jovo. Svjetski doviceprvak u križaljkaštvu, napuhao 9,2 promila i riješio mamuticu unatraške<sup>8</sup>
- Klao perad pa mu prešlo u naviku

<sup>4</sup> Aluzija na slučaj u Splitu kada je izgređnik srušio spomenik sebi na nogu (URL 7).

<sup>5</sup> Reality show *Život na vagi* u kojem se pretile osobu natječu koja će više smršaviti.

<sup>6</sup> U vrijeme objavljivanja stripa vlada je donosila proračun.

<sup>7</sup> Aluzija na učestale pljačke bankomata.

<sup>8</sup> U doba policijske akcije protiv alkoholiziranih vozača.

Ti naslovi pokazuju da autor pomno prati aktualna politička i društvena zbivanja, ali ih figurativno dovodi do apsurdna, primjerice hiperbolom (usp. Bagić 2012) u prvom primjeru, a također su uočljive novotvorenice i razne pravopisne pogreške, što je obilježje cijelog Matakovićeve stvaralaštva. Doista je riječ o „okrutnom crnom humoru koji nije za ljude slabog želuca“ (URL 8), ali i o složenom odnosu prema senzacionalizmu. Znakovi senzacionalizma u medijima (v. *Kako prepoznati senzacionalizam u medijima*) uključuju, između ostaloga, nevažne teme, uvredljivi sadržaj, zadiranje u privatni život, uznemirujuće podatke i fotografije unesrećenih, što je sve zastupljeno u Matakovićevim fikcionalnim novinama. Izostaje, međutim, važan segment senzacionalizma, a to je izvješćivanje o glamuroznom svijetu, zbog čega se može reći da je „senzacionalizam negativni izraz banalnosti“ (Konstantinović 1991: 129). U Matakovićevim stripovima upravo je banalno i ružno podvrgnuto spektakularizaciji, što se posve uklapa u suvremenu medijsku praksu, a dojmu turopnosti doprinosi to što izostaje glamurozni odraz obične svakodnevice.

Isti se efekt vidi i u naslovima koji prepričavaju, to jest daju toliko informacija da je čitanje teksta potom suvišno. Njih Vasilj (2014: 125) naziva konkluzivnim (primjerice: „Rodio se s nabildanim pločicama na trbuhu i odmah umro te tako potvrdio da pločice nisu potrebne, jer da su potrebne s njima bismo se rodili“), a inače su tipični za tabloidno novinarstvo:

- Mute Bilmezlija (43). Duša od čovjeka dok ne popije, ravno 22 dana tukao ženu i devetero djece te tako oborio vlastiti rekord od 21 dan, 23 sata i 57 minuta, ušavši u Gujnosovu knjigu rekorda.
- Ustao se u pola 4, popio litru i pol rakije, naoštrio 27 noževa te zaklao 9 krmača, napravio tradicionalne proizvode i bio gotov do 9 sati, a da se sve to vrijeme samo 4 puta porezao i ostao bez samo dva prsta
- Alkoholizirani vozač puhaajući u dreger prebacio brojčanik koji je na kraju pokazao 0,0 promila. Vozač pušten.<sup>9</sup>

## 2.2. Nominativni i nominativno-informativni naslovi

Nominativni naslovi služe kada se „imenuje sadržaj“, zbog čega u njima „glavnu ulogu imaju imenske riječi: imenice i pridjevi“, a isključeni su glagoli i glagolski oblici, zbog čega su takvi naslovi lišeni „i radnje i vremena“ (Silić 2006: 89). Nominativni naslovi prikladni su za *lifestyle* rubrike u kojima informativnost vijesti nije na prvom mjestu, nego se više traži određena glamuroznost; takve naslove Mataković redovno koristi u parodiji *lifestyle* novinarstva (*Spužva Bob u ženskoj gimnaziji*, *King Kongove ljubavne zgrade i nezgode*, *Ron Jeremy: Moj život u sjemeništu 2*), televizij-

<sup>9</sup> Riječ je o figuri adinaton koja, kao i u mnogo drugih Matakovićevih primjera, prikazuje nešto nemoguće.

skih programa (*TV: najnoviji rijaliti šov – utrka pogrebne povorke kroz Hrvatsku*), recepata (*Klepetan na kiselo, Karpaćo od dva konja*), savjeta o zdravlju ljudi i životinja (*Kapavac – sifilis 21. stoljeća, Proljev teladi, Samomumifikacija skrotumske kese za radoznale*) i rubrika posvećenih misterijama (*Tajne novootkrivene piramide od govana*).

Figurativnost se postiže u spajanju nespojivog: lik iz crtanih filmova u erotskom kontekstu, *carpaccio* kao specijalitet u degutantnim količinama, dostojanstvo sprovođa u zamišljenoj utrci, veličanstvenost piramide suprotstavljena bezvrijednom i odvratnom materijalu od kojeg je načinjena. Takav se oksimoronski pristup očituje i u mješovitim naslovima koji u prvom dijelu sadrže imensku riječ, obvezno s brojem, a u drugom se pomoću glagola prenosi sadržaj: (*Top 25 zanimanja po županijama: najviše fali konobara i kuhara te gutača bakalja, plesača na štanzi, porno statista, blogera i influensera, 10 jednostavnih jela kojima ćete razveseliti karmine vaših najmilijih, Istjerajte goste iskuće. 7 najboljih načina za istjerat rodbinu iskuće*). Mataković parodira i najtipičniju riječ tabloidnog novinarstva, „šok“:

- Kralj piljevine 2 milijuna kubika šodera ostavio maći. Čimpanza u šoku!<sup>10</sup>
- Mokrio po kabelu dalekovoda, a onda je uslijedio šok
- U analnom otvoru pronašao ovo, a onda je uslijedio šok

Okrutnost i vulgarnost Matakovića pokazuju odmak od tradicionalnog političkog komentara,<sup>11</sup> ali i radikalnu odlučnost da se iskaže istina, ma kako neugodna bila – doduše, figurativno, čime se izbjegava pamfletizam.

### 3. Online medij pod krinkom novina

#### 3.1 Deiktičnost Matakovićevih naslova

Budući da je naslov „ključno mjesto teksta – njegov ulaz, kanal koji vodi u tekst, mamac“ (Ivas, 2014: 10), nije čudo da se razvio poseban tip naslova nazvanih *clickbate* ili *mamilica* (v. Potthast i dr. 2018, Bazaco, Redondo i Sánchez-García 2019). U *online* medijima naslov je još važniji nego u klasičnima jer je naslov često „jedino što korisnik vidi prije nego što otvori cijeli sadržaj“, a naslov mora „privući pažnju korisnika i potaknuti ih da kliknu na poveznicu“ (Brautović 2011: 70). Zato što je na *online* medijima izravna veza između atraktivnosti naslova, broja klikova korisnika i prihoda od oglasa (usp. Chen, Conroy i Rubin 2015, O’Donovan 2018, Canter i Franklin 2019), njihove strategije naslova razlikuju se od onih u tradicionalnim medijima. Jedna od tipičnih

<sup>10</sup> Karl Lagerfeld u oporuku je uključio mačku (URL 9).

<sup>11</sup> U tom je smislu indikativan sljedeći komentar: „Građanski vic Joška Marušića ili Ice Voljevice, dobio je ‘seljački’ pandan u kojem se likovi nisu libili kazati ono što doista misle“ (URL 10).

osobina je deiktičnost koja „predstavlja pokazivanje uz pomoć jezika“, a služi da bismo „ukazali na nešto što je u neposrednom kontekstu“ (Yule 2010: 93). Iako se u Matakovićevim stripovima čitaju novine, u naslovima su česte deikse, primjerice:

- Primila majstora ukuću, a onda joj je popravio ovo,
- Inuit Zmiu Tuki (42) razveselio svoju rodoskrvnu obitelj komadom kitova sala, a onda se dogodilo ovo<sup>12</sup>
- Jela je samo kljunove a onda se dogodilo OVO...<sup>13</sup>
- Većina pogrešno jede golubatinu. Ingušetljani to rade ovako:
- Rekli mu da je mrkva dobra za oči, a onda se dogodilo ovo...<sup>14</sup>
- Iz prtljažnika joj iskočio jajan. Uslijedio je prizor iz noćne more

Riječ je o tipičnim internetskim mamilicama (*clickbate*) koje nukaju korisnika da otvori ponuđeni sadržaj, a u načelu se nakon toga osjeća prevareno (v. Beck, Kanižaj, Lechpammer 2021). Matakovićeva ironija očito obuhvaća takvu medijsku praksu.

### 3. 2 Reklamni naslovi

Kod Matakovića se nalaze i reklamni naslovi za koje je tipično da se u njima „nudi sadržaj“, zbog čega „glavnu ulogu imaju poticajne (sugestivne) riječi, poticajna (sugestivna) sredstva (različita karaktera) i načini iskazivanja poticajnosti (sugestivnosti) (imperativi, upitnici, uskličnici, crtice itd.)“ (Silić 2006: 90). Naslovi su općenito „jedan od najbitnijih pokazatelja vrste novina, a time i njihove odgovornosti za javno djelovanje i ugled“ Ivas (2004: 12), a reklamni naslovi, kao i mamilice, jasni su pokazatelj tabloidnog i senzacionalističkog pristupa:

- Žena bez glave ponovno ljubi!
- Misterijumumi: S. Lojpur koji je 1963. nestao u Negotinu, jučer je viđen na saboru u Guči! Šuškvavac koji je imao u trenutku nestanka, bio je na njemu i potpuno nov!
- Razveselite pogrebnu povorku skrotumskom kesom iznenađenja
- Obilježite teritorijum u Čukkeškome moreuzumumu i sačuvajte skrotumsku kesu od sibirskog prakurjaka

Mataković, dakle, ne parodira samo novinstvo kao takvo, nego upravo internetsko novinstvo;<sup>15</sup> budući da i sam objavljuje na Internetu, te da u stripovima komentira druge

<sup>12</sup> *Zmiu Tuki* također je anagram (v. podrubnicu br. 2), a taj slengovski izraz znači *uzmi kitu*.

<sup>13</sup> Naslov je ispisan crvenom bojom.

<sup>14</sup> Uz taj naslov stoji slika čovjeka kojemu su u oči zabijene mrkve.

<sup>15</sup> Indikativan komentar na Internetu: „To što u Matakovićevim stripovima nema neonskih nebodera (ni struje kad smo već kod toga), ne znači kako oni ne pričaju o gradu i njegovim stanovnicima“ (URL 10).

internetske portale, može se zaključiti da je lik Vitomira istovremeno i parodija autora, i parodija čitatelja, te da je čitatelj fiktivnih novina u *Overklokingu* figura političkog komentatora – bilo Matakovića kao profesionalnog umjetnika, bilo čitatelja koji komentira neobvezatno u svakodnevi.

### 3.3 Naslovi s citatima sudionika

Naslovi s citatima osoba o kojima se piše također su već uočeni u stručnoj literaturi (v. Vasilj 2014: 125), a obilježja su tabloidnog tiska. Citati općenito unose govor jednog govornika u tekst drugoga, te se time u jedan kontekst unosi drugi (usp. Oraić Tolić 1990), a u novinstvu služe za ovjerovljavanje vijesti. Međutim, kada počnu prevladavati u naslovima, to je znak da je medij zahvaćen personalizacijom, to jest da se ne piše o temama nego o ljudima (usp. Beck 2010), što je pokazatelj trivijalizacije. U Matakovićevoj koncentraciji apsurdna, u izvrtanju klišea tabloida, citati samo doprinose općem satiričkom dojmu:

- Pripiti peradar s freze povraćao ženi po dekolteu i ničeg se ne sjeća: Mislijo sam da je to zbog sinkope, ali doktori su utvrdili da je zbog pušćanja struje u skrotum.<sup>16</sup>
- Svjedočio Klepetan<sup>17</sup> Kirk: „Nisam vozio brzo. Bio je drugi, treći WARP. Prešalto sam u ekonomik, kadli se iznenada ta starica našla pred vozilom. Više se ničega ne sjećam.
- Pijan u kroksicama vozio podmornicu pa ga trefila sinkopa. Probudio se pokraj meteorološke stanice na Biokovu: „Otkazao mi sekstant!“
- Udruga za zabranu fašističkih glasova traži zabranu slova U: „Tražimo i zabran ovog članka jer je korišteno kompromitirajuće slovo“, izjavio je Đro Jrić, pri čemu ni jednom nije izgovorio kompromitirajuće slovo.<sup>18</sup>
- Oslobođen optužbe: „Htio sam si pucat u glavu, kadli je skočila supruga: Nemoj, ja ću! Tako se ubila umjesto mene spasivši mi život.“<sup>19</sup>
- Zvijezda TV šova „Ženim sina među najbližom rodbinom“ opet u suzama: „Mama me vara s puno mlađom moga muža zaovine svekrve jetrvom i to utroje. A kuzen opet ljubi.“
- Migrantska obitelj od 9 ovdjetnika, 22 ginekologa, jednog astrofizičara i 7 filozofa zaustavljena na granici: „Nestalo nam je 14 novorođenčadi. Sad su bili tutena.“<sup>20</sup>

<sup>16</sup> U vezi s poznatim slučajem pomorske nesreće sa smrtnim ishodom gdje se optuženik branio da je doživio privremenu nesvjesticu, tj. sinkopu (URL 12).

<sup>17</sup> Klepetan je mužjak iz para roda koje su opsežno medijski popraćene (URL 13).

<sup>18</sup> Mataković dovodi do apsurdna zahtjeve za zabranom ustaških obilježja poput grba s početnim bijelim poljem ili pozdrava *Za dom spremni*.

<sup>19</sup> U povodu opetovanih slučajeva u kojima bi muževi ubili supruge.

<sup>20</sup> Ironična hiperbolizacija kao komentar polemika o tome jesu li izbjeglice s Bliskog istoka obiteljski ljudi ili vojni bjegunci te potencijalni radnici ili teroristi, a također i u vezi sa slučajem kada je uhićeni izbjeglica lažno prijavio nestanak djeteta (URL 14).

U ovim je naslovima uočljiv još jedan važan Matakovićeov postupak, a to je akumulacija, to jest nagomilavanje riječi (usp. Bagić 2012), koja je također u funkciji stvaranja groteske.

#### 4. Naracija i pouka

Paratekst, „diskurs koji je temeljno heteronomni, pomoćni i u službi čemu drugom, a ne sebi, što uspostavlja njegov razlog postojanja“ (Genette 1997: 12), ovdje je pokretač satiričnog efekta. Satira je „šok koji nas uzdrma i izazove kritičku promjenu perspektive“ (Critchley 2007: 43), a „svrha smijeha“ je „kazna“ (Bergson 1987: 109) onih koji su satiri izvrgnuti. Funkcija naslova u *Overklokingu* je uvođenje u temu, pri čemu Vitomir na početku stripa tipično drži raširene novine i komentira pročitano, u pravilu uz uzvik:

- Oho! Trošarine na alkohol te nikotin bi lako mogle otić gore što je dobro za zdravo<sup>21</sup>
- Oho! Počela škola! Po novom kurikulumu prvašići neće učiti pisana slova ni učiti jer pamte računala. Trebat će samo kad ustreba pronaći informaciju i upotrijebiti.<sup>22</sup>
- Untisunpora, sve više nezaposlenih mladih odlazi van. A ovi moji ni mrdac.<sup>23</sup>
- Untisunporairuda, Interpol vratijo međunarodnu potragu za Zsoltom Tamasom Hernadijem raspisavši čeralicu.<sup>24</sup>
- Koja sve jela možete pripremiti od ostataka uskrnsne hrane? Makaršta!<sup>25</sup>

Naslovi novina u stripu su precizna inverzija stvarnih online naslova, čime se čitatelja uvodi u društvenu problematiku koja se izvrgava satiri. Apsurdnost sadržaja, hiperbole, adinatonni, oksimoroni i akumulacije stvaraju izvrnutu stvarnost stripa koja, međutim, ima pouku. Deprecijativni i vulgarni *Overkloking*, uz brojne namjerne jezične i stilske pogreške, ma koliko sarkastičan, dosljedno promiče etiku koja se može očitati u negativu: budući da strip izruguje glupost, poročnost i pomodnost, Mataković očito zagovara razum, čestitost i autentičnost. Karikiranje čitatelja novina zapravo je postupak identificiranja čitatelja sa stripom; ujedno ima i autoreferencijalnu funkciju jer je upravo autor taj koji prati medije te ih komentira. Paratekst je u središtu naracije: naslove autor uočava u svijetu, na temelju njih nalazi temu i inspiraciju, oni su pokretači radnje u stripu, kroz njih iskazuje svoj svjetonazor i stav prema medijima općenito.

<sup>21</sup> Komentar na povisivanje trošarina.

<sup>22</sup> Komentar na informatizaciju škola.

<sup>23</sup> Čitatelj vidi naslovnici lista s naslovom: *800 autobusa dnevno na dan za Njemačku*.

<sup>24</sup> Riječ je o dugotrajnom međunarodnom sporu oko Ine.

<sup>25</sup> Časopis se ironično zove *Gladna kućanica*.

## Izvori

- URL 1: [http://www.osijek031.com/osijek.php?topic\\_id=24006](http://www.osijek031.com/osijek.php?topic_id=24006). Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 2: <https://www.stripovi.com/clan/velka031/6589/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 3: stripovi.com. <https://www.stripovi.com/enciklopedija/autori/dubravko-matakovic/409/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 4: <https://hr.if-koubou.com/articles/how-to/what-is-overclocking-the-beginners-guide-to-understanding-how-geeks-speed-up-their-pcs.html>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 5: net.hr. <https://net.hr/kategorija/webcafe/overkloking/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 6: <https://www.zargonaut.com/zili-mi-ruka>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 7: <https://www.novilist.hr/vijesti/hrvatska/staric-je-u-splitu-srusio-spomenik-radi-koncaru-koncar-mu-je-pao-na-nogu-i-slomio-mu-potkoljenicu/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 8: <https://www.stripovi.com/clan/oki/7345/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 9: <https://net.hr/hot/zvijezde/karl-lagerfeld-je-svoje-bogatstvo-ostavio-njoj-da-mi-za-kon-dopusta-ozenio-bih-je/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 10: <https://www.stripovi.com/recenzije/govno-govno-smzd-1-govno/1198/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 11: <https://www.novilist.hr/ostalo/kultura/izlozbe/kultni-strip-crtac-dubravko-matakovic-otvorio-prvu-postkorona-izlozbu/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 12: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/sto-je-to-sinkopa-koja-je-horvatincica-spasila-od-zatvora-foto-20171013>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 13: <https://www.vecernji.hr/lifestyle/najpoznatija-ljubavna-prica-dosla-je-svojem-kraju-klepetan-je-otisao-uginuti-1341435>. Pristup 19. srpnja 2020.
- URL 14: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/svada-sprajca-i-maje-sever-oko-nestale-sirijske-djevojci-cesto-da-te-cekam-na-jos-nekoj-drustvenoj-mrezi-ili-da-te-blokiram-sever-blokiraj-7872861>. Pristup 19. srpnja 2020.

## Literatura

- Badurina, Lada. 2005. Od teksta prema diskursu. U: *Od fonetike do etike* [ur. Pranjković, Ivo]. Zagreb: Disput, 363–372.
- Bagić, Krešimir. 2012. *Rječnik stilskih figura*. Zagreb: Školska knjiga.
- Bazaco, Angela; Redondo, Marta; Sánchez-García, Pilar. 2019. Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and method, *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 94–115.
- Beck, Boris. 2010. Medijski Olimp. Konstrukcija medijskih likova političara, menadžera, sportaša i umjetnika. U: *Mitski zbornik* [ur. Prica, Ines; Marjanić, Suzana]. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, 507–522.

- Beck, Boris; Kanižaj, Igor; Lechpammer Stela. 2021. Clickbait/mamilica: deset načina manipulacije kontekstom. U: *Vjerodostojnost medija: Medijska agenda 2020-2030* [ur. Jurišić, Jelena; Hrnjić Kuduzović, Zarfa]. Zagreb: Fakultet političkih znanosti i Zaklada Hanns Seidel, 89–101.
- Bergson, Henri. 1987. Smijeh. *O značenju komičnoga*. Zagreb: Znanje.
- Birke, Dorothee; Birte Christ. 2013. Paratext and Digitized Narrative: Mapping the Field. *Narrative* 21, 1, 65–87.
- Brautović, Mato. 2011. *Online novinarstvo*. Zagreb: Školska knjiga.
- Buljubašić, Ivana. 2017. Pojam parateksta Gérarda Genettea u okviru suvremene naratologije. *Anafora*, god. IV, br. 1, 15–35.
- Burk, Dan. 2010. Copyright and Paratext in Computer Gaming. U: *Emerging Ethical Issues of Life in Virtual Worlds* [ur. Wankel, Charles; Malleck, Sean]. Charlotte: Information Age Publishing, 33–53.
- Canter, Lily; Franklin, Bob. 2019. *Digital Journalism Studies: The Key Concepts*. London: Routledge.
- Chen, Yimin; Conroy, Niall J; Rubin, Victoria L. 2015. Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as “False News”. U: *Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection*, ACM, 15–19.
- Chen, Yimun; Conroy, Nadia; Rubin, Victoria. 2015. News in an online world: The need for an “automatic crap detector”. URL: <https://doi.org/10.1002/pra2.2015.145052010081>. Pristup 19. srpnja 2020.
- Critchley, Simon. 2007. *O humoru*. Zagreb: Algoritam.
- Dalgaard, Rune. 2001. Hypertext and the Scholarly Archive: Intertexts, Paratexts and Metatexts at Work. U: *HYPERTEXT '01: Proceedings of the 12th ACM Conference on Hypertext and Hypermedia*, 175–184.
- Desrochers, Nadine; Daniel Apollon (ur.). 2014. *Examining Paratextual Theory and its Applications in Digital Culture*. Hershey: IGI Global.
- Dutta, Soumya. 2013. Online Journalism and E-papers: A new age. *Communication Today* vol. 15, 76–85.
- Eco, Umberto. 2000. *Ime ruže*. Zagreb: Izvori.
- Genette, Gérard. 1997. [1987] *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gray, Jonathan. 2010. *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York i London: New York University Press.
- Hudeček, Lana; Mihaljević, Milica. 2009. *Jezik medija. Publicistički funkcionalni stil*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Ivas, Ivan. 2004. Tropi u novinskim naslovima. *Medijska istraživanja*, god. 10, br. 2, 9–34. *Kako prepoznati senzacionalizam u medijima*. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/kako-prepoznati-senzacionalizam-u-medijima/>. Pristup 19. srpnja 2020.

- Katnić-Bakaršić, Marina. 1999. *Lingvistička stilistika*. Budimpešta: Open Society Institute.
- Konstantinović, Radomir. 1991. *Filosofija palanke*. Beograd: Nolit.
- Kreimeier, Klaus; Georg Stanitzek (ur). 2004. *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*. Berlin: Akademie Verlag.
- Kuiken, Jeffrey i sur. 2017. Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, vol. 5(10), 1300–1314.
- Malović, Stjepan. 2005. *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Mihovilović, Maroje. 2007. *Profesionalni novinar. Kako u vijesti prepoznati temu*. Zagreb: Profil.
- Molek-Kozakowska, Katarzyna. 2013. Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines. *Discourse & Communication* 7 (2), 173–197.
- O'Donovan, Caroline. 2018. What is clickbait? URL: <https://www.niemanlab.org/2014/08/what-is-clickbait/>. Pristup 19. srpnja 2020.
- Oraić Tolić, Dubravka. 1990. *Teorija citatnosti*. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske.
- Paling, Stephen. 2002. Thresholds of Access: Paratextuality and Classification. *Journal of Education for Library and Information Science* 43, 2, 134–43.
- Pecoskie, Jen; Nadine Desrochers. 2013. Hiding in Plain Sight: Paratextual Utterances as Tool for Information-Related Research and Practice. *Library & Information Science Research* 35, 3, 232–240.
- Pellatt, Valerie. 2013. *Text, Extratext, Metatext and Paratext in Translation*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Potthast, Martin i sur. 2018. *The Clickbait Challenge 2017: Towards a Regression Model for Clickbait Strength*, URL: arXiv:1812.10847. Pristup 19. srpnja 2020.
- Reah, Danuta. 2002. *The Language of Newspapers*. London: Routledge.
- Rečnik književnih termina*. 1985. Beograd: Nolit.
- Rudin, Richard; Ibbotson, Trevor. 2008. *Uvod u novinarstvo, Osnovne tehnike i temeljna znanja*. Zagreb: MATE.
- Silić, Josip. 2006. *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika* Zagreb: Disput.
- Skare, Roswitha. 2008. *Christa Wolfs "Was bleibt"*. *Kontext – Paratext – Text*. Berlin: LIT Verlag.
- Vasilj, Miroslav. 2014. *Sportsko novinarstvo*. Zagreb: Synopsis.
- Yule, George. 2010. Definicije i pozadina pragmatike te deiksija i udaljenost. *Hrvatistika*, vol. 4 (4), 89–98.

## Satirical newspaper titles in the Dubravko Mataković comic strip „Overkloking“

Dubravko Mataković is a prominent Croatian author of comic books, and the Overkloking series is published for a number of years each week on the net.hr portal. The strip has a constant shape of an upright table with six pictures, and the words of the characters are in the speech balloons. Topics are regularly political and momentous. Mataković promotes aesthetics of ugliness, making the characters grotesque, faded and deformed. Their appearance, behavior and action stimulate disgust to the maximum, and current social events are distorted. One way of achieving the actuality is that the characters in the comic book read the newspapers and then make their comments, or take certain actions that are absurd. The newspapers regularly have satirical names, and the headlines imitate, in particular, two models of real media: long sensationalist titles and titles that attract readers to click on the offered link, so-called click bait. It is a paratext that comes without text, that is, we do not know what is written in these newspapers. The paratext thus, instead of directing the reception and interpretation of the text, serves as a source for its understanding. In a similar way, perverted reality of Mataković's comic strips has regularly a lesson that, as far as it is sarcastic, consciously promotes certain morals. It can be read in the negative: since the comic strips mock nonsense, vice and modern trends, Mataković obviously advocates reason, fairness and authenticity. Making a caricature of a newspaper reader is actually a process of identifying a reader with a comic book; it has also a strong autoreferential function as the author is the one who follows the media and comments them. Titles as a paratext are in the center of narrative: they are perceived by the author in the world, his theme and the inspiration are mediated by headlines, they are the initiators of the action in the comic strip, author expresses his opinion and attitude towards the media in general through them.

*Keywords:* comics, headlines, satire, narration, figurativeness

