

## KAKO DEFINIRATI ČASOPIS?

Pitanje *Kako definirati časopis?* doima se u najmanju ruku neobično jer se postavlja, s jedne strane, danas kada višestoljetna tradicija ovoga tiskanoga medija po nekim ocjenama doživljava ozbiljnu krizu te se, po istim mišljenjima, povlači pred novima, digitalnim medijima, s druge, jer se pita o nečemu što je obično i svakodnevno, dakle, općepoznato, da se i najmanje dovođenje u sumnju nečega što je po sebi tako razumljivo čini posve suvišno.

Međutim, je li baš tako?

Ne jednom uvjerali smo se da je naše znanje doista relativno, pa iako svi znamo što je novela, kada je treba razlikovati, npr. od kratke priče ili pripovijesti, počnemo se ozbiljno kolebati, ili – drugi primjer – autobiografija je nešto u čemu ćemo teško naići na neistomišljenika, kako je to svojedobno primijetio James Olney, ali krenemo li u njezino tumačenje, stvari počinju ozbiljno škripati. Napokon, uzmimo još nama ovaj čas bliži primjer feljtona, koji se nerijetko predstavlja kao književni oblik, a obratimo li se samo malo pažljivije prema vlastitome iskustvu u čitanju feljtona, vidjet ćemo da je riječ o nečemu što doista može uključivati književne forme, i to ne samo kratku priču, putopis, esej ili pjesmu u prozi, kako se to u novije vrijeme radi, već i neknjiževne – recimo, prirodosnanstvene tekstove kao što su oni iz biologije, fizike, astronomije, medicine i sl., drugim riječima, da – grubo rečeno – nije sadržaj ono što feljton čini feljtonom.

Slično je i s časopisima. S jedne strane imamo praksu, s druge teoriju, a na objema vrlo različite, nerijetko i isključive činjenice,

odnosno stavovi i tvrdnje. Npr. koji je zapravo prvi hrvatski časopis, a koje su prve novine? Je li “Danica” ili je “Kolo” prvi naš časopis? Je li “Danica” list, a “Kolo” časopis? I jesu li (Marjanovićeve) “Književne novosti” ili (Verničeve i Ladikine) “Književne novine” – časopis ili novine, odnosno, kako to da se trenutni Matičin “Vijencac” neko vrijeme deklarirao kao časopis, a “Hrvatskom slovu” ili “Zarezu” to nije palo na pamet? A što je s *almanasima*, pa s *kalendarima*, raznim *glasilima*, *smotrama*, *biltenima*, *listovima*, *albumima* i drugom *periodikom* koja već skoro dvjesto godina popunjava nacionalni kulturni prostor, a u njihovoj obradi i dalje vlada nesigurnost dotle da se i u katalogu kuće kakva je Nacionalna i sveučilišna knjižnica može naići na praktične probleme koji su posljedica ne samo neriješene klasifikacije, već same definicije najvećega dijela njezine građe.

Što se pak teorije tiče, i tu ćemo naići na poprilično šarenilo. U domaćoj strukovnoj sredini teorija se najčešće iscrpljuje u još uvijek metaforičkome metajeziku od toga da su časopisi *književni hambari*, ili *motori književnosti*, ili *pluća književnosti*, do toga da su *naraštajna gravitacijska središta*, ili pak *žarišta urbanizacija*, a da se – recimo, ovo posljednje – nikada nije pokušalo objasniti što to zapravo znači i kako da ta tvrdnja ne važi, recimo, za model starije hrvatske književnosti u kojoj je književni život baš urbano disponiran itd.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ostavljajući po strani brojne implikacije ovako tek naznačene časopisne situacije, zasad upozoravam na dvije ključne. Prva je pitanje periodizacije nacionalne književnosti, odnosno uobičajene (studijske) podjele na stariju i noviju hrvatsku književnost, pri čemu svi dosadašnji autori raznih periodizacijskih shema izostavljaju upravo medijski faktor kao kriterij. Druga implikacija ujedno je i najbolji indikator prve, a radi se o tome da žanrovsku obnovu preporodna hrvatska književnost zahvaljuje upravo pojavi novoga medija, tj. periodike, s njome pak publike i književne kritike, odnosno smjene ukusa – u konačnici pojave novele i romana, eseja i kritike, ali i feljtona i feljtonskoga stila itd. do – na makro-planu – smjene dviju kulturalnih paradigmi – tzv. oralne, odnosno auditive, i pisane, odnosno vizualne ili, makluanovski rečeno, linearne.

Međutim, i pokraj vlastite nedostatnosti svaki govor o našoj periodici, i kada je svjesno ili nesvjesno uzmicao pred potrebom načelnoga zavođenja reda, uključivao je neka rješenja, štovišće, nerijetko nudio i tipologiju pojava oblika, tj. pokušavao ovladati praksom.<sup>2</sup>

Drugim riječima, svako pa i puko administrativno bavljenje periodikom ipak je uključivalo neku teoriju, koja, istina u našoj sredini još nije bila i usustavljena, ali zato pokazuje sva tipična mjesta na kojima počiva relativno bogata istovjetna literatura u drugim, u prvome redu, germanskom i anglosaksonskom kulturnom prostoru.

Naime, krećući se načelno u sferi (na Zapadu inače prestižnoga!) studija publicistike i medija, zajedničko većini priloga o ovoj temi – osim, dakako, povijesne dimenzije – pitanje je definicije časopisa, a potom i pitanje tipologije koje je upravo u tijesnoj vezi s načelima razgraničavanja dvaju glavnih periodičkih oblika – časopisa i novina. Pažnja s ove razine potom se premješta na razinu strukture periodika bez obzira kojega tipa pri čemu se pokazuje intencija da se periodika promatra kao relativno autonomna kulturna činjenica s vlastitom – nazovimo je tako – “poetikom”, koju upravo zbog “poetike” nerado svrstavamo u književne činjenice, a zbog potencijalnoga književnoga supstrata jednako nerado je repuštamo poprilično dispartatnome “rodu” publicistike.

O čemu se radi?

Ponajprije, valja istaknuti kako su pokušaji definiranja ili barem opisivanja časopisnih fenomena – za razliku od odgovarajućih

---

<sup>2</sup> Tako, recimo, u doba SIZ-ovske podjele financijske potpore našoj periodičkoj sceni osamdesetih godina, komisije su za svladavanje svojega nimalo zahvalnoga zadatka stvarale vlastite klasifikacije i prema njima izvodile kriterije za veći ili manji komad od zajedničkoga financijskog nikada, dakako, dovoljnog kolača. U tim komisijama bili su i književni stručnjaci poput Milivoja Solara, Tonka Maroevića, Branka Bošnjaka, Branka Maleša i drugih, pa njihova izvješća valja uzeti u obzir kao prve pokušaje ozbiljnijega teorijsko-metodološkoga ovladavanja periodike u nas.

pokušaja vezanih uz novine – relativno novijeg datuma. Do polovice 19. st. za publicističku vrstu, koju danas obuhvaćamo skupnim pojmom časopisa, bila je uobičajena kategorijalna odrednica *žurnal (journal), dnevnik, mjesečnik* – dakako, kada hrvatski medijski prostor još u tome smislu miruje. Prateća kritička misao fenomen časopisa pokušavala je odrediti u njegovoj povijesnoj i tipološkoj raznolikosti, te je pritom najčešće operirala, a i danas operira, pojmom časopisa kao *tiskovine* ili *periodika*.

No, glavni problem s progresivno rastućom i tipološki sve šarenijom produkcijom postajao je upravo razgraničenje između novina i časopisa, dakako, manje negoli između časopisa i knjige. Polazeći u osnovi od najčešće i u tome smislu tipične definicija časopisa kao “povremene tiskovine koja najčešće izlazi u određenim terminima, a sadržaj joj je znanstvene ili beletrističke prirode” – kako, naime, glasi jedna od prvih definicija, Nijemca Jacoba Grimma – većina istraživača apstrahirala je nekoliko zajedničkih časopisnih obilježja.

Na prvome je mjestu *periodičnost*, tj. objavljivanje časopisa u nekim pravilnim vremenskim razmacima, najčešće od jednoga dana do jedne godine (tj. od dnevnika do almanaha), druga *aktualnost* časopisnoga sadržaja koji ne uključuje nužno samo suvremenu proizvodnju, već i onu prošlu, a koja suvremenosti ima što reći, treća je pak *univerzalnost*, odnosno *specijaliziranost* s obzirom na predmet koji svojim sadržajem može pokrivati, dok je četvrta *receptijska usmjerenost*, tj. ciljana ograničenost na određene korisničke grupe (profesionalne, socijalne, spolne i sl.). Neki autori ovima dodaju i *disponibilitet* kao petu važnu časopisnu značajku, a njome bi se trebalo odvojiti tiskarski od elektroničkih medija, koji svoj komunikacijski sadržaj vezuju uz unaprijed određenu programsku shemu, dok isti sadržaj pospremljen npr. u časopisu ili u novinama biva prenosiv, pa mu njegov korisnik može lako odrediti uvjete korištenja (mjesto, vrijeme, način...), drugim riječima, može njime raspolagati (disponirati).

Međutim, problem je u tome što su gotovo istim obilježjima, nerijetko i isti istraživači, opisivali i novinski medij, pa se postavlja

pitanje znači li to kako se u praksi novinska obilježja ne ostvaruju u čistom obliku ili pak i to kako časopisu nedostaje nešto čega novine imaju više. Drugim riječima, znači li to da se časopis može definirati tek onime što nije, tj. što nemaju novine, a ne i onime što ima samo on, tj. što časopis čini časopisom?

Ovakva pitanja potaknula su istraživače da se temeljitije pozabave *određivanjem granica* časopisnoga medija, odnosno limitiranjem pojedinih njegovih svojstava. Pa dok će jedni u tome smislu zagovarati dvojni definiciju – jednom za *stručne*, drugi put za časopise namijenjene *široj* javnosti po principu da je u prvima ograničen stupanj javnosti, ali ne i strukovna aktualnost, dok je u drugima situacija obrnuta (Walter Hagemann), drugi će, imajući neprestano u vidu pojam novina i njihove neograničenosti u pogledu *periodičnosti, aktualnosti, univerzalnosti i publiciteta* kao novinskih glavnih svojstava, doći do ključnoga časopisnog načela, a to je *ograničavanje neograničenog*, pa ako se novine mogu odrediti kao nešto neograničeno, časopis bi se – po riječima Otta Grotha – mogao odrediti kao nešto ograničeno.

Glavni, međutim, prigovor ovakvoj distinkciji išao bi na račun njezine “metafizičnosti”, a otuda i preuzetnosti, tj. da ovakvo određenje pretendira na to da pokriva sve, pa čak i još nepostojeće periodičke oblike, dok u isto vrijeme praksa, obilata proturječnostima i nesigurnostima, žudi upravo za što preciznijom, užom i zato operabilnijom definicijom časopisa, odnosno što jasnijim razlikovanjem od novina.<sup>3</sup>

Poznato je, naime, da se u svakodnevnom govoru ova dva pojma, *novine* i *časopis*, nerijetko upotrebljavaju kao sinonimi,

---

<sup>3</sup> Koliko sam puta, radeći u NSK na svojem projektu nacionalne književne periodike bio upitan od osoblja kako poneki periodik svrstati – u novine ili u časopise, a kako je i servisiranje korisnika tehnički uvjetovano istom potrebom, tj. razlikovanjem novina od časopisa, nerijetko su mi se naručeni časopisi “izgubili” među novinama i obrnuto. Ono što mi se pritom činilo zanimljivim činjenica je da se osoblje pritom uglavnom držalo formata, tj. veličine periodika kao ključnog kriterija. No, najviše problema zadavali su mi almanasi, koji su najčešće svrstani ne u časopisni, već u knjiški fond.

tj. da postoji sklonost da se pojam *novina* koristi i za one tiskane medije koje nedvojbeno pripadaju među časopise, ali i obrnuto. U njemačkoj kulturnoj praksi to se tumači time što se pojam *časopisa* (*Zeitschrift*), suprotno od pojma *novina* (*Zeitung*) nije razvio etimološki, već se radilo o pomoćnoj konstrukciji koja se javlja tek stotinjak godina nakon konstituiranja ovoga oblika komunikacije, i to kao zbirni pojam za publicistički fenomen i njegove pojave. Zato, prema mišljenju Günthera Kieslicha, ostaje neriješeno je li se novim rodnim pojmom *časopis* željelo obuhvatiti sve do tada uobičajene tipove i vrste ili samo jednu određenu vrstu.

Što se prakse tiče, ona i sama – vođena svojom logikom i razlozima – časopise najrazličitije deklarira – kao *rasprave*, *priloge*, *zbirke*, *pogled*e i sl., čak se u samome naslovu može istaknuti priopćajni oblik (*razgovori*, *pisma*, *listovi*, *radovi* i sl.), dok naslovi i podnaslovi nerijetko izražavaju osnovnu intenciju i odnos prema vremenu (npr. *starine*, *novosti*, *prinosi* itd.) ili pak predstavljaju alegoričku relaciju prema drugim institucijama te same sebe shvaćaju kao instituciju (najčešće npr.: *biblioteka* ili *knjižnica*). S druge strane, kategorijalni, tzv. vanjski pojmovi, bili su uobičajeni nazivi poput *efemeride*, *žurnal*, *magazin* ili pak *tjednik*, *mjesečnik*, *godišnjak* i slično.

Širenje komunikacijskih medija tijekom 19., a posebice 20. stoljeća višestruko raslojava časopisnu, odnosno periodičku morfologiju, jer su tome pogodovale s jedne strane društvene, s druge tehnološke okolnosti, što je potenciralo i cijeli niz čak administrativnih, a ne samo strukovnih problema u području egzaktnog određenja fenomena časopisa, njihova skladištenja i disponiranja.

Rezimirajući sve te pokušaje, a u prvome redu uvažavajući objektivne poteškoće u traženju općeprihvatljive definicije, spomenuti njemački autor Günter Kieslich upućuje na četiri teoretske i praktične mogućnosti, odnosno četiri puta daljnjega istraživanja:

1. slijediti precizni genealoški put, koji bi doveo do pouzdanog određenja fenomena časopisa;

2. odustati od obvezujuće definicije i pokušati što egzaktnije odrediti glavne tipove modernog časopisa;
3. dosadašnje pokušaje odbaciti te poći od toga da se časopis kao medij ne može primarno odrediti ograničavanjem bitnih novinskih obilježja, već ga se treba odrediti na temelju njegovih autonomnih funkcija u društvu i vremenu;
4. pokušaje čak radikalizirati, i to slijedom ovoga zaključka:

Na komunikacijskom planu časopis ne zanimaju priopćenja koja on donosi, a niti oblici u kojima se ta priopćenja javljaju, čak niti samo komunikacijsko sredstvo (tj. tip medija), već publicistički proces iniciran komunikacijskim sredstvom. Tako gledano, zaključuje Kieslich, definicija časopisa imala bi tek drugo-razredno značenje.

Iz vizure postmodernističke kulturne prakse čini se da bi se taj cilj mogao nazvati i proizvodnjom diskursa, čime se na mala vrata uključujemo u sferu najnovijih digitalnih tehnologija i časopisnih modifikacija. A ovdje pak tekst u tehnološkom smislu nije više samo posljedica tiska, već i svjetlosti, a to utječe također i na samu strukturu časopisnoga žanra – od urednika, preko priloga i suradnika do recipijenata, kojima je tehnički sada omogućeno da preuzimaju interaktivnu ulogu. Ovime ne samo da postaje upitna bilo koja tradicionalna definicija časopisa, već i sami tradicionalno definirani pojam medija, a s njime također i pojam teksta. Virtualna kultura sa svojim metamedijem pokazuje da može apsorbirati i oponašati svaki medij, pa tako i časopisni. Zato se nameće sljedeće pitanje: znači li to da je i pisana riječ zastarjela, tj. da je i časopis, jednako kao i tradicionalnu knjigu, vrijeme pregazilo?

Naprotiv, uvjeravaju moderni teoretičari medija rehabilitirajući pritom McLuhana i njegove naizgled prдавne vizije, to samo znači da u interaktivnome mediju njegovi sudionici mogu komunicirati i usmeno i pismeno i pomoću slika, a znači i to da ni uloge nisu više fiksirane, već su promjenjive, i to u realnome

vremenu i prostoru unutar komunikacije koja je nalik upravo govornoj. Potrošači postaju potrošači vlastitih poruka, a korisnici medija, tj. oni koje smo doskora zvali samo čitatelji ili publika, postaju njegovi manipulanti, što u konačnici dovodi do toga da i sam korisnik postaje medij kroz kojega djeluje – medij, tj. internet, odnosno – još preciznije: metamedij.

Oni koji utjehu traže u opipavanju požutjeloga lista kakve stare knjige ili časopisa, dakle, koji ostaju vjerni poklonici Gutenbergove galaksije, po svemu sudeći neće dugo uživati jer sve upućuje na to da je sve moguće, pa tako i taktilni virtualni prostor.