

Sintaktostilistička analiza novinskih naslova iz kulturne rubrike

Zbašnik, Tihana

Master's thesis / Diplomski rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:042872>

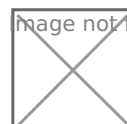
Rights / Prava: [In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Tihana Zbašnik

**Sintaktostilistička analiza novinskih naslova iz
kulturne rubrike**

(DIPLOMSKI RAD)

Rijeka, 2015.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kroatistiku

Tihana Zbašnik

Matični broj: 0009058906

Sintaktostilistička analiza novinskih naslova iz kulturne rubrike

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Hrvatski jezik i književnost

Mentorica: prof. dr. sc. Diana Stolac

Rijeka, 10. rujna 2015.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Metodologija rada	2
3. Teorijski pristup sintaktostilistici.....	4
4. Publicistički funkcionalni stil - novinski naslovi.....	8
5. Analiza novinskih naslova iz kulturne rubrike	14
5.1. Predikativnost.....	21
5.1.1. Infinitivizacija	23
5.1.2. Elipsa	26
5.2. Postupci nominalizacije	30
5.2.1. Dekomponirani predikat.....	32
5.3. Postupci ekspresivne sintakse – stilske figure	34
5.3.1. Leksičke figure	35
5.3.2. Leksičko-sintaktičke figure	39
6. Zaključak.....	44
7. Popis literature	49

1. Uvod

Ovaj se rad bavi sintaktostilističkim značajkama naslova iz kulturne rubrike koji su preuzeti iz internetskih izdanja triju hrvatskih dnevnih novina: *Jutarnjeg lista*, *Večernjeg lista* i *Novog lista*. Kako bismo pobliže odredili područje kojim ćemo se baviti, istaknimo da je sintaktostilstika disciplina koja proučava sve stileme na sintaktičkoj razini, odnosno njihovu funkcionalno-stilsku i ekspresivnu markiranost. To je „stilistička disciplina koja popisuje-opisuje-vrednuje izražajna sredstva i stilističke postupke na planu sintakse“ (Pranjić 1986: 195-196). Iz navedene je definicije vidljivo da sintaktostilstika spaja dvije jezične razine: sintaksu i stilstiku te utvrđuje na koji se način vrši izbor između različitih sintaktičkih elemenata. Stoga ćemo u ovome radu promatrati koji se sintaktički elementi odabiru pri oblikovanju naslova u kulturnoj rubrici i koja je njihova funkcija. Točnije, zanima nas što određuje izbor jedne sintaktičke jedinice umjesto druge s obzirom na to da se o stilogenosti može govoriti isključivo onda kada postoji mogućnost izbora. Zbog različitih ograničenja nećemo moći obuhvatiti sve elemente sintaktostilstike u građi koju smo prikupili. Upravo je ona odredila koje ćemo dijelove istaknuti - one koji su za naše istraživanje relevantni jer na različite načine pokazuju funkcionalno-stilsku i ekspresivnu markiranost. Prije analize nametnule su se određene pretpostavke koje ćemo ovim radom ili potvrditi ili odbaciti. Jedna od njih odnosi se na predikate kao temeljne rečenične dijelove, pa ćemo izdvojiti postupke infinitivizacije i elipsu. U skladu s tim su i postupci nominalizacije i ekspresivne sintakse koji će pokazati može li se uopće i u kojoj mjeri govoriti o stilskoj markiranosti u novinskim naslovima iz kulturne rubrike.

2. Metodologija rada

Izrada ovoga rada temeljila se prije svega na prikupljanju korpusa iz internetskih izdanja triju hrvatskih dnevnih novina, a potom na proučavanju i iščitavanju mnogobrojne literature koja je relevantna za pristup odabranoj temi. Bez obzira na koji se način pristupilo sintaktostilističkoj analizi, nužno je uključiti tri elemenata: „popisivanje, opisivanje i vrednovanje“ (Stolac 2008: 288). Zato se i u ovome radu započelo s popisivanjem građe, odnosno prikupljanjem novinskih naslova kako bi se oni kasnije mogli opisati i vrednovati. Prikupljanje je započelo u travnju i trajalo je do kraja srpnja 2015. godine, a obuhvaćalo je naslove iz kulturnih rubrika u internetskim izdanjima triju hrvatskih dnevnih novina: *Jutarnjeg lista*, *Večernjeg lista* i *Novog lista*. S obzirom na to da posljednje spomenute novine imaju dva internetska izdanja, treba napomenuti kako je izvor bilo otvoreno izdanje, a ne izdanje za pretplatnike. Sakupljena građa broji ukupno 180 nasumično odabranih naslova iz rubrike *kultura*, što znači da nije postojao kriterij prema kojemu su oni birani. Nisu preuzeti svi naslovi koji su toga dana objavljeni niti su oni birani na temelju određene jezične pojave, već isključivo na temelju slučajnosti. Najviše je njih preuzeto iz internetskog izdanja *Večernjeg lista*, što zbog preglednosti i dostupnosti naslova u arhivi, a što zbog toga što se čini kako upravo te novine više od *Jutarnjeg* i *Novog lista* prate kulturna događanja te u skladu s tim objavljuju i više članaka u vezi s temama iz kulture. Tako je ukupno 107 naslova preuzeto iz *Večernjeg lista*, 47 iz *Jutarnjeg lista*, a 26 iz *Novog lista*.

Prije analize valjalo se opredijeliti za sintaktičku i stilističku teorijsku koncepciju kojih je u suvremenome jezikoslovlju izuzetno mnogo. Jednoznačnost terminologije pridonosi izbjegavanju metodoloških nedoumica kako bi se mogli izvesti kvalitetniji zaključci. Od važnosti je bio rad Diane Stolac *Metodologija sintaktostilističkih istraživanja* koji se iščitao prije samoga početka te predstavlja osnovu na koju se nadograđivao svaki sljedeći korak u

istraživanju. Za bavljenje sintaksom važno je bilo djelo Radoslava Katičića *Sintaksa hrvatskoga književnoga jezika*, a što se tiče stilističkih teorija, relevantni su autori poput Antice Antoš, Marine Katnić-Bakaršić, Pierrea Guirauda i Georges-a Moliniera. Nakon ne baš jednostavnog definiranja i određivanja stilistike i njezinih sastavnica, uslijedilo je proučavanje njezine funkcionalne raslojenosti, točnije proučavanje funkcionalnih stilova, pri čemu se posebno iščitavala literatura o publicističkom funkcionalnom stilu s obzirom na to da predmet istraživanja čine novinski naslovi. Time se željelo ustvrditi koja su obilježja novinskih naslova i što u skladu s tim možemo očekivati. U tom se području, između ostalih, relevantnom pokazala literatura Josipa Silića, Anđele Frančić, Lane Hudeček i Milice Mihaljević, Mirte Gojević i Branka Tošovića. Nakon što su utvrđene teorijske postavke, krenulo se s konkretnom analizom prikupljenih novinskih naslova u čemu smo se služili radovima Milorada Radovanovića, Diane Stolac, Marine Katnić-Bakaršić, Lane Hudeček, Vlaste Rišner i ostalih kako bismo istaknuli i opisali konkretna sintaktostilistička područja kojima ćemo se baviti. Svaka se pojava u analizi potkrijepila primjerom novinskog naslova iz kulturne rubrike u kojem je i zabilježena.

3. Teorijski pristup sintaktostilistici

Stilistici se kao znanosti „kojoj je predmetom proučavanja – stil“ (Pranjić 1986: 193), za razliku od fonetike, morfologije i sintakse, dugo vremena nije posvećivala zaslužena pažnja, pa njezin status nije bio ravnopravan navedenim disciplinama. Štoviše, ostala je u sjeni retorike sve do kraja 19. stoljeća kada je lingvistika uznapredovala te je, uz pomoć metoda preuzetih iz prirodnih znanosti, počela proučavati i tu zapostavljenju disciplinu. Ponajviše su za to zaslužni predstavnici ženevske lingvističke škole Ferdinand de Saussure i Charles Bally, koji se smatraju „osnivačima moderne stilistike kao zasebne lingvističke znanosti“ (Antoš 1974: 9). Molinie (2002: 5) smatra kako je stilistika „na raskrižju „znanosti“ o jeziku i „znanosti“ o književnosti“. S tog su je aspekta promatrali i teoretičari književnosti Emil Staiger i Wolfgang Kayser isticanjem načela stilskog jedinstva i sklada književnoga djela, a osim toga, u proučavanju književnoga djela polazili su od njegova jezičnog izraza i time zakoračili u područje znanosti o stilu. Stil nije jednostavno definirati na što upućuju i mnogobrojne, ali neprecizne i često višeznačne definicije koje nalazimo u stručnoj literaturi. Neujednačenost je vidljiva i u terminologiji jer anglosaksonski lingvisti ponekad umjesto termina *stil* koriste termin *registar*. U tom se smislu razlikuje se, primjerice, formalni i neformalni ili pak profesionalni i svakodnevni registar. Tako shvaćen, registar se približava pojmu funkcionalnog stila, o čemu će biti riječi u sljedećem poglavlju.

Stil se najčešće određuje kao „način pisanja“ (Guiraud 1964: 5), „način da se izrazi misao posredstvom jezika“ (Guiraud 1964: 6) odnosno „način (vid i kvalitet) na koji se jezičnim izrazom služi s jedne strane zajednica, a s druge strane pojedinac“ (Antoš 1974: 10). U svim se trima definicijama ističe riječ *način* koja nužno podrazumijeva „i mogućnost i nužnost izbora među jezičnim sredstvima“ (Antoš 1974: 10), što znači da „govornik ima alternativu, ili izbor - onaj način koji bi se mogao izabrati umjesto ovoga načina“ (Kalogjera 2002:

133). Taj izbor nije u potpunosti slobodan, već s jedne strane ovisi o onome što želimo reći, odnosno određuje ga misao koju želimo izraziti, a s druge je strane ograničen normom koju propisuje normativna gramatika, što znači da nećemo koristiti gramatički pogrešne izraze niti ćemo izraze oblikovati tako da nisu u skladu s onime što mislimo. Ograničenja takvoga karaktera nužna su zbog jedne od temeljnih funkcija jezika – sporazumijevanja. No, premda ona postoje, to ipak ne znači da je izbor u potpunosti njima ograničen jer „ni norma ni izbor, ni misao ni izraz nisu statične ni zauvijek date kategorije“ (Antoš 1974: 11). Kad bi tome bilo tako i kad bi te kategorije bile u potpunosti izjednačene, stilistika ne bi postojala. Prema tome govorimo o stilističkoj vrijednosti koja pretpostavlja postojanje nekoliko izraza za istu ideju, odnosno o „stilističkim varijantama od kojih svaka predstavlja jedan poseban način izražavanja istog pojma“ (Guiraud 1964: 37). Upravo činjenica da jednu misao možemo izraziti različitim jezičnim instrumentarijem govori o bogatstvu i živosti svakoga jezika te pokazuje razinu našeg poznavanja ili nepoznavanja tog istog jezika.

Osnovna je stilistička jedinica stilem i on postoji na svakom području stilistike te se tumači kao „jedinica koja nosi određenu stilsku informaciju“ (Katnić-Bakaršić 2007: 40), odnosno „jedinica pojačanja stilske izražajnosti“ (Antoš 1972: 12). Stilemi postoje u svim funkcionalnim stilovima, a s obzirom na jezičnu razinu koja se promatra dijele se na grafostileme, fonostileme, leksikostileme, semanostileme, sintaksostileme i tekstostileme. Stilemi predstavljaju odstupanje od norme, od očekivanog i nose dodatne informacije, odnosno prenose dodatne stilističke obavijesti (Čale 1973: 9). Ključan je faktor stoga element „predvidljivosti, odnosno nepredvidljivosti jezične jedinice u nekom kontekstu“ (Katnić-Bakaršić 2007: 40). Prema tome, što je veći stupanj začudnosti u izboru nekog stilema, to je njegova stilogenost veća, a promatranje te stilogenosti primarni je zadatak stilistike. Jezične jedinice mogu biti stilski markirane ili obilježene, što znači da nose dodatna stilska obilježja u odnosu na one koje nazivamo neutralnima. Međutim, „stilogenost nije apsolutna i svakom

stilemu imanentna osobina“ (...), već se može „odrediti tek upotrebom te jedinice, načinom njenog funkcioniranja“ (Katnić-Bakaršić 2007: 41). To znači da će i stilski neutralna jezična jedinica upotrijebljena u neuobičajenom kontekstu postati stilogena.

Da je stilistika danas ravnopravna fonetici, morfologiji i sintaksi, pokazuje i postojanje brojnih stilističkih škola ili pravaca. Ona koju je ovdje važno spomenuti jest strukturalna lingvistička stilistika čiji predstavnici smatraju da se „rigoroznim lingvističkim tehnikama s jedne strane mogu dublje i preciznije analizirati književni tekstovi, odnosno odrediti njihov stil, a s druge strane mogu se analizirati i svi drugi tipovi tekstova, ne samo književni“ (Katnić-Bakaršić 2007: 45). Predmet njezina proučavanja može biti jezik književnog djela, određenog pisca ili grupe pisaca ili se pak može baviti analizom pojedinih tipova tekstova (kao registra ili kao grupnih stilova). Budući da je lingvistička stilistika „usmjerena na proučavanje prirodnog ljudskog jezika kao sistema znakova koji ima svoju strukturu, kao i svoje podsisteme (potkodove)“ (Katnić-Bakaršić 2007: 26), nezaobilazno je ovdje spomenuti i semiotiku koja je s njom u uskoj vezi jer „široko shvaćena, stilistika nije samo lingvistička disciplina nego i semiotička“ (Katnić- Bakaršić 2007: 29). Semiotika se bavi proučavanjem znakova (ikona, indeksa i simbola) koji se različito klasificiraju, mogu imati različite dimenzije i različita značenja. Za lingvističku su stilistiku osobito važne dvije njegove vrijednosti: konotativna i denotativna. Ako želimo odrediti denotativnu vrijednost znaka, onda znak promatramo objektivno, odnosno kao „znak po sebi“ (Katnić-Bakaršić 2007: 28). S druge pak strane, on može imati i neka dodatna značenja ili „subjektivne vrijednosti“ (Katnić-Bakaršić 2007: 28) i u tom slučaju određujemo njegovu konotaciju.

Jedno od područja lingvističke stilistike na kojem se i temelji ovo istraživanje jest sintaktostilistika koju čini spoj dviju disciplina: sintakse kao „dijela gramatike koji proučava rečenično ustrojstvo“ (Katičić 2002: 21) i stilistike koja istražuje stil. Krunoslav Pranjić (1986: 195-196) navodi kategorije

lingvističke stilistike pa, između ostaloga, spominje i sintaktostilematiku koja „popisuje-opisuje-vrednuje izražajna sredstva i stilističke postupke na planu sintakse (proučava gramatička sredstva pomoću kojih se riječi spajaju u rečenične cjeline)“. Osnovna je jedinica sintaktostilistike sintaksostilem i njegova „funkcionalno-stilska i ekspresivna markiranost“ (Katnić-Bakaršić 2007: 250), što znači da se bavi „ekspresivno-impresivnim vrijednostima, afektivnim odnosom prema predmetu suda“ (Antoš 1972: 95). Najjasnije se to vidi kada, primjerice, umjesto uobičajenoga iskaza, odnosno logičko-gramatičkog reda u rečenici *Vozim auto* upotrijebimo iskaz *Auto vozim* u kojem se očituje drugačiji odnos prema iskazu, a vidljiv je u inverziji (subjekt – predikat umjesto neutralnoga predikat – subjekt). Tako ponovo dolazimo do mogućnosti izbora između navedenih dviju varijanti u kojima je logički smisao jednak, ali je različit stil. Sintaktostilistika se bavi upravo ovakvim tipovima iskaza u kojima ćemo uobičajeno, očekivano (subjekt – predikat – objekt) zamijeniti neuobičajenim, neočekivanim tako što ćemo na istaknuta mjesta u rečenici staviti one dijelove koji su najafektivniji, pri čemu su „najistaknutija mjesta u rečenici prvo i zadnje, a najmanje je istaknuto srednje mjesto u rečenici“ (Antoš 1972: 96). Ona također promatra kako se ista misao može izraziti različitim tipovima rečenica pri čemu uzročno-posljedična veza ostaje ista, razlikuje se samo njihov oblik i to ponovo kao posljedica ekspresivno-impresivnih vrijednosti. Takve stilističke vrijednosti bit će predmetom ovoga istraživanja, no da bismo s njime mogli započeti, moramo se najprije osvrnuti i na publicistički funkcionalni stil, točnije na jezik novinskih naslova.

4. Publicistički funkcionalni stil - novinski naslovi

Jezik se najopćenitije može podijeliti na govor i pismo u kojima se u praksi ostvaruje. Međutim, uzmu li se u obzir i drugi kriteriji, možemo govoriti o različitim tipovima njegova raslojavanja. Prema sociolingvističkom kriteriju razlikujemo socijalno, teritorijalno, individualno i funkcionalno-stilsko raslojavanje. Ovo posljednje najznačajnije je za stilistiku, osobito za funkcionalnu stilistiku, pa ćemo se na njemu duže zadržati. Hrvatski je standardni jezik polifunkcionalan što znači da se prilagođava potrebama društva i 'obnaša' različite funkcije u različitim područjima, a ta su područja znanost, administracija, književnost, mediji i svakodnevna komunikacija. U skladu s tim najčešće se unutar funkcionalno-stilskoga raslojavanja navodi pet funkcionalnih stilova hrvatskoga standardnog jezika: „znanstveni, administrativno-poslovni, novinarsko-publicistički, književnoumjetnički i razgovorni stil“ (Silić 2006: 36). U svakom od navedenih stilova jezik funkcionira u skladu s određenim pravilima, odnosno svaki od njih ima drugačiji odnos prema normi hrvatskoga standardnog jezika. Navedeni se stilovi međusobno razlikuju s obzirom na stupanj dopuštene individualnosti. „Što je odnos prema normi obvezatniji, manji je stupanj dopuštene individualnosti“ (Hudeček, Mihaljević 2009: 9). Književnoumjetnički i razgovorni funkcionalni stil u tom su smislu najslobodniji, dok je znanstveni ponajviše ograničen standardnojezičnom normom. Osim što se međusobno razlikuju, svaki stil ima i onaj zajednički, opći dio, a odnosi se na stilski neutralan segment standardnoga jezika.

Nama je ovdje osobito zanimljiv novinarsko-publicistički funkcionalni stil definiran kao „stil javne komunikacije koji se ostvaruje u govornome i pisanome mediju i njime se služe novinari i publicisti pišući tekstove za dnevne novine, časopise i ostale tiskovine te vodeći emisije na radiju i televiziji“ (Gojević 2009: 23). On je zbog brojnih žanrova i različitih funkcija najsloženiji funkcionalni stil hrvatskoga standardnog jezika. Njegova funkcija može biti „informativna,

propagandna, pedagoška, zabavna, prosvjetiteljska, agitativna ili pak populizatorska“ (Silić 2006: 77). Unutar publicističkog funkcionalnog stila Marina Katnić-Bakaršić (2007: 67) razlikuje žurnalistički koji se „vezuje za sferu svih medija – novina, radija, televizije, a sadrži dva podstila: informativni i informativno-analitički te publicistički koji se dijeli na književno-publicistički, publicistički u užem smislu, memoarski i naučno-popularni podstil“. Publicistički stil realizira se u različitim medijima: u novinama, ali i u većim publikacijama poput knjiga, TV-serija i ciklusa radio-emisija. Žurnalistički stil je stil masovnih medija i karakterističan je za novine, radio i televiziju. Dvije su njegove osnovne funkcije: referencijalna i konativna, što znači da su na prvome mjestu priopćavanje i usmjeravanje na adresata, odnosno uvjeravanje. I unutar ovoga stila nailazimo na žanrovsku raznovrsnost, pa se razlikuju informativni i analitički žanrovi. Neki se od njih javljaju u svim medijima (primjerice vijest i komentar), dok su drugi specifični samo za pojedine medije (kontakt-emisija). Poruka koja se odašilje posredstvom tih medija namijenjena je velikom broju adresata. Medij određuje i njezina pošiljatelja i njezina primatelja, a osim toga važnu ulogu ima i „kontekst (od političkog i društvenog sistema do idejne ili ideološke potke) te sama poruka (vrsta novina, rubrike, teksta)“ (Škiljan 1986: 4) iz čega proizlaze specifične jezično-stilske karakteristike.

Specifične se jezično-stilske karakteristike očituju i unutar posebno važnog segmenta žurnalističkoga stila – novinskih naslova koji čine okosnicu ovoga istraživanja. Naslov čine „riječi koje izražavaju sadržaj dijela knjige ili teksta“ (Anić 1998: 593). Oni su općenito vrlo važni jer je njihova uloga presudna: često samo o njima ovisi hoće li tekst ili knjiga uopće biti pročitani, odnosno njima se nastoji „privući čitatelja da novine kupi i pročita“ (Petriševac 2009: 31). Josip Silić (2006: 89) dijeli ih na „nominativne, informativne i reklamne“. Nominativnim se naslovima imenuje sadržaj, pa su zbog toga pretežito sastavljeni od imenskih riječi. Ako se pak rabe glagolske riječi, ukinuta im je kategorija vremena i radnje i to tako da su ili u potpunosti isključeni iz

strukture ili su pak pretvoreni u glagolske pridjeve, glagolske imenice i odnosne rečenice. U prikupljenome korpusu takvih naslova ima 74, što otprilike iznosi 42%:

- (1) *Pjevački dosezi novih generacija opernih talenata.*
(<http://www.novilist.hr/Kultura/Kazaliste/Pjevacki-dosezi-novih-generacija-opernih-talenata>, 15. srpnja 2015.)
- (2) *Pulitzer povjesničaru Anthonyju Doerru za iznimnu ratnu priču.* (<http://www.vecernji.hr/knjige/pulitzer-povjesnicaru-anthonyju-doerru-za-iznimnu-ratnu-pricu-1003573>, 14. srpnja 2015.)

Međutim, najviše ima naslova koji su informativnog karaktera. Njih je ukupno 99, odnosno 55%. Informativnim se naslovima prenosi sadržaj, pa je logično da u njima glavnu ulogu imaju glagoli, glagolski oblici i vremena, upitne riječi i načini prijenosa vijesti o sadržaju rečeničnim znakovima:

- (3) *ŠTO SE NUDI STRANIM TURISTIMA ZA ČITANJE NA PLAŽI? Nova izdanja hrvatskih pisaca prevedena za strane čitatelje.* (<http://www.jutarnji.hr/sto-turisti-citaju-tiskana-nova-izdanja-prijevoda-hrvatskih-pisaca-za-strane-citatelje-u-hrvatskoj/1383252/>, 15. srpnja 2015.)
- (4) *Frljić dao otkaz Nadi Matošević Orešković; obrazložio ga njenim nastupom u Genovi bez dozvole.*
(<http://www.novilist.hr/Kultura/Kazaliste/Frljic-dao-otkaz-Nadi-Matosevic-Oreskovic-obrazlozio-ga-njenim-nastupom-u-Genovi-bez-dozvole>, 15. srpnja 2015.)

Treću skupinu čine reklamni naslovi kojima se sadržaj nudi, pa se u tu svrhu koriste poticajne riječi i načini iskazivanja poticajnosti (imperativi i rečenični znakovi poput uskličnika i crtice). Takvih je naslova u analiziranoj građi znatno manje negoli informativnih i nominativnih, što je i očekivano s obzirom na to da se u kulturnim rubrikama rijetko nešto nudi ili reklamira. U iznimnim se

slučajevima publiku poziva na određeni koncert, premijeru filma, predstavu ili tome slično:

- (5) *VIDEO: SLAVEN KOSANOVIĆ LUNAR Pogledajte u minuti kako nastaje mural slavnog hrvatskog graffiti umjetnika.*
(<http://www.jutarnji.hr/video--slaven-kosanovic-lunar-pogledajte-u-minuti-kako-nastaje-jedan-mural-najslavnijeg-hrvatskog-graffiti-umjetnika/1375727/>, 15. srpnja 2015.)
- (6) *Ne propustite novi broj vaše omiljene Strip revije.*
(<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/ne-propustite-novi-broj-vase-omiljene-strip-revije-991620>, 7. srpnja 2015.)

Naslovi su obično lišeni svoga konteksta, odnosno „daju se u općemu vidu“ (Silić 2006: 90) te zato ponekad dobivaju i podnaslove kojima se njihov sadržaj konkretizira ili se pak sam naslov lokalizira i to tako da se na početku navodi mjesto u kojem se što zbilo, a potom slijedi opis događaja:

- (7) *Galerija La Cisterna: Otvorena izložba slikara Dalibora Laginje.* (<http://www.novolist.hr/Kultura/Izlozbe/Galerija-La-Cisterna-Otvorena-izlozba-slikara-Dalibora-Laginje>, 6. lipnja 2015.)
- (8) *ROVINJ Kako je Cassandra Wilson s ritam sekcijom Nicka Cavea oživjela Billie Holiday*
(<http://www.jutarnji.hr/cassandra-wilson-s-ritam-sekcijom-nicka-cavea-ozivjela-billie-holiday/1382748/>, 14. srpnja 2015.)

Sličan je postupak i s naslovima kojima se prenosi glavni i za temu relevantan i najzanimljiviji dio nečijega govora. Interpunkcija u takvim primjerima najčešće izostaje, što potvrđuje Silićevu opasku da se takvi naslovi „ne opremaju uobičajenom jezičnom i pravopisnom normativnošću: navodnicima, primjerice“ (2006: 90):

- (9) *Edo Popović: Hrvatsku ne mogu izvući iz blata oni koji su je tamo gurnuli* (<http://www.novolist.hr/Kultura/Ostalo/Edo->

Popovic-Hrvatsku-ne-mogu-izvuci-iz-blata-oni-koji-su-je-tamo-gurnuli, 21. lipnja 2015.)

S druge pak strane, Lana Hudeček (2006: 300) navodi kako je u „naslovima često citiranje upravnim govorom i to tako da se ne navodi čije se riječi citiraju, a citat se nalazi u navodnicima“. Treba, međutim, napomenuti kako se u navedenim primjerima umjesto navodnika pogrešno upotrebljava izostavnik. Pokazalo se kako je to česta praksa novinara u *Večernjem listu*:

- (10) '*Satiri su najjača konkurencija oni koji su danas na Markovu trgu*' (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/satiri-su-naj-jaca-konkurencija-oni-koji-su-danas-na-markovu-trgu-1007499>, 27. svibnja 2015.)
- (11) '*MUP se ponaša kao da je instruiran od Islamske države*' (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/slucuj-houellebecq-mup-se-ponasa-kao-da-je-instruiran-od-islamske-drzave-1005662>, 15. svibnja 2015.)
- (12) '*Rekvizit mi je i publika da se vidi dokle seže voajerizam*' (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/anica-tomic-rekvizit-mi-je-i-publika-da-se-vidi-dokle-seze-voajerizam-1007043>, 24. svibnja 2015.)

Naslovi, kao i podnaslovi i nadnaslovi, smatraju se jakom pozicijom svakog teksta bez obzira na njegovu funkcionalno-stilsku pripadnost. To znači da predstavljaju svojevrsna „smisaona i stilistička „čvorišta“ teksta, mjesta koja su po svojoj poziciji u tekstu i po svojoj formi izuzetno značajna za razumijevanje toga teksta“ (Katnić-Bakaršić 2007: 261-262).

Njihov je zadatak da prenesu osnovnu informaciju o sadržaju (referencijalna funkcija) te da privuku pažnju adresata (konativna funkcija), odnosno da ga „sažeto, zanimljivo i inteligentno upozore na glavnu misao članka koji slijedi“ (Hudeček 2006: 297), a u tu se svrhu „koriste slikovita i ekspresivna sredstva“ (Tošović 2002: 245), izreke i poslovice te njihove parafraze, postavljaju se

retorička pitanja ili se pak direktno obraća čitatelju. Sve navedene karakteristike vrlo su značajne zbog toga što i sami autori shvaćaju važnost recipijentova prvog susreta s naslovom koji je najčešće presudan za daljnje čitanje teksta: „provokativni, kratki naslovi lišeni konteksta iz kojeg su potekli te konkretizirani naslovi ono su što čitatelje privlači i zbog čega će se posvetiti nekom članku“ (Kojčinović 2014: 48). Stoga u naslovima vrlo često dolazi do premještanja težišta s konativne i referencijalne na poetsku funkciju, odnosno poruka postaje usmjerena na sebe samu. Upravo je zato „ekspresivnost i stilogenost naslova zanimljivo i nezaobilazno područje u proučavanju žurnalističkog stila“ (Katnić-Bakaršić 2007: 154). Tim ćemo se segmentom novinskih naslova baviti u ovome istraživanju, a pristupit ćemo mu sa sintaktičke razine, iako će dijelom biti uključene i pravopisna, semantička i leksička razina s obzirom na to da stilogenost rečenice ne proizlazi samo iz obilježenosti sintaktičkih elemenata nego i ostalih jezičnih sastavnica. Naslov se određuje kao kondenzirani tekst čija je primarna funkcija privući pažnju čitatelja i zainteresirati ga za čitanje teksta, pa ova analiza, osim navedenog, djelomično uključuje i kognitivnolingvistički i pragmalingvistički aspekt.

5. Analiza novinskih naslova iz kulturne rubrike

Kao što je ranije navedeno, ova analiza temeljit će se prvenstveno na promatranju novinskih naslova kao sintagmi ili rečenica (i po strukturi i po funkciji) jer je rečenica „glavna sintaktička jedinica“ (Katičić 2002: 22) te na izdvajanju sintaksostilema i njihove funkcionalno-stilske i ekspresivne markiranosti, čime su obuhvaćene obje sastavnice iz naslova ovoga rada: sintaksa i stilistika. Statistički podaci pokazuju kako najveći broj naslova (152), s obzirom na priopćajnu svrhu, ima formu izjavne rečenice:

- (13) *Publika najbolje reagirala na konkretne ubojite histrionske žaoke.* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/publika-najbolje-reagirala-na-konkretne-ubojite-histrionske-zaoke-1014512>, 5. lipnja 2015.)

Upitnih rečenica ima ukupno 19, a uskličnih samo 9:

- (14) *Što povezuje Tončija Huljića, Delu Hadžiselimovića, Edwarda Snowdena i Nedžada Begovića?* (<http://www.vecernji.hr/film/sto-povezuje-toncija-huljica-delu-hadziselimovica-edwarda-snowdena-i-nedzada-begovica-1013529>, 6. srpnja 2015.)
- (15) *Otkrijte jesu li vam preci sudjelovali u Gupčevoj buni!* (<http://www.vecernji.hr/otkrijte-jesu-li-vam-precu-sudjelovali-u-gupcevoj-buni-36671>, 12. travnja 2015.)

U prikupljenim primjerima interpunkcijski se znakovi najčešće ne bilježe, što u ovome slučaju pokazuje čak 131 (otprilike 73 %) od 180 prikupljenih naslova. Izuzev nekoliko primjera, točka izostaje na kraju izjavnih rečenica, a upitnik se vrlo često izostavlja iako započinje upitnom riječju i ima formu i značenje pitanja:

- (16) *Ivor Martinić je hrvatski pisac koji najbolje poznaje žensku dušu* (<http://www.jutarnji.hr/ivor-martinic-je-hrvatski-pisac-koji-najbolje-poznaje-zensku-dusu/1277096/>, 19. lipnja 2015.)
- (17) *Zašto se od naive odustalo kao od brenda* (<http://www.vecernji.hr/zasto-se-od-naive-odustalo-kao-od-brenda-974713>, 14. srpnja 2015.)

Josip Silić (2006) nebilježenje rečeničnoga znaka u ovakvim slučajevima opravdava. Navodi kako je on u naslovima neobvezatan uz riječ koja ga sugerira, pa ga autori katkad bilježe, a katkad ne. To bi značilo da se, primjerice, upitnik može izostaviti ako naslov započinje upitnom riječi, a valja ga bilježiti ako takve riječi nema. U sljedećim se primjerima rečeničnim znakom (upitnikom) ne izražava pitanje, već sumnja u izrečenu tvrdnju:

- (18) *Oscar odustao od Cohenove i Stillerove parodije "Avatara"?* (<http://www.vecernji.hr/film/oscar-odustao-od-cohenove-i-stillerove-parodije-avatara-106137>, 10. lipnja 2015.)
- (19) *Garaža kod HNK isto vizionarski projekt?* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/garaza-kod-hnk-isto-vizionarski-projekt-964830>, 12. travnja 2015.)

U preostalih 49 naslova (otprilike 28%) interpunkcijski se znakovi bilježe. Najviše je zabilježenih primjera s upitnikom i uskličnikom, a potom slijedi točka te navodnici i trotočje:

- (20) *SKRIVENA PROJEKCIJA Tko se usudio gledati 'Ralje' iz bazena?* (<http://www.jutarnji.hr/foto--skrivena-projekcija-tko-se-usudio-gledati--ralje--iz-bazena-/1381763/>, 16. srpnja 2015.)
- (21) *Lutke iz Hrvatske otputovale u slikovnicu i film, pa u Sarajevo!* (<http://www.vecernji.hr/lutke-iz-hrvatske-otputovale-u-slikovnicu-i-film-pa-u-sarajevo-36712>, 28. travnja 2015.)
- (22) *Publika najbolje reagirala na konkretne ubojite histrionske žaoke.* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/publika-najbolje->

[reagirala-na-konkretne-ubojite-histrionske-zaoke-1014512](#), 5.

lipnja 2015.)

(23) *POZNATI ČILEANSKI ARHITEKT 'Želio sam da paviljon izgleda kao da ga je sagradio div'* (<http://www.jutarnji.hr/smiljan-radic---zelio-sam-da-paviljon-izgleda-kao-da-ga-je-sagradio-div-/1203807/>, 5. srpnja 2015.)

(24) *Drama "Umrijeti kao muškarac" o drogi, ubojstvu, transvestitima...* (<http://www.vecernji.hr/film/drama-umrijeti-kao-muskarac-o-drogi-ubojstvu-transvestitima-121292>, 5. srpnja 2015.)

U brojnoj se literaturi (usp. Stolac 2003, Hudeček 2006, Kojčinović 2014) kao jedna od osnovnih karakteristika novinskih naslova ističe njihova sažetost, odnosno kratkoća jer je njihova funkcija takva da u samo nekoliko riječi čitatelja trebaju upoznati s temom teksta koji slijedi. Međutim, prikupljena građa ne govori u prilog toj tezi, pa se može uočiti kako se u kulturnoj rubrici većinom javljaju duži naslovi. Statistički podaci pokazuju kako se dužina naslova u korpusu za ciljano istraživanje kreće od jedne do devetnaest riječi, a prosjek čini 9,84 riječi, čime se odstupa od novinarske prakse „gdje se uspješnim naslovima smatraju naslovi do pet riječi“ (Stolac 2003: 7). Najviše ima onih s devet riječi (ukupno 31 ili nešto više od 17%), potom slijede naslovi s osam riječi (23 naslova ili oko 12%) te naslovi s deset riječi (njih 19 ili otprilike 10%). Ostali se naslovi javljaju u postocima nižim od 10 i to redom: naslovi sa sedam i četrnaest riječi (15 naslova, otprilike 8%), naslovi s jedanaest riječi (14 ili otprilike 7%), naslovi sa šest riječi (12 ili otprilike 6%) te u postocima nižim od pet (naslovi s tri, četiri, pet, dvanaest, trinaest, petnaest, šesnaest i sedamnaest riječi), a samo je jedan naslov s jednom riječju i jedan s devetnaest riječi. Naslov s jednom riječju zapravo je ime jedne od kratkih priča koje se redovito objavljuju u internetskom izdanju *Večernjeg lista* unutar rubrike kultura (što pokazuje da te

dnevne novine kulturi posvećuju dosta pažnje), dok naslov s devetnaest riječi čini spoj vlastitog imena i zavisnosložene pogodbene rečenice:

(25) *Nevidljivost* (<http://www.vecernji.hr/kratkaprica/sanja-pilic-nevidljivost-1016458>, 22. srpnja 2015.)

(26) *THE CHEMICAL BROTHERS Ako se usporede sa teško podnošljivom srednjom strujom EDM-a, onda strše kao svjetlo na kraju tunela* (<http://www.jutarnji.hr/solidan-album-the-chemical-brothersa/1391477/>, 30. srpnja 2015.)

Promotrimo li strukturu prikupljenih naslova, odnosno vrste rečenica, možemo uočiti da najviše naslova čine jednostavne proširene rečenice i to ukupno 71 naslov ili otprilike 39%:

(27) *Publika najbolje reagirala na konkretne ubojite histrionske žaoke.* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/publika-najbolje-reagirala-na-konkretne-ubojite-histrionske-zaoke-1014512>, 5. lipnja 2015.)

Ustvrdilo se, dakle, kako naslovi u analiziranoj građi brojem riječi premašuju novinarske „standarde“, pa bismo prije mogli pretpostaviti kako će nezavisnosloženih ili zavisnosloženih rečenica biti najviše jer se kod takvih formi radi o sklapanju više rečenica u jednu. Zbog toga očekujemo i veći broj riječi nego kod jednostavnih proširenih rečenica. Međutim, statistički podaci za korpus u ciljanome istraživanju pokazuju kako najviše ima jednostavnih proširenih rečenica, što je pak u skladu s projekom od 9, 84 riječi po naslovu.

Osim jednostavnih proširenih rečenica, javljaju se i naslovi koji su sastavljeni od dvaju dijelova (62 naslova ili otprilike 35%). Pritom to može biti u formi *sintagma + rečenica* kao u sljedećem primjeru:

(28) *NOVA LICA HOLLYWOODA Mladi i nepoznati glumci glavne su zvijezde popularnih blockbustera* (<http://www.jutarnji.hr/mladi-i-nepoznati-glumci-glavne-su-zvijezde-popularnih-blockbustera/1386224/>, 23. srpnja 2015.)

Međutim, najčešći su oni naslovi koji su sastavljeni od dviju rečenica, a javljaju se i strukture koje čine *vlastito ime + sintagma/rečenica*. Općenito je onomastička građa izrazito česta u novinskim naslovima koje smo za ovo istraživanje prikupili, što je bila logična pretpostavka. Tako se vrlo često javljaju imena umjetnika, umjetničkih djela (predstava, filmova, knjiga, slika, pjesme ili albuma), gradova ili ustanova u kojima se što održava, nagrada za umjetnička postignuća, časopisa koji prate kulturna zbivanja i slično:

- (29) *Galerija La Cisterna: Otvorena izložba slikara Dalibora Laginje.* (<http://www.novilist.hr/Kultura/Izlozbe/Galerija-La-Cisterna-Otvorena-izlozba-slikara-Dalibora-Laginje>, 6. lipnja 2015.)
- (30) *U Malom salonu: Site-specific projekt Božene Končić Badurina* (<http://www.novilist.hr/Kultura/Izlozbe/U-Malom-salonu-Site-specific-projekt-Bozene-Koncic-Badurina>, 8. lipnja 2015.)
- (31) *Hrvatski tenor Tomislav Mužek pjeva Mozartova Arbacea u Scali* (<http://www.vecernji.hr/hrvatski-tenor-tomislav-muzek-pjeva-mozartova-arbacea-u-scali-35207>, 6. lipnja 2015.)
- (32) *Tvrтки Inkea nagrada "Interior Innovation Award"* (<http://www.novilist.hr/Kultura/Ostalo/Dizajn/Tvrтки-Inkea-nagrada-Interior-Innovation-Award>, 8. travnja 2015.)

Prikupljena građa pokazuje da, kada naslov čine dvije rečenice, to mogu biti sljedeće varijante: *jednostavna proširena + jednostavna neproširena*; *jednostavna proširena + jednostavna proširena*; *jednostavna proširena + rečenični niz*; *jednostavna proširena + zavisnosložena rečenica*:

- (33) *On je Vitez! Borna Vitez - špijun iz Vukovara* (<http://www.vecernji.hr/on-je-vitez-bornavitez-spjijun-iz-vukovara-43777>, 22. travnja 2015.)

- (34) *ZAGREPČANIN PREUZELO DVA LONDONSKA KAZALIŠTA 'Nadam se suradnji s hrvatskim umjetnicima'*
(<http://www.jutarnji.hr/hrvatski-producent-berislav-juraic-preuzeo-dva-londonska-kazalista/1277850/>, 6. svibnja 2015.)
- (35) *JUTARNJI NA PROBI ELEMENTARNIH ČESTICA Eksplozija seksa, vrijeđanju islama ni traga, sve puno policije*
(<http://www.jutarnji.hr/foto--jutarnji-na-probi-elementarnih-cestica-eksplozija-seksa--vrijedanju-islama-ni-traga--sve-puno-policije/1385082/>, 20. srpnja 2015.)
- (36) *TRAŽITE KNJIGU ZA LJETO? Ovo su savršeni naslovi, priče koje će vas nasmijati, raznježiti i zabaviti*
(<http://www.jutarnji.hr/trazite-knjigu-za-ljeto--ovo-su-savrseni-naslovi--price-koje-ce-vas-nasmijati--raznjeziti-i-zabaviti/1252883/>, 16. srpnja 2015.)

Nakon naslova koji su sastavljeni od dvaju dijelova po učestalosti slijede naslovi u formi zavisnosloženih rečenica. Takvih u prikupljenom korpusu ima ukupno 26 ili nešto više od 14%. Javljaju se gotovo sve vrste zavisnosloženih rečenica: atributne, vremenske, objektne, mjesne, subjektne, načinske, pogodbene, namjerne:

- (37) *Raskošan fantasy-triler o vidovnjacima o svijetu koji kažnjava sve što je različito* (<http://www.jutarnji.hr/raskosan-fantasy-triler-o-vidovnjacima-o-svijetu-koji-kaznjava-sve-sto-je-razlicito/1252866/>, 16. srpnja 2015.)
- (38) *Glazbu bih često počeo skladati još dok sam razgovarao s redateljem* (<http://www.vecernji.hr/glazba/ennio-morricone-glazbu-bih-cesto-poceo-skladati-jos-dok-sam-razgovarao-s-redateljem-998963>, 7. travnja 2015.)
- (39) *S Histrionima smo dogovorili da su uvršteni i kada nastupaju*
(<http://www.vecernji.hr/kazaliste/dusko-ljustina-s-histrionima->

[smo-dogovorili-da-su-uvrsteni-i-kada-nastupaju-1008322](#), 2.

lipnja 2015.)

(40) *Nagrađene 'Tri zime' Tene Štivičić stižu tamo gdje im je mjesto – u HNK!* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/nagradene-tri-zime-tene-stivicic-stizu-tamo-gdje-im-je-mjesto-u-hnk-1007668>, 28. svibnja 2015.)

(41) *'Satiri su najjača konkurencija oni koji su danas na Markovu trgu'* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/satiri-su-naj-jaca-konkurencija-oni-koji-su-danas-na-markovu-trgu-1007499>, 28. svibnja 2015.)

(42) *'MUP se ponaša kao da je instruiran od Islamske države'* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/slucaj-houellebecq-mup-se-ponasa-kao-da-je-instruiran-od-islamske-drzave-1005662>, 15. svibnja 2015.)

(43) *Da je ovo američka serija, sigurno bi dobila Emmyja* (<http://www.jutarnji.hr/da-je-ovo-americka-serija--sigurno-bi-dobila-emmyja/1314840/>, 19. lipnja 2015.)

(44) *Gledatelji ne idu u kazalište da im netko soli pamet* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/gledatelji-ne-idu-u-kazaliste-da-im-netko-soli-pamet-33185>, 28. svibnja 2015.)

Osim zavisnosloženih rečenica, javljaju se i nezavisnosložene sastavne i suprotne rečenice, iako u znatno manjem broju (ukupno 8 naslova ili oko 4%):

(45) *Obožavatelji plaćaju i plaću nad mrtvim zvijezdama* (<http://www.vecernji.hr/obozavatelji-placaju-i-placu-nad-mrtvim-zvijezdama-42806>, 14. svibnja 2015.)

(46) *Imao je mnoge, ali volio je samo jednu* (<http://www.vecernji.hr/film/imao-je-mnoge-ali-volio-je-samo-jednu-1014498>, 13. srpnja 2015.)

U prikupljenoj građi javlja se i nekoliko naslova (6 ili otprilike 3%) u obliku rečeničnog niza kao u sljedećem primjeru:

- (47) *Gripa odgađa priredbe, liječnici pojačano dežuraju*
(<http://www.vecernji.hr/kazaliste/gripa-odgadja-priredbe-lijecnici-pojacano-dezuraju-50416>, 17. svibnja 2015.)

Jednako je toliko i naslova koje čine sintagme, a čiji su tagmemi u odnosu sročnosti ili pak upravljanja, dok sintagme nastale pridruživanjem nisu zabilježene:

- (48) *Maštovit i inspirativan projekt "Ruksak (pun) kulture"*
(<http://www.novolist.hr/Kultura/Mastovit-i-inspirativan-projekt-Ruksak-pun-kulture>, 29. srpnja 2015.)
- (49) *Čarolija starih plastičnjaka* (<http://www.vecernji.hr/carolija-starih-plasticnjaka-57593>, 9. srpnja 2015.)

Analizirani primjeri pokazuju kako se naslovi u kulturnoj rubrici pojavljuju u različitim strukturnim formama od sintagmi do jednostavnih proširenih te nezavisnosloženih i zavisnosloženih rečenica, što znači da ne postoji određena shema koju novinari pri oblikovanju takvih naslova slijede.

5.1. Predikativnost

U ovome se radu posebna pažnja posvećuje predikatima kao temeljnoj riječi u rečenici i nosiocu rečeničnoga ustojstva jer je u analizi jedno od polazišta (uz stilistiku) i sintaksa kojoj je rečenica temeljna jedinica. Predikat je sintaktička kategorija koja je osobito zanimljiva zbog toga što otvara mjesto ostalim članovima rečeničnoga ustrojstva te je jedna od pretpostavki prije analize bila da će se u naslovima iz kulturne rubrike javiti više imenskih (i općenito više nominalnih jezičnih sredstava) nego glagolskih predikata. Očekivali smo, dakle, da će u člancima koji se bave kulturom (filmom, kazalištem, glazbom, knjigama, izložbama i umjetnošću) naglasak biti na imenovanju neke pojave, teme ili pak

dogadaja iz područja kulture (primjerice izložbe, predstave, koncerta, knjige ili filma, poznatog umjetnika, nagrađivanju za postignuće i slično), a ne na radnji i uvjetima pod kojima se ona odvija. No, podaci pokazuju kako je u prikupljenoj građi najviše naslova informativnog karaktera za koje je karakteristična uporaba glagola i glagolskih oblika, a u skladu s tim i glagolskih predikata koji se javljaju u čak 95 (otprilike 53%) novinskih naslova:

- (50) *Neizvjestan političko-špijunski triler koji **se čita** u jednom dahu* (<http://www.vecernji.hr/knjige/neizvjestan-politicko-spijunski-triler-koji-se-cita-u-jednom-dahu-1014041>, 9. srpnja 2015.)
- (51) *Zagreb **će vidjeti** samo srce rada Joana Miróa* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/zagreb-ce-vidjeti-samo-srce-rada-joana-miroa-964266>, 16. travnja 2015.)
- (52) *Prvi put u povijesti Oscar **je osvojila** redateljica* (<http://www.vecernji.hr/film/prvi-put-u-povijesti-oscar-je-osvojila-redateljica-107553>, 16. travnja 2015.)

Treba, međutim, uzeti u obzir činjenicu da se unutar navedenog postotka javlja i veliki broj dekomponiranih predikata, koji se smatraju dijelom tendencije ka nominalizaciji u jeziku. Stoga se i ne može stopostotno reći kako je pretpostavka o dominaciji imenskih predikata opovrgnuta jer dekomponirani predikati zapravo glagol „pretvara“ u glagolsku imenicu. O njemu će više riječi biti u daljnjem tekstu.

S druge strane, u samo 16 naslova (što je manje od 10%) predikatno ime čini ili imenica ili pridjev, dok se u preostalim naslovima javljaju i glagolski i imenski predikati, a u samo jednom primjeru njegovu funkciju obnaša prilog. Osobito je zanimljivo istaknuti da su u većini imenskih predikata, unutar predikatne spone, u 3. licu izostavljeni enklitički oblici. Riječ je, dakako, o postupku elipse kojoj će se također posvetiti zasebno potpoglavlje. Ovdje se navodi nekoliko primjera s cjelovitim imenskim predikatom:

- (53) *NOVA LICA HOLLYWOODA Mladi i nepoznati glumci glavne su zvijezde popularnih blockbustera* (<http://www.jutarnji.hr/mladi-i-nepoznati-glumci-glavne-su-zvijezde-popularnih-blockbustera/1386224>, 23. srpnja 2015.)
- (54) *'Zvizdan' je najslojevitiji rad u karijeri Dalibora Matanića* (<http://www.vecernji.hr/film/zvizdan-je-najslojevitiji-rad-u-karijeri-d-matanica-1016284>, 24. srpnja 2015.)

Zanimljivo je spomenuti i primjer u kojem predikat određujemo i kao imenski i kao glagolski zbog toga što se proširuje imenicom u instrumentalu. Samo je jedan takav zabilježen u prikupljenom korpusu:

- (55) *Kad simbol jedinstva postane simbol nacionalnog razdora* (<http://www.vecernji.hr/film/kad-simbol-jedinstva-postane-simbolom-nacionalnog-razdora-122795>, 8. travnja 2015.)

Radi se, naime, o predikatnom proširku, gdje se predikat prve rečenice (*postane*) proširuje predikatom (u ovom slučaju imenskim) druge ishodišne rečenice. Ovaj je primjer zanimljiv zbog toga što je *postati* glagol nepotpuna značenja, pa za tvorbu predikata u rečenici zahtijeva dopunu koju ovdje čini imenska riječ u instrumentlu.

5.1.1. Infinitivizacija

Infinitivizaciju Katičić naziva preoblikom u kojoj se dvije ishodišne rečenice sklapaju tako da se predikatni glagol jedne od njih preoblikuje u infinitiv. Tim postupkom zavisna rečenica gubi vlastite predikatne kategorije priključivši se u potpunosti predikatu prvotne glavne rečenice, a najčešće je riječ o zavisnoj izričnoj rečenici koja se uvrštava veznikom *da*. U svome radu *Sintaktička obilježja hrvatske periodike na prijelazu stoljeća* („Jeka od Osjeka i „Vjesnik

Županije virovitičke“) Vlasta Rišner govori o infinitivu kao dopuni nepunoznačnim, modalnim i faznim glagolima. Takvim se infinitivom doprinosi rečeničnom zgušnjavanju ili kondenzaciji (usp. Radovanović 1990) te intelektualizaciji teksta, što je česta pojava administrativnog funkcionalnog stila. Međutim, da bi uopće moglo doći do infinitivizacije, izrična i glavna rečenica moraju imati istog vršitelja radnje. Infinitivizacija je vrlo česta uz glagole htijenja (željeti, htjeti) kao u sljedećim primjerima:

(56) *Morena Kvaternik dijeli vjetar u kosi sa svima koji ga **požele osjetiti*** (<http://www.novilist.hr/Kultura/Izlozbe/Morena-Kvaternik-dijeli-vjetar-u-kosi-sa-svima-koji-ga-pozele-osjetiti>, 20. srpnja 2015.)

(57) *I kad se čovjek **želi ubiti**, dosadi razmišljati o smrti* (<http://www.vecernji.hr/film/i-kad-se-covjek-zeli-ubiti-dosadi-razmisljati-o-smrti-105119>, 28. svibnja 2015.)

(58) *MANI GOTOVAC U OFENZIVI: 'Ultradesna lokalna opcija **želi uništiti** sav naš umjetnički rad...ali neće uspjeti jer...'* (<http://www.jutarnji.hr/mani-gotovac--ultradesna-lokalna-opcija-zeli-unistiti-sav-nas-umjetnicki-rad---/1387497/>, 24. srpnja 2015.)

(59) *MALO ZNANJA, MNOGO AMBICIJA Kako se zlatni mladić Anđelo **htio dočepati** novca zalutalog hipija...* (<http://www.jutarnji.hr/show-na-prisavlju-kako-je-zlatni-mladic-andelo-besramno-oteo-novac-zalutalom-hipiju--staroj-babi-i-srednovjecnom-luzeru/1324455/>, 1. lipnja 2015.)

Također, često se u infinitiv preoblikuje izrična rečenica uz glagole kojima se izriče mogućnost da se ono slobodno ostvaruje (moći, smjeti, znati):

(60) *Kazalište je socijalno utočište i, ako se uznemiri, **može doći** do socijalnih i umjetničkih potresa* (<http://www.vecernji.hr/kazaliste/goran-golovko-kazaliste-je->

[socijalno-utociste-i-ako-se-uznemiri-moze-doci-do-socijalnih-i-umjetnickih-potresa-1001697](#), 26. travnja 2015.)

(61) *Edo Popović: Hrvatsku ne mogu izvući iz blata oni koji su je tamo gurnuli* (<http://www.novolist.hr/Kultura/Ostalo/Edo-Popovic-Hrvatsku-ne-mogu-izvuci-iz-blata-oni-koji-su-je-tamo-gurnuli>, 21. lipnja 2015.)

(62) *IN MEMORIAM: MARIJA BRAUT Kada bi oko bilo fotoaparata, jednim bi se treptajem mogao snimiti svijet* (<http://www.jutarnji.hr/kada-bi-oko-bilo-fotoaparata--jednim-bi-se-treptajem-mogao-snimiti-svijet/1375914/>, 16. srpnja 2015.)

(63) *SELMAN SELMANAGIĆ Umjetnik koji je jednako znao načiniti stolicu i sagraditi kuću* (<http://www.jutarnji.hr/umjetnik-koji-je-jednako-znao-naciniti-stolicu-i-sagraditi-kucu/1342838>, 6. svibnja 2015.)

(64) *HITLER NA AUKCIJI Želite umjetničko djelo nacističkog vođe? Ovu aukciju onda ne smijete propustiti...* (<http://www.jutarnji.hr/hitler-na-aukciji-zelite-umjetnicko-djelo-nacistickog-vode--ovu-aukciju-onda-ne-smijete-propustiti---/1365054/>, 13. lipnja 2015.)

Izrična se rečenica preoblikuje u infinitiv i uz glagole događanja kojima se izriče kakvo počinjanje ili završavanje (početi, stati, nastaviti, prestati i sl.). Takvi se glagoli zovu još i fazni glagoli:

(65) *Glazbu bih često počeo skladati još dok sam razgovarao s redateljem* (<http://www.vecernji.hr/glazba/ennio-morricone-glazbu-bih-cesto-poceo-skladati-jos-dok-sam-razgovarao-s-redateljem-998963>, 7. travnja 2015.)

Infinitivizacija se javlja i uz glagole događanja kojima se izriče kakav uspjeh ili neuspjeh (uspjeti, dospjeti, zaslužiti, propustiti...):

(66) *Glazbenik koji je **uspio prodati** blues i bijeloj Americi*
(<http://www.jutarnji.hr/glazbenik-koji-je-uspio-prodati-blues-i-bijeloj-americi/1349768/>, 16. svibnja 2015.)

Kao što se može vidjeti, infinitivizacija je vrlo česta pojava u naslovima iz kulturne rubrike, a rezultat je „neodređenosti infinitiva kao glagolskoga oblika kojim se ne izriče lice – lice se doznaje neizravno, uz pomoć užega ili šireg rečeničnog konteksta. Infinitiv je u ulozi dopune u suodnosu s dvama drugim jezičnim sredstvima kojima se u nekim slučajevima na referencijalnoj razini može prenijeti jednak, a na konativnoj vrlo sličan sadržaj“ (Rišner 2007: 20). Čestotonost njegova korištenja u naslovima ne iznenađuje s obzirom na to da znamo kako se radi o kondenziranoj vrsti teksta, pa se njegovom primjernom pridonosi upravo sažimanju i kratkoći. No, infinitivizacija nije jedini postupak kojim se to ostvaruje. Osim nje, javlja se i elipsa pa je zanimljivo promotriti na koje se sve načine ispuštaju dijelovi predikata u naslovima iz kulturne rubrike.

5.1.2. Elipsa

Naslovi su, kako vidimo iz njihovih definicija, kondenzirana vrsta teksta, a strukturirani su kao rečenice, „za koje prema stilistici naslova možemo utvrditi očekivano elidiranje nekih dijelova“ (Stolac 2014: 154). Ispuštanje glagolskih riječi kako bi se ostvarila sažetost izraza druga je pretpostavka koja se nametnula prije prikupljanja naslova iz kulturne rubrike jer tako kontrahiran iskaz privlači veću pozornost čitatelja, a štedi se prostor (Frančić, Hudeček, Mihaljević 2005: 248). Ona se analizom i potvrdila zbog toga što je elipsa vrlo česta, a manifestira se na različite načine, odnosno ispuštaju se različiti dijelovi predikata. Štoviše, vrlo često on ostaje neizrečen, pa funkciju glavnog člana rečeničnog ustrojstva nose drugi rečenični dijelovi. Katičić navodi kako on „može ostati neizrečen ako su izrečeni drugi rečenični dijelovi kojima on otvara

mjesto u rečenici, i ako se njegov sadržaj da lako uspostaviti iz općega smisla rečenice. Takva rečenica onda nije bez predikata, nego se on u njoj neizrečen podrazumijeva dok rečenica dobiva stilsko obilježje živoga pripovijedanja“ (Katičić 2002: 48):

(67) *Što sa starim primjercima Novog lista? Napravimo torbice i nakit* (<http://www.novilist.hr/Kultura/Ostalo/Dizajn/Sto-sa-starim-primjercima-Novog-lista-Napravimo-torbice-i-nakit>, 2. lipnja 2015.)

(68) *ZKM i Gavella na koljenima dok privatnici pune blagajnu* (<http://www.jutarnji.hr/zkm-i-gavella-na-koljenima-dok-privatnici-pune-blagajnu-/1320134/>, 10. svibnja 2015.)

Dakle, navedene primjere također možemo smatrati dijelom tendencije da se naslovima postigne sažetost izraza unatoč tome što su statistički podaci pokazali kako je riječ uglavnom o dužim naslovima. Možemo uočiti kako su s obavijesnog stajališta glagolske riječi ovdje zalihostne jer čitatelj i bez njih može vrlo lako zaključiti o čemu će u daljnjem tekstu biti riječ, odnosno sadržaj se može utvrditi na temelju općega smisla rečenice.

Zalihostan je i pomoćni glagol u perfektu, pa se i on vrlo često izostavlja:

(69) *Film "Sudbina broja 13" osvojio platinastu nagradu u Houstonu* (<http://www.vecernji.hr/film/film-sudbina-broja-13-osvojio-platinastu-nagradu-u-houstonu-130325>, 30. travnja 2015.)

(70) *Anda Marić otvorila filmski festival Liffe* (<http://www.vecernji.hr/zvijezde/andja-maric-otvorila-filmski-festival-liffe-49697>, 2. lipnja 2015.)

(71) *"Ubio sam majku" odnio Zlatna kolica* (<http://www.vecernji.hr/ubio-sam-majku-odnio-zlatna-kolica-39658>, 29. travnja 2015.)

- (72) *Modni ormar započeo odličnom izložbom!*
(<http://www.vecernji.hr/modni-ormar-zapocao-odlicnom-izlozbom-46104>, 24. travnja 2015.)

Među imenske predikate ubrajamo i one u kojih je postupkom elipse izostavljena predikatna spona „što izrazu daje stilsko obilježje: jedru sažetost i pučku neporednost“ (Katičić 2002: 49). Takva je pojava u prikupljenome korpusu osobito česta i pojavljuje se u 14 od ukupno 16 naslova s imenskim predikatom:

- (73) *Garaža kod HNK isto vizionarski projekt?*
(<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/garaza-kod-hnk-isto-vizionarski-projekt-964830>, 12. travnja 2015.)
- (74) *Festival otvoren filmom 'Imena višnje' Branka Schmidta*
(<http://www.vecernji.hr/film/festival-otvoren-filmom-imena-visnje-branka-schmidta-1015440/multimedia/p7>, 18. srpnja 2015.)
- (75) *Valerio Orlić i Vasil Tocinovski dobitnici nagrade "Struško slovo"*
(<http://www.novilist.hr/Kultura/Knjizevnost/Valerio-Orlic-i-Vasil-Tocinovski-dobitnici-nagrade-Strusko-slovo>, 25. lipnja 2015.)

Elipsa se u literaturi smatra figurativnim postupkom zbog čitaočeva nužnog angažmana u otkrivanju izostavljene komponente te zbog toga što se temelji na izboru između niza leksema iz određenog semantičkog polja, u čemu je osnovni oslonac kontekst (Katnić-Bakaršić 2007: 253). Ti se izostavljeni dijelovi predikata, osobito glagolskih koji su ovdje najučestaliji, lako mogu rekonstruirati. Međutim, takvim se izostavljanjem ponekad stvara dvostruki smisao, što pojačava efekt začudnosti. Također, valja naglasiti i to da se neke elipse ne mogu smatrati figurativnima jer su rezultat dokidanja redundantnih dijelova kakvi se, primjerice, javljaju u odgovaranju na pitanja u usmenoj komunikaciji.

U analiziranoj je građi uočena još jedna figura koja se smatra podvrstom elipse, iako ju tradicionalni retoričari „obično smještaju u figure sadržaja, a ne izraza, te ju smatraju vrstom metalogizama“ (Katnić-Bakaršić 2007: 253 prema Dubois, Edeline 1986: 132). Riječ je o reticenciji:

(76) *MANI GOTOVAC U OFENZIVI: 'Ultradesna lokalna opcija želi uništiti sav naš umjetnički rad...ali neće uspjeti jer...'*
(<http://www.jutarnji.hr/mani-gotovac--ultradesna-lokalna-opcija-zeli-unistiti-sav-nas-umjetnicki-rad---/1387497/>, 24. srpnja 2015.)

(77) *UŽASNUTI GLEDATELJI NAPUSTILI KAZALIŠTE Sarajevskoj su publici erotske scene bile previše...*
(<http://www.jutarnji.hr/video--uzasnuti-gledatelji-napustili-kazaliste-sarajevskoj-publici-erotske-scene-bile-su-previse---/1315713/>, 20. svibnja 2015.)

Kao što se može vidjeti iz navedenih primjera, reticencija je figura nezavršenih ili prekinutih rečenica i iskaza i to „najčešće s ciljem prikazivanja snažnih uzbuđenja“ (...) te „prikazom brze smjene radnji, razmišljanja, burne emocije, doživljaja...“ (Katnić-Bakaršić 2007: 253). Ona pridonosi već više puta spominjanoj dinamičnosti i sažetosti rečenice, a isto kao i elipsa ima funkciju stvaranja začudnosti te usmjeravanja pažnje na formu iskaza što je karakteristično za sve vrste novinskih naslova.

5.2. Postupci nominalizacije

Kao što je već navedeno, prije analize pretpostavilo se kako će prikupljena građa brojiti više imenskih predikata nego glagolskih zbog naglaska na imenovanju pojava, tema i događaja iz područja kulture, a ne na samoj radnji. U vezi s tim je i treća pretpostavka. Pretpostavilo se, naime, da će se u naslovima iz kulturne rubrike javiti postupci nominalizacije. Nominalizacija je pojava koja je vrlo raširena u europskim jezicima, čak i do te mjere da ju se smatra „funkcionalno-stilskom europskom univerzalijom“ (Katnić-Bakaršić 2007: 252), a rezultat je međudjelovanja jezika i kulture. Općenito govoreći, ona zagovara korištenje nominalnih umjesto verbalnih, odnosno nerečeničnih jezičnih sredstava umjesto rečeničnih. Najčešće se vezuje uz samo određene funkcionalne stilove poput administrativnog i još češće publicističkog, ali se javlja i u ostalim stilovima koji se zbog toga smatraju više nominalnima, za razliku od književnoumjetničkoga i razgovornoga koje određujemo kao verbalne stilove. Nominalizacija je postupak najčešće korišten u „iskazivanju statičnih, impersonalnih, apstraktnih informacija, pri čemu su radnja, konkretni vršilac radnje, uvjeti pod kojima se radnja odvija manje bitni ili se žele takvima predstaviti“ (...) (Katnić-Bakaršić 2007: 252). Njome se kao postupkom ostvaruju funkcije ekonomičnosti, bezličnosti, anonimnosti, statičnosti izraza, ovisno o funkcionalnom stilu u kojem se koristi. Katičić (2002) nominalizaciju poistovjećuje s poimeničenjem navodeći kako se u tom postupku radi o uvrštavanju jedne ishodišne rečenice u drugu i to tako da se njezin glagolski predikat preoblikuje u imenicu. O nominalizaciji kao jezičnom postupku govori i Radovanović (1990) te razlikuje pravu nominalizaciju ili nominalizaciju u užem smislu koju karakteriziraju deverbativne i deadjektivne imenice. Primjeri s tom vrstom imenica vrlo su česti u jeziku novina, pa se javljaju i u naslovima iz kulturne rubrike:

- (78) **OTVARANJE DUBROVAČKIH LJETNIH IGARA U 47 dana trajanja festivala 2000 umjetnika izvest će 70 programa** (<http://www.jutarnji.hr/otvaranje-dubrovackih-ljetnih-igara-u-47-dana-trajanja-festivala-2000-umjetnika-izvest-ce-70-programa/1378791/>, 8. srpnja 2015.) [Otvorene su]
- (79) **Prikazivanje dokumentarnih filmova o Vesni Parun u Zagrebu** (<http://www.vecernji.hr/knjige/prikazivanje-dokumentarnih-filmova-o-vesni-parun-u-zagrebu-999601>, 12. svibnja 2015.) [prikazani su]

Dijelom nominalizacije možemo smatrati i upotrebu neoglagoljenog predikata koji je za Katičića (2002) karakterističan za naslove, ali se javlja i kao oznaka autora. Takav je predikat osobito čest kada nije razvijeno rečenično ustrojstvo te tada njegovu funkciju obanaša neoglagoljena riječ kao u sljedećim primjerima:

- (80) *Osamdesete - slatka dekadencija postmoderne* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/osamdesete-slatka-dekadencija-postmoderne-997002>, 14. lipnja 2015.)
- (81) *Voditelji s odličnim i ponekad vrlo "mračnim" forama* (<http://www.vecernji.hr/film/voditelji-s-odlicnim-i-ponekad-vrlo-mracnim-forama-107529>, 7. travnja 2015.)
- (82) *Prijateljski spektakl na Malom Brijunu za 15 Ulyssesovih godina* (<http://www.jutarnji.hr/prijateljski-spektakl-na-malom-brijunu-za-15-ulyssesovih-godina/1381442/>, 13. srpnja 2015.)

Marina Katnić-Bakaršić takve rečenice naziva nominativnima te slično kao i Katičić govori o postupku deglagolizacije navodeći da se u njima ne može govoriti o „izostavljenom predikatu jer glavni član – nominativna riječ ili sintagma – preuzima na sebe predikativnost“ (2007: 254). Nominativne su rečenice s retoričkog gledišta markirane i smatraju se dijelom elipse jer je njihov izraz sažet, a ono što se njima izriče nominalizirano je i predstavlja zbivanja i

stanja. Naglasak je, dakle, na pojavama, na imenovanju tih pojava, ne na vršiocu radnje ni na samoj radnji.

5.2.1. Dekomponirani predikat

Glagolskim rečenicama, odnosno onima u kojima je glavni član rečeničnoga ustrojstva glagol, pripadaju i primjeri u kojima se javlja dekomponirani predikat. To je predikat koji se „sastoji od jedne glagolske kopule ili semikopulativnog glagola i glagolske imenice u zavisnom padežu, a po pravilu je sinonimičan prostom glagolskom predikatu i komutabilan s njim“ (Katnić-Bakaršić 2007: 250):

- (83) *Program Pisci u Sponzi izazvao oduševljenje publike*
(<http://www.vecernji.hr/kazaliste/tonci-bilic-podnio-ostavku-979526>, 15. lipnja 2015.)
- (84) *Mirku Tomasoviću Talijani dodijelili nagradu za prevođenje*
(<http://www.vecernji.hr/knjige/mirku-tomasovicu-talijani-dodijelili-nagradu-za-prevodjenje-572378>, 22. lipnja 2015.)
- (85) *'OTAC' HIT-ROMANA 'UBITI PTICU RUGALICU' Je li 88-godišnja 'Nelle' dala pristanak za objavu knjige?*
(<http://www.jutarnji.hr/misterij-drugog-romana-autorice-hita--ubiti-pticu-rugalicu--je-li-88-godisnja--nelle--dala-pristanak-za-objavu-knjige-/1293171/>, 8. travnja 2015.)

Dekomponirani su predikati stilski obilježeni za razliku od jednostavnih glagolskih predikata. Tako bismo izrazima *izazvati oduševljenje*, *dodijeliti nagradu*, *dati pristanak* mogli suprotstaviti neutralne: *oduševiti*, *nagraditi*, *pristati*.

Međutim, u nekim se kontekstima dekomponirani predikat ne može zamijeniti jednostavnim predikatom zbog toga što ili ne postoji njegov sinonimni par u

obliku jednostavnog predikata ili se njime pak mijenja značenje. Tada je on stilski neutralan jer ne možemo govoriti o izboru između dviju varijanti kao u navedenim primjerima:

(86) *Filmaši pokreću pravni rat za arhivu Jadranfilma*
(<http://www.vecernji.hr/film/filmasi-pokrecu-pravni-rat-za-arhivu-jadranfilma-1015962>, 22. srpnja 2015.)

Za razliku od prethodnih naslova u kojima se dekomponirani predikat mogao zamijeniti jednostavnim bez promjene značenja, u ovom se naslovu ta zamjena ne može izvršiti zbog promjene značenja koju bi uzrokovala.

S druge strane, parovi iz prethodnih primjera (*izazvati oduševljenje-oduševiti; dodijeliti nagradu-nagraditi; dati pristanak-pristati*) tvore sintaktičku sinonimiju, odnosno imaju vrlo bliska značenja te jednaku funkciju u rečenici i zamjenjivi su u kontekstu. Sinonimiju je moguće uočiti na svim jezičnim razinama i ona govori o bogatstvu jezika koji promatramo. Prvenstveno se veže uz leksikologiju gdje sinonimima nazivamo dva ili više leksema različita izraza, a bliskoga ili jednakoga sadržaja, ali se odnedavno literatura njome detaljnije bavi i na sintaktičkoj razini (Stolac 2007: 245). Ako ju promatramo sa stajališta sintakse, ne zanimaju nas više leksemi, nego sintaktičke jedinice. Diana Stolac u svome radu donosi shematski prikaz sinonimskog trokuta iz kojeg je vidljivo „da se za isti predmet rabi više izraza, ali time nije ništa promijenjeno u konceptu koji govornik ima o tom predmetu“ (2007: 243). Sinonimija se ne može pojmiti kao potpuno podudaranje. Uvijek je, naime, prisutna barem mala razlika u značenju, stoga ju definiramo kao bliskoznačnost.

Radovanović (1990) navodi kako su dekomponirani predikati rezultat dvostrukog sintaktičkog derivacijskog procesa koji se sastoji od nominalizacije predikata i izdvajanja verbalnog elementa iz predikata, pri čemu nosilac njegova leksičkog značenja postaje deverbativna imenica. Takav je jezični postupak karakterističan za europske moderne jezike, a javlja se u „specijalnim funkcionalnim stilovima jezičnog standarda“ (Radovanović 1990: 54), odnosno

u jezičnim granama kao što su pravo, znanost, novinarstvo, politika i administracija. Radovanović ga, dakle, ne smatra štetnim za jezik, dok s druge strane autorice Anđela Frančić, Milica Mihaljević i Lana Hudeček (2005) oštro osuđuju njegovu uporabu u bilo kojem funkcionalnom stilu, pa tako i u publicističkom.

5.3. Postupci ekspresivne sintakse – stilske figure

Stilske su figure danas u komunikaciji toliko raširene da ih gotovo više i ne primjećujemo, odnosno nismo svjesni da ih koristimo. Uzrok je tomu činjenica da je njihova priroda dvojaka jer podrazumijevaju neutralni izraz, a predočavaju figurativni, neuobičajeni, samo što mnogi nisu svjesni njihove neutralne podloge pa ih i ne prepoznaju kao figure. Smatra se kako ih je prvi upotrijebio govornik i učitelj govorništva Georgija (i to u davnom 5. st. pr. Kr.) po kojemu su se prvotno zvale retoričke figure i koji je, koristeći ih u svojim govorima, privlačio pozornost slušateljstva (Bagić 2012: VII). Ponekad se koristi i termin mikrostrukture stila, koji se nije ustalio u upotrebi, ali govori o „njihovoj važnosti za stil i stilistiku, s obzirom na njihovu stilematičnost, pa i stilogenost“ (Katnić-Bakaršić 2007: 299). Općenito se definiraju kao odstupanje od uobičajenog i jednostavnog izraza, što znači da su u suprotnosti s onim neutralnim, pa je njihova stilogenost u prikupljenoj građi također zanimljiva za proučavanje. Ponekad se i izjednačavaju sa stilemom jer se smatra da se o figuri može govoriti „na onim mjestima u tekstu na kojima opažamo diskurs kao takav, na kojima diskurs skreće pažnju na sebe (...) odnosno one su autoreferencijalna čvorišta teksta, mjesta na kojima on ukazuje na sebe kao na tekst“ (Katnić-Bakaršić 2007: 299). Od početka njihova korištenja pa do danas njihova se funkcija nije promijenila zbog čega su napose prisutne u publicističkome funkcionalnom stilu i medijima koji njima ostvaruju svoje ciljeve: privlače čitateljevu pažnju, izazivaju emocije, stvaraju vizualne

prezentacije, a tekst čine dinamičnijim, zanimljivijim i uvjerljivijim. Logično je stoga bilo pretpostaviti da će se javiti i u novinskim naslovima iz kulturne rubrike. Od takozvanih leksičkih figura (usp. Katnić-Bakaršić 2007) u ovome ćemo se radu osvrnuti na metonomiju, metaforu i personifikaciju.

Detaljnije opisivanje i izdvajanje stilskih figura u novinskim naslovima zahtijevalo bi mnogo više vremena i prostora, pa čak i zaseban rad, što nije cilj ovoga istraživanja.

5.3.1. Leksičke figure¹

Kao što je već navedeno, u ovome radu bavit ćemo se samo onim figurama koje su u prikupljenoj građi najučestalije i za koje smo i pretpostavili da će se pojaviti. To se prije svega odnosi na metonimiju, koja je u publicističkom stilu najzastupljenija zbog toga što dovodi do jednostavnosti i sažetosti izraza. Ona podrazumijeva upotrebu prenesenog značenja koje se ostvaruje prema nekim stvarnim odnosima, a s obzirom na „prirodu odnosa između entiteta koji zamjenjuje i entiteta koji se zamjenjuje uvriježilo se razlikovanje više vrsta metonimije“ (Bagić 2012: 200). Autorice Hudeček i Mihaljević (2009) kao najčešće vrste spominju: prostornu, vremensku i posvojnu, dok Bagić razlikuje sljedeće zamjene: „proizvođač za proizvod, uzrok za posljedicu, prostor za ustanovu, prostor za događaj, prostor za proizvod ili predmet, prostor za stanovnika ili stanara, sredstvo za korisnika, simbol za simbolizirano, upravitelj za upravljano, vrijeme za događaj, dio tijela za svojstvo“ (Bagić 2012: 200-202). Evo nekoliko primjera metonimije koji su zabilježeni u prikupljenome korpusu:

(87) *'MUP se ponaša kao da je instruiran od Islamske države'*
(<http://www.vecernji.hr/kazaliste/slucaj-houellebecq-mup-se->

¹ Prema klasifikaciji Marine Katnić-Bakaršić (2007), razlikujemo fonetsko-fonološke, leksičko-sintaktičke i semantičke figure.

[ponasa-kao-da-je-instruiran-od-islamske-drzave-1005662](#), 15.

svibnja 2015.)

(88) **JUTARNJI** NA PROBI ELEMENTARNIH ČESTICA

Eksplוזija seksa, vrijeđanju islama ni traga, sve puno policije

(<http://www.jutarnji.hr/foto--jutarnji-na-probi-elementarnih-cestica-eksplozija-seksa--vrijedanju-islama-ni-traga--sve-puno-policije/1385082>, 20. srpnja 2015.)

(89) **ZKM i Gavella** na koljenima dok privatnici pune blagajnu

(<http://www.jutarnji.hr/zkm-i-gavella-na-koljenima-dok-privatnici-pune-blagajnu-/1320134/>, 10. svibnja 2015.)

(90) **Modni ormar** započeo odličnom izložbom!

(<http://www.vecernji.hr/modni-ormar-zapocao-odlicnom-izlozbom-46104>, 24. travnja 2015.)

(91) **HITLER** NA AUKCIJI Želite umjetničko djelo nacističkog vođe? Ovu aukciju onda ne smijete propustiti...

(<http://www.jutarnji.hr/hitler-na-aukciji-zelite-umjetnicko-djelo-nacistickog-vode--ovu-aukciju-onda-ne-smijete-propustiti---/1365054/>, 13. lipnja 2015.)

(92) Glazbenik koji je uspio prodati blues i **bijeloj Americi**

(<http://www.jutarnji.hr/glazbenik-koji-je-usprio-prodati-blues-i-bijeloj-americi/1349768/>, 16. svibnja 2015.)

Kao što navedeni primjeri pokazuju, metonimija je vrlo česta u novinskim naslovima iz kulturne rubrike. Najčešće su to prostorna i posvojna metonimija, što je bilo i očekivano s obzirom na to da u naslovima iz kulturne rubrike onomastička građa zauzima važno mjesto. Tako se često ističu mjesta na kojima se održavaju kakva kulturna događanja, autori i njihova umjetnička djela, imena različitih nagrada, časopisi koji prate kulturna događanja, pa se otvara mjesto za korištenje metonimije u svrhu skraćivanja i povećavanja atraktivnosti sadržaja.

Osim metonimije, u novinskim je naslovi česta i metafora, u kojoj se prijenos značenja ostvaruje po sličnosti. Kako bi se ona razumijela, potrebno je poznavanje izvanjezične zbilje jer se njome „povezuju različita područja, reorganizira naše viđenje svijeta, pokreće imaginacija, obogaćuje percepcija, a iskazu priskrblijuje neposrednost i slikovitost“ (Bagić 2012: 187). Izdvajamo nekoliko naslova u kojima se javlja metafora:

- (93) *Poezija je klinički mrtva! Zadnji čavao u lijes zabila je država* (<http://www.vecernji.hr/knjige/ervin-jahic-poezija-je-klinicki-mrtva-zadnji-cavao-u-lijes-zabila-je-drzava-1001918>, 27. travnja 2015.)
- (94) *Stella Skopal je probijala granice keramoskulpture* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/stella-skopal-je-probijala-granice-keramoskulpture-962777>, 24. travnja 2015.)
- (95) *Gorgona je bila kamenčić koji je pokrenuo lavinu novih avangardista* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/urovinju-otvorena-izlozba-gorgona-nekada-i-danas-1016067>, 23. srpnja 2015.)
- (96) *Kipkeov fascinantni svijet koji se vrti na gramofonu vremena* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/kipkeov-fascinantni-svijet-koji-se-vrti-na-gramofonu-vremena-992387>, 18. lipnja 2015.)
- (97) *Filmaši pokreću pravni rat za arhivu Jadranfilma* (<http://www.vecernji.hr/film/filmasi-pokrecu-pravni-rat-za-arhivu-jadranfilma-1015962>, 22. srpnja 2015.)

Metafora je sastavni dio korištenja jezika u svakom obliku komunikacije, a naročito je prisutna u književnoumjetničkom, razgovornom i publicističkom funkcionalnom stilu. U naslovima iz kulturne rubrike, kako primjeri pokazuju, koristi se s ciljem stvaranja utiska, slikovitosti i atraktivnosti te privlačenja čitateljeve pozornosti, i to tako da se područja i događaji iz kulture na temelju

sličnosti povezuju s drugim područjima. Oni se umjesto neutralnim sredstvima opisuju stilski obilježanima, pa izazivaju emocije, privlače pozornost i u svijesti onoga tko ih čita stvaraju slike i asocijacije.

U novinarstvu se, a naročito u novinskim naslovima, koristi i perfonifikacija (vrlo često leksikalizirani ili frazeologizirani tip) koja pridonosi „eleganciji deskripcije i izlaganja te može biti uporište komike, poetičnosti ili patosa“ (Bagić 2012: 247). Ona je podvrsta metafore jer prijenos značenja odgovara metaforičkom prijenosu, a radi se o pridavanju osobina živih bića neživim predmetima kao u sljedećim primjerima:

- (98) *Hrvatska arhitektura ovaj put propituje nacionalne tragove*
(<http://www.vecernji.hr/hrvatska-arhitektura-ovaj-put-propituje-nacionalne-tragove-27548>, 10. lipnja 2015.)
- (99) *Otmjenost Varšavske filharmonije zavela sve slušatelje*
(<http://www.vecernji.hr/otmjenost-varsavske-filharmonije-zavela-sve-slusatelje-37218>, 15. svibnja 2015.)
- (100) *Stoljeća hrvatske književnosti raskidaju s Maticom hrvatskom* (<http://www.vecernji.hr/stoljeca-hrvatske-knjizevnosti-raskidaju-s-maticom-hrvatskom-36995>, 28. svibnja 2015.)

Može se uočiti kako se u jednome novinskom naslovu ponekad javlja više stilskih figura, a ne samo jedna. Tako je u primjeru (101) u kojemu uočavamo i metonimiju (*Stoljeća hrvatske književnosti, Maticom hrvatskom*) i personifikaciju (*raskidaju*), a isto je i u primjeru (99). To pokazuje kako novinski naslovi mogu biti izrazito slikoviti te kako novinari često upotrebljavaju više od jedne stilske figure kako bi privukli pažnju čitatelja i zainteresirali ih za čitanje svojih članaka.

5.3.2. Leksičko-sintaktičke figure

Spomenute se stilske figure ubrajaju u leksičke, dok su nama zbog prirode istraživanja i jezičnih razina za koje smo se opredijelili zanimljivije one koje se nazivaju leksičko-sintaktičkim. Kako navodi Marina Katnić-Bakaršić, to su „figure koje djeluju na planu sintakse i predstavljaju odstupanja od uobičajenog sklapanja rečenice ili nadrečeničnog jedinstva“ (2007: 306) te spominje figure dodavanja, oduzimanja, zamjene i permutacije. Elipsom i reticencijom (koje smatra dijelom leksičko-sintaktičkih figura) bavili smo se u poglavlju o predikativnosti, pa ćemo ovdje mjesta ostaviti za neke druge, njima srodne leksičko-sintaktičke figure poput inverzije, asindetona i retoričkog pitanja.

Pod inverzijom podrazumijevamo obrnuti red riječi u sintagmi i rečenici ili pak obrnuti redoslijed glavne i zavisne surečenice. Dvije su osnovne vrste takvog obrnutog redoslijeda riječi ili surečenica: logičko-gramatička i stilistička. Prva podrazumijeva „kontekstom uvjetovano odstupanje od ustaljene rečenične sheme subjekt–predikat–objekt te pojavu obavijesnog predikata ispred obavijesnog subjekta“ (Bagić 2012: 156). Subjekt je najistaknutiji dio u rečenici jer bez vršitelja radnje nema ni radnje. Gramatički opravdan, logičan redoslijed je dakle onaj u kojem subjekt dolazi ispred predikata. Međutim, „želimo li afektivno istaknuti radnju, odnosno zbivanje, mijenjamo gramatičko-logički red i stavljamo predikat na prvo mjesto“ (Antoš 1972: 97). Takva je inverzija zabilježena i u prikupljenim naslovima iz kulturne rubrike:

(101) *Izložen dio zbirke Bauer*

(<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/izlozen-dio-zbirke-bauer-1003487>, 12. lipnja 2015.)

(102) *Otvorena izložba remek-djela hrvatske moderne Kolekcije Vugrinec* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/otvorena-izlozba-remek-djela-hrvatske-moderne-kolekcije-vugrinec-992100>, 7. travnja 2015.)

- (103) *PREMINULA GLUMICA ANDREJA BLAGOJEVIĆ*
Napustila nas je dramska prvakinja riječkog HNK
(<http://www.jutarnji.hr/umrla-glumica-andreja-bлагоjevic/1353317/>, 18. travnja 2015.)

U navedenim primjerima u kojima se na prvo mjesto u rečenici stavlja predikat također možemo uočiti već spomenuto izostavljanje pomoćnoga glagola u perfektu koji je s obavijesnog stajališta zalihostan. Radi se dakako o elipsi kojom se pridonosi sažetosti i kratkoći izraza, a koja je karakteristična ne samo za novinske naslove već i za sve ostale vrste naslova.

Osim predikata, na prvom mjestu u rečenici može se naći i objekt:

- (104) *Guercina vidjelo deset tisuća ljudi*
(<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/guercina-vidjelo-deset-tisuca-ljudi-977263>, 14. svibnja 2015.)

Promjena očekivanih mjesta rečeničnih dijelova pridonosi „ekspresivnom posredovanju obavijesti i njezinu emocionalnom nijansiranju“ (...) te „utječe na ritam i intonaciju“ (Bagić 2012: 156-157).

Inverzija se, osim unutar rečenice, može javiti i među surečenicama zavisnosloženih rečenica gdje zavisna surečenica stoji ispred glavne. Međutim, takva se inverzija javlja u svim funkcionalnim stilovima i nije stilogena:

- (105) *Kada je predstava izvrsna, onda se lako na pozornici igrati mobitelima* (<http://www.vecernji.hr/glazba/kada-je-predstava-izvrsna-onda-se-lako-na-pozornici-igrati-mobitelima-1007078>, 23. svibnja 2015.)
- (106) *I kad se čovjek želi ubiti, dosadi razmišljati o smrti*
(<http://www.vecernji.hr/film/i-kad-se-covjek-zeli-ubiti-dosadi-razmisljati-o-smrti-105119>, 28. svibnja 2015.)

U stilističkoj inverziji na istaknuta se mjesta u rečenici stavljaju dijelovi koji su najafektivniji. Ona pretpostavlja „stilski obilježen red riječi, kojim govornik ili pisac naglašava pojedine riječi i njihova značenja, stvara učinak iščekivanja,

ritmizira i estetizira iskaz“ (Bagić 2012: 156). Sintagmatska se inverzija najčešće ostvaruje tako da svoje mjesto u rečenici zamjenjuju imenica i njezin atribut. U imenskoj se konstrukciji sročni atribut nalazi u postpoziciji:

- (107) *Dijalog s kulturama o kruhu svagdanjem*
(<http://www.vecernji.hr/dijalog-s-kulturama-o-kruhu-svagdanjem-35334>, 16. travnja 2015.)

U hrvatskome jeziku atribut u postpoziciji javlja se od početaka pismenosti. Točnije, njegovo se podrijetlo vezuje za biblijski stil pa su takve sintaktičke konstrukcije najstilogenije kada otvoreno aludiraju na biblijski prototekst (Bagić 2012: 1569) kao što je to slučaj u navedenom primjeru.

Figurativnost iskaza često se proizvodi i „dokidanjem veznika i realizacijom jukstapozicije u jednom segmentu teksta“ (Katnić-Bakaršić 2007: 312). Takva se figura naziva asindeton, a koristi se za ubrzavanje ritma i isticanje emocionalnosti. Između dijelova takva izraza stoje određeni pravopisni znakovi, najčešće je to zarez kao u sljedećem primjeru:

- (108) *JUTARNJI NA PROBI ELEMENTARNIH ČESTICA*
Eksplorzija seksa, vrijedanju islama ni traga, sve puno policije
(<http://www.jutarnji.hr/foto--jutarnji-na-probi-elementarnih-cestica-eksplozija-seksa--vrijedanju-islama-ni-traga--sve-puno-policije/1385082>, 20. srpnja 2015.)

S obzirom na to da predmet ovoga istraživanja čine novinski naslovi, logično je u njima bilo očekivati i pojavu retoričkih pitanja kao stilske figure koja je osobito česta u jeziku medija. Retoričko je pitanje pitanje na koje nema odgovora ili se on ne očekuje. Upravo na tome, ali i na specifičnom potenciranju patosa (Katnić-Bakaršić 2007: 313) počiva stilogenost ove stilske leksičko-semantičke figure. Takvim se pitanjem zapravo prikriva neka tvrdnja koja izražava stavove i dojmove, ističe emocionalnost te izriče šokantnost i začuđenost. Kako navodi Bagić, „riječ je o strategiji stvaranja atraktivnog, svima prijemčivog diskurza čija su sugerirana obilježja otvorenost,

demokracičnost, neformalnost, opuštenost, izravnost“ (2012: 272). Sve navedeno karakteristično je za novinske naslove, pa je ta figura zabilježena i u prikupljenom korpusu:

- (109) *TRAŽITE KNJIGU ZA LJETO? Ovo su savršeni naslovi, priče koje će vas nasmijati, raznježiti i zabaviti* (<http://www.jutarnji.hr/trazite-knjigu-za-ljeto--ovo-su-savrseni-naslovi--price-koje-ce-vas-nasmijati--raznjeziti-i-zabaviti/1252883/>, 16. srpnja 2015.)
- (110) *Zašto praljudi ne bi smjeli biti moderniji?* (<http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/zasto-praljudi-ne-bi-smjeli-biti-moderniji-975771>, 12. lipnja 2015.)
- (111) *Svećenik me fizički pokrenuo, tijelo sam prodavao... Pa koji režiser može snimiti takav film?* (<http://www.vecernji.hr/knjige/svecenik-me-fizicki-pokrenuo-tijelo-sam-prodavao-pa-koji-reziser-moze-snimiti-takav-film-973403>, 27. svibnja 2015.)

Na kraju ovoga poglavlja važnim smatramo izdvojiti još jednu stilsku figuru koja je zabilježena u velikom broju naslova iz kulturne rubrike. Riječ je o kontrastu u kojem se u odnos dovode po nečemu suprotstavljene strane. U naslovima iz kulturne rubrike kontrast se obično koristi na početku naslova (suprotstavljaju se dvije sintagme), a zatim se u nastavku naslova u obliku rečenice precizira sadržaj:

- (112) *MALO ZNANJA, MNOGO AMBICIJA Kako se zlatni mladić Anđelo htio dočepati novca zalutalog hipija...* (<http://www.jutarnji.hr/show-na-prisavlju-kako-je-zlatni-mladic-andelo-besramno-oteo-novac-zalutalom-hipiju--staroj-babi-i-srednovjecnom-luzeru/1324455/>, 1. lipnja 2015.)
- (113) *NOVI NASTAVAK, STARI PROBLEMI Omnibus 'Zagrebačke priče' uporno ignorira duh života metropole*

(<http://www.vecernji.hr/film/omnibus-zagrebacke-price-uporno-ignorira-duh-zivota-metropole-1016060>, 23. srpnja 2015.)

Upotrebom stilskih figura u novinskim naslovima dobiva se na slikovitosti, pobuđuje se emocionalnost i začuđenost, stvara se učinak iščekivanja, ubrzava se ritam, a sve u svrhu privlačenja pozornosti čitatelja. One su jedan u nizu postupaka kojima novinari nastoje ostvariti svoj cilj: zaintrigirati čitatelja i navesti ga da pročita upravo njihov članak.

6. Zaključak

Iz svega navedenoga možemo zaključiti kako se u naslovima iz kulturne rubrike koriste različita sintaktička sredstva kojima se postiže funkcionalno-stilska i ekspresivna markiranost i kojima se ostvaruju funkcije novinskih naslova. Umjesto neutralnih sintaktičkih sredstava, novinari se pri oblikovanju naslova služe onima koji su stilski obilježeni, pa tako kod čitatelja ostavljaju snažnije dojmove, privlače ih na čitanje, pobuđuju njihove emocije, izazivaju začuđenost, stvaraju asocijacije i slike te time ostaju trajnije u njihovoj svijesti. Neke su se pretpostavke od kojih smo započeli u analizi i potvrdile, dok neke možemo odbaciti.

Naslov je kondenzirana vrsta teksta čija je primarna funkcija privući pažnju čitatelja i zainteresirati ga za daljne čitanje. Kondenzirana vrsta podrazumijeva sažetost i kratkoću, pa se pretpostavilo da će naslove tvoriti svega nekoliko riječi. Međutim, analiza prikupljene građe pokazala je da su naslovi iz kulturne rubrike duži od prosječnih novinskih naslova. S druge pak strane, često se javlja elipsa ostvarena izostavljanjem predikata te infinitivizacija kojima se pridonosi rečeničnoj kondenzaciji. Također, odbaciti možemo pretpostavku o dominaciji imenskih predikata koja je rezultat očekivanja da će naglasak biti na imenovanju nečega, a ne na samoj radnji. U skladu s tim očekivanjem je i pretpostavka o postupcima nominalizacije koja se, naime, potvrdila jer se pokazalo da se u korpusu za ciljano istraživanje često koriste nominalna umjesto verbalnih rečeničnih sredstava, kao i dekomponirani predikat. Naposljetku, potvrdila se i pretpostavka o pojavi stilskih figura koje su karakteristične za novinske naslove, a koje se koriste ponovo u svrhu ostvarivanja njihove već spomenute funkcije.

U ovome radu pokušali smo prikazati samo pojedine dijelove sintaktostilističke analize novinskih naslova iz kulturne rubrike. Preostaje nam u nekim budućim istraživanjima proširiti korpus za analizu te promotriti i ostale

njezine segmente koji će otkriti neke nove načine oblikovanja kojima se postiže stilska obilježenost i ostvaruju temeljne funkcije novinskih naslova.

Sažetak

U radu se pristupa sintaktostilističkoj analizi novinskih naslova iz kulturne rubrike koji su prikupljeni iz triju internetskih izdanja hrvatskih dnevnih novina: *Jutarnjeg lista*, *Večernjeg lista* i *Novog lista*. Ponajprije se donosi teorijski pristup sintaktostilistici kako bi se definiralo područje ovoga istraživanja, a potom se opisuje i publicistički funkcionalni stil kojemu prikupljena građa pripada. U istraživanju se polazi od nekoliko pretpostavki koje se odnose na vrstu rečenice, predikativnost, infinitivizaciju, elipsu, postupke nominalizacije i postupke ekspresivne sintakse. Naposljetku, ustvrđuje se koja se sve sintaktička sredstva koriste kako bi se postigla funkcionalno-stilska i ekspresivna markiranost i kako bi se ostvarile funkcije novinskih naslova.

Ključne riječi: *kultura, sintaktostilistika, publicistički funkcionalni stil, novinski naslovi, predikativnost, dekomponirani predikat, infinitivizacija, elipsa, nominalizacija, stilske figure*

Summary

The work is based on syntactic-stylistic features approach of newspapers headlines in cultural sections, which were collected from three online publications of the Croatian daily newspapers *Jutarnji List*, *Večernji List* and *Novi List*. In addition of syntactic-stylistic analysis, the theoretical approach was adopted with purpose to define the area of this research, which also defines publicistic functional style that belongs to the collected newspaper materials. The study is based on several assumptions which are explaining the type of sentences, predicativity, infinitization, elipse, processes of nominalization and procedures of expressive syntax. Finally it was researched that all syntactic structures are used in order to conduct functional-stylistic and expressive marking, and also in order to achieve the functionality of newspaper headlines.

Keywords: *culture, syntact-stylistic, publicistic functional style, newspaper headlines, predicativity, decoposed predicate, infinitization, elipse, nominalization, style figures*

7. Popis literature

Izvori:

www.večernji.hr (7. travnja 2015. – 24. srpnja 2015.)

www.jutarnji.hr (8. travnja 2015. – 30. srpnja 2015.)

www.novolist.hr (8. travnja 2015. – 29. srpnja 2015.)

Literatura:

1. Anić, Vladimir (1998) *Rječnik hrvatskoga jezika*, Novi Liber, Zagreb.
2. Antoš, Antica (1972) *Osnove lingvističke stilistike*, Školska knjiga, Zagreb.
3. Bagić, Krešimir (2012) *Rječnik stilskih figura*, Školska knjiga, Zagreb.
4. Čale, Frano (1973) *Od stilema do stila*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb.
5. Frančić, Anđela; Hudeček, Lana; Mihaljević, Milica (2005) *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnome jeziku*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb.
6. Gojević, Mirta (2009) *Publicistički stil*, Hrvastika, Vol. 3, No. 3, Osijek, 23 – 30.
7. Guiraud, Pierre (1964) *Stilistika*, Veselin Masleša, Sarajevo.
8. Hudeček, Lana (2006) *Jezične značajke novinskih naslova u Jezik i mediji – jedan jezik: više svjetova*, (ur. Granić, Jagoda), Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, Zagreb – Split, 297 – 303.
9. Hudeček, Lana; Mihaljević, Milica (2009) *Jezik medija : publicistički funkcionalni stil*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb.

10. Kalogjera, Damir (2002) *I u sociolingvistici ima stila u Važno je imati stila*, ur. Bagić, Krešimir, Disput, Zagreb, 131 – 138.
11. Katičić, Radoslav (2002) *Sintaksa hrvatskoga književnog jezika*, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Nakladni zavod Globus, Zagreb.
12. Katnić-Bakaršić, Marina (2007) *Stilistika*, Naučna i univerzitetska knjiga, Sarajevo.
13. Kojčinović, Ranka (2014) *Leksička obilježja jezika u novinskim tekstovima i naslovima*, Hrvastika, Vol.7, No.7, Osijek, 39 – 50.
14. Molinie, Georges (2002) *Stilistika*, Ceres, Zagreb.
15. Pranjić, Krunoslav (1986a) *Jezikom i stilom kroza književnost*, Školska knjiga, Zagreb.
16. Pranjić, Krunoslav (1986b) *Stil i stilistika*. u: Stamać, Ante; Škreb, Zdenko *Uvod u književnost*, Zagreb, 195 – 196.
17. Petriševac, Dinko (2009) *Obilježja novinskih naslova*, Hrvastika, Vol. 3, No. 3, Osijek, str. 31 – 38.
18. Radovanović, Milorad (1990) *Spisi iz sinatkse i semantike*, Dobra vest, Novi sad.
19. Rišner, Vlasta (2007) *Sintaktiča obilježja hrvatske periodike na prijelazu stoljeća („Jeka od Osēka i „Vjesnik Źupanije virovitičke“)* u *Sintaktičke kategorije* : zbornik radova znanstvenog skupa s međunarodnim sudjelovanjem Hrvatski sintaktički dani, Osijek, 11. i 12. svibnja 2006. / uredio Branko Kuna, Filozofski fakultet, Osijek; Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, 199 – 217.
20. Silić, Josip (2006) *Funkcionalni stilovi*, Disput, Zagreb.
21. Stolic, Diana (2003) *Naslovi u sportskoj rubrici „Novoga lista“*, Sv. Vid VIII (Zbornik Znanstvenoga skupa u povodu Dana sv. Vida *Vrijeme prošlo u vremenu sadašnjem*, 14. lipnja 2002.), Rijeka, 233 – 251.

22. Stolac, Diana (2007) *Sintaktička sinonimija u Sintaktičke kategorije* : zbornik radova znanstvenog skupa s međunarodnim sudjelovanjem Hrvatski sintaktički dani, Osijek, 11. i 12. svibnja 2006. / uredio Branko Kuna, Filozofski fakultet, Osijek; Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb.
23. Stolac, Diana (2008) *Metodologija sintaktostilističkih istraživanja u Vidjeti Ohrid* : referati hrvatskih sudionica i sudionika za XIV. Međunarodni slavistički kongres: (Ohrid, 10.-16. rujna 2008.), str. 287-301.
24. Stolac, Diana (2014) *Utjecaj jezika izvještavanja o sportu na sportaše i navijače* u *Zbornik naučnih i stručnih radova sa 7. Međunarodnoga simpozijuma Sport i zdravlje* / uredila Alija Biberović, Fakultet za tjelesni odgoj i sport Univerziteta u Tuzli, Tuzla, 153-157.
25. Škiljan, Dubravko (1986) *Jezik Vjesnikovih novina : komparativno lingvističko istraživanje*, Sveučilišna naklada Liber, Zagreb.
26. Tošović, Branko (2002) *Funkcionalni stilovi*, Institut fuer Slawistik der Karl-Franzens-Universitaet, Graz.