Figurativnost naslova članaka o migrantima na portalu 24sata.hr 2019.

Mateševac, Kristina

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:521950

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / disertations







Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Kristina Mateševac

FIGURATIVNOST NASLOVA ČLANAKA O MIGRANTIMA NA PORTALU 24SATA.HR 2019.

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2020.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

FIGURATIVNOST NASLOVA ČLANAKA O MIGRANTIMA NA PORTALU 24SATA.HR 2019.

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Boris Beck
Studentica: Kristina Mateševac

Zagreb
Rujan, 2020.

Izjavljujem da sam diplomski rad Figurativnost naslova članaka o migrantima na portalu 24sata.hr 2019., koji sam predala na ocjenu mentoru doc. dr. sc. Borisu Becku, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS-bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Kristina Mateševac

Sadržaj

1. UVOD 1
2. NOVINARSKO – PUBLICISTIČKI STIL 2
3. POJMOVI MIGRANT, IZBJEGLICA I TRAŽITELJ AZILA 3
4. NASLOV I TIPOVI NASLOVA U NOVINARSKO-PUBLICISTIČKOM STILU 5
   4.1. NOMINALNI TIP NASLOVA 7
   4.2. INFORMATIVNI TIP NASLOVA 7
   4.3. REKLAMNI TIP NASLOVA 8
   4.4. IZJAVE U NASLOVIMA 8
5. STILSKA IZRAŽAJNA SREDSTVA 11
   5.1. FIGURE KONSTRUKCIJE 11
      5.1.1. ASINDETON 11
      5.1.2. ELIPSA 12
      5.1.3. INVERZIJA 13
      5.1.4. RETORIČKO PITANJE 14
   5.2. FIGURE RIJEČI ILI TROPI 17
      5.2.1. EPITET 17
      5.2.2. PERSONIFIKACIJA 19
      5.2.3. METONIMIJA 20
      5.2.4. METAFORA 21
      5.2.5. POREDBA 24
   5.3. FIGURE MISLI 26
      5.3.1. ANTITEZA 26
      5.3.2. KONTRAST (SUPROTNOST) 27
      5.3.3. IRONIJA 28
      5.3.4. HIPERBOLA 29
6. EPITETI I IDEOLOGIJA 30
   6.1. IDEOLOGIJA I PREDODŽBA O ORIJENTU 32
7. ZAKLJUČAK 35
LITERATURA 38
SAŽETAK 39
ABSTRACT 39

1. UVOD

Tema ovog diplomskog rada je Figurativnost naslova članaka o migrantima na portalu 24sata.hr 2019.. Diplomski se rad bavi analizom stilskih izražajnih sredstava korištenih u naslovima članaka u čijem se tekstu na bilo koji način spominju migranti u 2019. godini. Korištenje stilskih figura jedna je od karakteristika novinarsko-publicističkog stila kojim se novinari služe u svakodnevnom pisanju i osmišljavanju naslova čime se postiže njihova atraktivnost o kojoj uvelike ovisi hoće li osoba pročitati i ostatak teksta. Analiza je provedena kvalitativnom metodom i analizom sadržaja čime je uočeno 13 stilskih figura.

Prvi dio rada sastoji se od teorijskog okvira koji započinje novinarsko-publicističkim stilom, nakon čega su definirana tri naizgled istoznačna, a različita pojmova migrant, izbjeglica i tražitelj azila te se nadalje sastoji od tipova naslova i izvora koji se u njima koriste. Drugi se dio rada sastoji od analize figura konstrukcije (sintaktičkih figura), figura riječi ili tropa te figura misli. Definirane su figure asindeton, elipsa, inverzija, retoričko pitanje, epitet, personifikacija, metonimija, metafora, poredba, antiteza, kontrast (suprotnost), ironija i hiperbola te su navedeni primjeri s portala 24sata.hr.

24sata.hr najpoznatiji je hrvatski *news* portal što ga čini interesantnim za istraživanje. Zbog velikog migrantskog vala s kojim se svijet susreo proteklih godina, a koji još uvijek traje, ova je tema zanimljiva, aktualna i nedovoljno istražena. Aktualnosti dodatno pridonosi upotreba stilskih figura, a cilj ovog rada je prezentirati ih i uočiti krije li se iza njih skrivena poruka te potiču li se njima stereotipi ili usmjerava predodžba o Orijentu.

2. NOVINARSKO – PUBLICISTIČKI STIL

Hrvatski standardni jezik je polifunkcionalan jezik koji u različitim okruženjima funkcionira na različite načine, a te se funkcije nazivaju funkcionalnim stilovima te ih razlikujemo pet. Znanstveni, administrativno-poslovni, novinarsko-publicistički, književnoumjetnički i razgovorni (Gojević, 2009: 23). Bez obzira na međusobne razlike, teško ih je potpuno odvojiti jedan od drugoga te postoje njihova međusobna preklapanja, a to je vidljivo u novinarsko-publicističkom funkcionalnom stilu koji obilježja ostalih stilova preuzima ovisno o mediju ili medijskoj kući (Frančić i dr, 2005: 231).

Novinarsko-publicistički stil je najsloženiji te objedinjuje sadržaj novinarstva i sadržaj publicistike koje mnogi razlikuju jedno od drugoga. „Novinarstvo smatraju pisanjem i izdavanjem dnevnih i periodičnih novina, a publicistiku tiskanim materijalom aktualnog kulturnog, književnog i društveno – političkog života u dnevnim i periodičnim listovima, časopisima i zasebnim tiskovinama“ (Silić, 2006: 75). Obilježja ovog stila su jezična živost i aktualnost. „Stil je to koji normu najbolje uvjerava i najlakše razara, u njemu se pokazuju mjesta na kojima norma postaje upitna i situacije u kojima normativno pravilo ostaje mrtvo slovo na papiru“ (Frančić i dr., 2005: 247). Osim pisane, novinarstvo objedinjuje i područje slušane i gledane informacije, odnosno novine, televiziju, radio i *internet*. Jezik publicistike mora biti prilagođen mediju, a novinar poruku šalje diverzificiranoj skupini gledatelja (Gojević, 2009: 23). U uporabi je često i naziv „književno novinarstvo“ koje simbolizira granicu između književnosti i novinarstva te služi za obradu književnih tema na novinarski način. Rezultat toga su hibridni književno-novinarski žanrovi koje odlikuju specifične stilske osobine (Silić, 2006: 75-77).

Kako bi informativna, propagandna, popularizatorska, prosvjetiteljska, agitativna, pedagoška i zabavna funkcija novinarstva ispunile svoje zadaće obavještavanja, poučavanja ili zabavljanja, potrebna je upotreba neutralnih i ekspresivnih jezičnih sredstava. Neutralna sredstva su stilski neobilježena dok su ekspresivna obilježena (Silić, 2006: 75–77). Novinarsko-publicistički stil koristi ekspresivna jezična sredstva gotovo u jednakom obujmu kao i književnoumjetnički, no njihova upotreba je različita, a te se razlike očituju u smislu jezičnog teksta koji se u novinarskom tekstu nalazi u tekstu, dok se u književnoumjetničkom nalazi u podtekstu. Smisao se iskazuje neposredno u novinarskom stilu te posredno u književnoumjetničkom. Neutralna jezična sredstva pronalazimo u informativnim,

popularizatorskim, prosvjetiteljskim i pedagoškim žanrovima, dok ekspresivna prevladavaju u propagandnim, agitativnim i zabavnim žanrovima (Silić, 2006: 77). „U prve ubrajamo vijest, komentar, kroniku, recenziju, intervju, anketu i reportažu, a u druge kratku priču, kozeriju, humoresku, esej (ogled), feljton (podlistak), nekrolog, panegirik, persiflažu, pamflet, grotesku i lakrdiju“ (Silić, 2006: 77).

Na portalu 24 sata.hr uočene su vijesti kao forma koje svojim sadržajem odgovaraju na pet glavnih novinarskih pitanja, a to su tko, što, kada, kako i gdje te su sažete i objektivne, bez iskazivanja emocija. Vijest služi za obavještavanje o različitim događajima koji će biti razumljivi svim korisnicima zbog neutralnog i razumnog jezika kojim je pisana, većinom jednostavnim rečenicama. Osim vijesti, uočen je i komentar koji autoru služi kao osvrt na aktualan događaj. Pisan je jednostavno, ispravnošću izraza te objektivnošću kod iznošenja činjenica. Kako bi se unutar komentara objasnio sadržaj kojim se autor bavi, nerijetko se koriste sinonimi (Silić, 2006: 78). Teško je utvrditi količinu individualnosti, subjektivnosti, emocionalnosti, figurativnosti te ekspresivnosti u tim žanrovima, no to je moguće pomoću formalnih sredstava koje nazivamo figure i tropi, odnosno „stilske figure“ (Silić, 2006: 81).

3. POJMOVI MIGRANT, IZBJEGLICA I TRAŽITELJ AZILA

Tri se pojma koriste ne bi li se imenovale osobe koje sudjeluju u migracijama, a to su migranti, izbjeglice i tražitelji azila. Nerijetko se ovi pojmovi smatraju istoznačnima, no oni upućuju na različite grupe ljudi, a nerazumijevanje njihovih razlika može dovesti do nesporazuma.

Migracijom se općenito naziva kretanje stanovništva prostorom, a u užem smislu je to promjena mjesta u kojem pojedinci ili društvene skupine uobičajeno borave te je dužeg trajanja. One mogu biti stalne ili privremene, a s obzirom na to prelazi li osoba pritom granicu, razlikuju se vanjske i unutarnje. Motiv za migracijom može biti dobrovoljan ili prisilan, a njezin najširi oblik čine migracije u kojima sudjeluju čitavi narodi, plemena ili društvene skupine. Na migracije utječu demografski, ekonomski, politički i geografski čimbenici, a njihov temelj čine nejednake prilike u različitim zemljama svijeta. Područja na koja se migrira uglavnom nude veću i bolju mogućnost zapošljavanja i bolje uvjete života nego što je to činila zemlja podrijetla (enciklopedija.hr, 2020). „Politički čimbenici najčešći

su uzrok prisilnih migracija, a tu spadaju nacionalni, vjerski i rasni progoni, progoni političkih protivnika, međudržavno preseljavanje stanovništva i političke migracije“ (enciklopedija.hr, 2020). Negativne pojave koje mogu nastati kao posljedica migracija uvelike ovise o odnosu između migranta i stanovništva među koje se želi uklopiti, kao i o njihovim međusobnim razlikama izraženim različitim kulturama te načinu na koji je migracija ostvarena, legalno ili nelegalno (enciklopedija.hr, 2020).

Međunarodna organizacija za migracije migrante definira kao osobe koje prelaze međunarodnu granicu te pritom napuštaju zemlju podrijetla ili samo svoje uobičajeno mjesto stanovanja unutar te zemlje, a to čine neovisno o vlastitom pravnom statusu, migriraju li dobrovoljno ili prisilno, ostalim razlozima za kretanje te vremenu koje su proboravili u zemlji podrijetla, točnije u mjestu stanovanja. Razlozi za to su najčešće težnje za boljim uvjetima života ili obrazovanjem (bih.iom.int, 2018).

Izbjeglice su osobe koje su zbog okolnosti u kojima se nalazi njihova zemlja podrijetla ili zavičaj primorane ih napustiti te zaklon potražiti u drugim zemljama ili krajevima. To se događa uslijed ratova i ratnih opasnosti, nasilja koje se provodi političkim putem, progona, prirodnih katastrofa, ili ostalih čimbenika koji život u određenoj zemlji ili kraju ne čine sigurnima (enciklopecija.hr, 2020). Zbog rase ili nacionalnosti kojoj pripadaju, sustava religijskih ili političkih vjerovanja, njihova su ljudska prava i životi u opasnosti. Međunarodnim zakonom je zabranjeno njihovo prisilno vraćanje u zemlju podrijetla (unhcr.org, 2020).

Azil predstavlja sklonište, a međunarodno ga pravo definira kao zaštitu koja pripada određenoj državi na njezinom području ili van njega,u zgradama diplomacije (enciklopedija.hr, 2020). „Država tu zaštitu može dati osobama stranog državljanstva ili bez njega, koje su zbog političkog progona ili iz straha od njega odbjegle iz druge države“ (enciklopedija.hr, 2020). Takve se osobe nazivaju tražiteljima azila te od države traže da im odobri status izbjeglice. Odobrenim statusom osoba je primorana ostati u njoj, u suprotnom je može napustiti (unhcr.org, 2020).

4. NASLOV I TIPOVI NASLOVA U NOVINARSKO-PUBLICISTIČKOM STILU

Jedan od elemenata koji novinarsko-publicistički stil razlikuje od ostalih funkcionalnih stilova čine naslovi koji imaju važnu ulogu te o njima ovisi hoće li osoba pročitati tekst. Kako bi privukli što više čitatelja, novinari ih posebno opremaju (Silić, 2006: 89). Oprema mora biti interesantna, provokativna ali i informativna kako bi naznačila temu teksta (Mihovilović, 2007: 200). „Koristi se posebno pismo, na posebnu mjestu, s ključnim riječima, s riječima ekspresivna značenja, s karakterističnim rečeničnim i interpunkcijskim znakovima“ (Silić, 2006: 89). Prema Mihoviloviću, karakteristike naslova su kratkoća, pozitivnost, narativnost, osobnost, atraktivnost i intrigantnost (2007: 201). Zbog potrebe da budu izazovnog karaktera, riječi koje novinari koriste su snažne s ciljem uvjeravanja, parafraziraju poslovice i izreke, koriste stilske figure, žargone i drugo, a sve s ciljem da se potakne osjećajna strana čitatelja te pobudi interes za čitanjem daljnjeg teksta (Silić, 2006: 90).

Naslov je grafički odvojen od teksta kojem pripada: „Možemo reći da je on tekst o tekstu, sažetak teksta, njegov graničnik, mjesto uvrtanja teksta“ (Katnić-Bakaršić, 1999: 98). Na neki ga se način može smatrati autonomnim tekstom, a dio je skupine malih tekstova u koje spadaju izreke, poslovice, grafiti, šale i mnogi drugi te obiluje zajedničkim elementima. Ti su elementi posljedica ograničenja teksta koji može biti korišten, ali i glavnim ciljem, a to je privući pozornost. Ako su figurativni, privlačenje pozornosti je dodatno olakšano, a pamćenje kod čitatelja trajnije (Ivas, 2004: 10-11).

Zbog svog položaja u odnosu na ostatak teksta, naslov je svojevrstan atraktor i zbog toga sadrži sredstva kojima se postiže izražajnost što ih čini sažetima i usmjerenima na sebe, odnosno autoreferencijalne. Atraktivnost naslova često dovodi do pojačanja čime naslov utječe na percepciju i interpretaciju (Ivas, 2004: 12). „Osim što upućuje na izvantekstualnu stvarnost, naslov svojim oblikom i izborom sredstava podsjeća na slične tekstove i načine naslovljavanja. U toj ulozi djeluje kao intertekstualna kopča, što mu daje poseban sloj koji ima učinak prisjećanja“ (Ivas, 2004: 13).

Novinar mora poštivati opću normativnost jezika, ali i žanrova. Različitost žanrova dovodi do potreba za korištenjem različitih jezika te se zbog toga novinar koristi različitim načinima izražavanja. On može kod izražavanja učiniti i jezični klišej čiji je rezultat jezično ostvarivanje na racionalan, ekonomičan i učinkovit način (Silić, 2006: 94).

U iskazivanju efektivnosti, ekonomičnosti i racionalnosti sadržaj može biti napisan koristeći sučeljavanje zagrada, a ukidanje dvosmislenosti postiže se crticom ili u nekim slučajevima dvotočkom. Novinarsko – publicistički stil, kao i ostali, sadrži izraze koji su svojstveni samo njemu, a prepoznati su ako se i kad se upotrijebe u drugom funkcionalnom stilu (Silić, 2006: 90-91). „Takve ustaljene izraze u administrativno-poslovnom stilu nazivamo kancelarizmima, u beletrističkome beletrizmima, u znanstvenome scijentizmima, u razgovornome kolokvijalizmima i u novinarsko-publicističkome žurnalizmima“ (Silić, 2006: 91). Izvore žurnalizmima pronalazimo u politici, sociologiji, pravu te mnogim drugima, a nisu svi nastali u ovom novinarsko-publicističkom stilu već izvan, no ubrzo su postali dio njega. Izvor riječi novinarima su često i internacionalne riječi te ih je poželjno koristiti (Silić, 2006: 91-92). „Pogodne su da u novinarsko-publicističkim žanrovima s konkretnim jezikom uđu u stilsku igru s nacionalnim riječima te će katkad zvučati „jače“ od nacionalnih. Katkad će biti smislom „punije“ od nacionalnih“ (Silić, 2006: 93).

Da bi naslov bio učinkovit, treba stvoriti dobre tekstualne veze među riječima u naslovu (Ivas, 2004: 13). Stilske figure naslove osamostale što ga ponekad može činiti autonomnom tvorbom gdje on predstavlja samoga sebe više nego tekst. Upute kako napisati dobar naslov ne slažu se s korištenjem stilskih figura jer privlačeći pozornost njihovim korištenjem, gubi se temeljni cilj da oni budu jasni i informativni. Ipak, figure se ne koriste u svim naslovima. Ako se radi o naslovljavanju tvrdih vijesti bit će korištene rjeđe, dok suprotno tome kod mekih će vijesti biti korištene češće. Dugački naslovi nisu pretjerano pogodni za korištenje stilskih figura. Razlozi za njihovo korištenje su mnogo razumljiviji u kraćim jer se sažimanjem može u malo riječi postići mnogo, a najčešće se koriste metafore, ironija ili elipsa (Ivas, 2004: 13).

Naslovi imaju dvije uloge, a to su pragmatička i semantička. „Pragmatičku ulogu imaju onoliko koliko su usmjereni na postizanje efekata kod čitatelja, a semantičku koliko se referiraju na sadržaj naslovljenog teksta i na stvarnost, a prepoznaje se u njihovom obavijesnom sloju i sklonosti da u opširnijim naslovima rezimiraju osnovnu misao naslovljenog teksta“ (Ivas, 2004: 11). Razlika među ovim ulogama je i ta što kod pragmatičke uloge, naslov je simbol kojem je cilj obavijestiti, dok je to u semantičkoj ulozi signal koji kod čitatelja izaziva interes. Pragmatička uloga pojačana je u naslovima kojima je glavni cilj zadobiti pozornost čitatelja, ali mu ujedno i identificirati tekst jer u tom slučaju on postoji za imenovanje teksta i postaje mu nadređen. Tropi koji se u njima koriste nastoje ostvariti utjecaj na arhisemičkoj razini. Općenito je teško pronaći razlike između pragmatičke i semantičke

uloge kada se to pokušava činiti prema njihovom glavnom zadatku, a to je privlačenje pozornosti, organizacija recepcije teksta te davanje sugestija mišljenju (Ivas, 2004: 11-12).

Nerijetko su naslovi napisani općenito, bez konteksta iz kojeg su prvenstveno nastali, zato uz njih stoje podnaslovi i nadnaslovi koji donose konkretnost (Silić, 2006: 90). Objašnjavaju ga te podrobnije opisuju temu članka, a moraju biti radni i faktografski (Mihovilović, 2007: 204).

Sadržajno, naslove dijelimo na nominalne, informativne i reklame.

4.1. NOMINALNI TIP NASLOVA

Nominalni naslovi služe za imenovanje sadržaja, stoga se u njima koriste imenske riječi, imenice i pridjevi. Ako se koriste glagolske riječi, one su kao i glagolska vremena lišeni glagola, odnosno svoga značenja, radnje i vremena. To se postiže tako da ih se isključi iz strukture ili transformira u glagolske pridjeve (radne ili trpne), odnosno rečenice (Silić, 2006: 89).

- Vlasti u Tuzli protiv smještaja migranta na tom području (24sata.hr, 21.11.2019.)
- I Hrvatska za ravnomjerniju raspodjelu migranta po EU (24sata.hr, 22.07.2019.)
- Srbin u slovenskom kombiju po Hrvatskoj švercao Pakistance (24sata.hr, 14.05.2019.)
- State Department upozorio na najveće probleme u Hrvatskoj (24sata.hr, 24.04.2019.)

4.2. INFORMATIVNI TIP NASLOVA

Glavna je svrha informativnih naslova prenositi sadržaj te u njima prevladavaju glagoli, glagolski oblici i vremena, riječi upitnog karaktera te načini na koji se vijesti o sadržaju prenose rečeničnim znakovima (Silić, 2006: 89).

- Pretukli migranta jer je ukrao čokoladu? Svjedoci sve snimili (24sata.hr, 22.12.2019.)
- Stani policija! Jurio s pet migranta pa se zabio u Golf (24sata.hr, 19.11.2019.)
- Policajci jurili po migrante pa im se usred vožnje zapalio auto (24sata.hr, 24.12.2019.)
- Izbjeglice i migranti traže novi put prema Europi – preko Cipra (24sata.hr, 23.04.2019.)

4.3. REKLAMNI TIP NASLOVA

Ovim se tipom naslova nudi sadržaj, a kako bi to bilo moguće, u njihovom se stvaranju koriste poticajne riječi koje izražavaju sugestiju čitatelju, poticajna sredstva te ostali oblici kojima se može iskazati poticaj, a to su glagolska vremena poput imperativa, rečenični znakovi poput upitnika, uskličnika ili crtice (Silić, 2006: 90).

- „Pogledajte taj kamp migranta u BIH, nema ni žena ni djece ..“ (24sata.hr, 21.06.2019.)

4.4. IZJAVE U NASLOVIMA

Kod citiranja izjava u naslovu ili općenito, novinar mora poštivati sugovornika koji informaciju može izreći „on the record“ ili „off the record“ pri čemu on u prvom slučaju daje suglasnost da se citira, a u drugom je slučaju njegova izjava neformalna. „On the record“ izjave najčešće služe kao izravni citat koji mora biti prenesen istinito, no moguće su pojedine jezične intervencije. Citiranje zahtijeva od novinara da atribuira odakle je citat preuzet te prvo navede ime, a zatim citat. U naslovima je situacija drugačija te novinari citiraju sugovornika, no njegovo ime u većini slučajeva navode u tekstu kada taj citat ponavljaju u proširenom obliku (Mihovilović, 2007: 94-96).

Kod citiranja u naslovima, novinari se najčešće odlučuju za jednu rečenicu, rjeđe više, koja se ističe ili predstavlja najvažniji dio izjave sugovornika te koja sadrži određenu jačinu i potiče na čitanje ili sažima cjelokupnu temu članka. Ponekad je to i način da novinar sa sebe svrgne eventualnu krivicu za pisanje provokativnog naslova zbog čega bi mogao biti pravno „gonjen“ od strane osoba koje su naslovom obuhvaćene. Kod citiranja se koriste navodni znakovi, na početku i na kraju citata, a osim samog citata, prije njega se može upotrijebiti određena riječ ili rečenica koja dodatno privlači pažnju. U analizi naslova o migrantima, uočeno je često korištenje citata u kojima se najčešće citiraju policijska uprava na čelu s ministrom Davorom Božinovićem, ostali ministri, premijeri, zastupnici ili predsjednici Hrvatske ili stranih zemalja, sami migranti te svjedoci događaja o kojima se piše. Izjave organa vlasti, te osoba na važnim pozicijama u državi ili van nje, stvaraju utisak ozbiljnosti pa možemo pretpostaviti da su tekstovi kojima takvi naslovi prethode češće čitani. Izjava

nepoznate ili javnosti slabo poznate osobe ne smatra se toliko važnom. U nastavku navodim primjere za svaku od navedenih grupa izvora.

Policijska uprava:

- MUP: „Ne znamo kako su se studenti iz Nigerije našli u BIH“ (24sata.hr, 3.12.2019.)
- MUP o kamionu s 39 leševa: „Nije prolazio kroz Hrvatsku“ (24sata.hr, 24.10.2019.)
- „Nismo koristili sredstva prisile prema imigrantima na granici“ (24sata.hr, 07.08.2019.)
- „Tvrdnje da hrvatska policija u BIH dovodi migrante su laži“ (24sata.hr, 20.02.2019., Davor Božinović)

Ministri, premijeri, zastupnici i predsjednici:

- „Hrvatska je predivna zemlja, lijepo mi je tu, prihvaćaju me“ (24sata.hr, 21.11.2019., premijer Silvio Berlusconi)
- „Ne potičemo izbjeglice da idu u Hrvatsku, možete biti mirni“ (24sata.hr, 16.11.2019., Ministar policije u Bihaću)
- „Za štetu koju su uzrokovali migranti odgovorna je država“ (24sata.hr, 28.10.2019., saborski zastupnik Miro Bulj)
- Erdogan zaprijetio: Migrantima ću „otvoriti vrata“ Europe (24sata.hr, 07.11.2019., Turski predsjednik Recep Tayyip Erdogan**)**

Migranti:

- Sele Vučjak, geto bez nade: „Probit ćemo se do Hrvatske“ (24sata.hr, 08.12.2019)
- „Preživio sam put u kamionu s hladnjačom, okružen piletinom“ (24sata.hr, 24.10.2019.)
- „Nema stajanja, žica nas neće spriječiti da uđemo u Hrvatsku“ (24sata.hr, 24.10.2019.)
- Migranti u Vučjaku: Nemamo hrane, liječnika. Čak ni toalet“ (24 sata.hr, 21.06.2019.)

Svjedoci događaja:

- „Vidio sam ljude s torbama, došla je policija i odvezla ih“ (24sata.hr, 25.12.2019., vlasnik farme)

- Uhitili su 71 migranta: „Viđamo ih svaki dan, to je normalno“ (24sata.hr, 23.11.2019., mještanin)
- „Više mi nije ugodno kad šetam sam kroz Gorski kotar“ (24sata.hr, 20.06.2020., mještanin)
- „Mislio je da sam i ja policija, kombi me htio izgurati s ceste“ (24sata.hr, 05.05.2019., čitatelj)

Prevladavanje izjava policijske uprave pretpostavlja da su migranti opasni, skloni kriminalnim radnjama te zahtijevaju policijski angažman. Policija komentira i pokušava regulirati nelegalne prelaske sve većeg broja migranta preko graničnih ili ne graničnih prijelaza, a svaki incident u kojem migranti sudjeluju zahtijeva njihovu istragu. Pojam migrant u društvu ima negativnu konotaciju, no neki od članaka ukazuju na ničim izazvanu policijsku brutalnost prema migrantima što nadalje, dovodi do zaključka kako niti organi vlasti nisu uvijek pravedni u svojoj djelatnosti već i sami na neki način izražavaju osobne stereotipe i predrasude.

- „Hrvatska policija protjeruje migrante i fizički ih zlostavlja“ (24sata.hr, 13.03.2019.)
- „Hrvatska policija nas je tukla, uzeli su novac, razbili telefone“ (24sata.hr, 16.05.2019.)
- „Hrvatska policija pljačka i tuče migrante na svojim granicama“ (24sata.hr, 29.07.2019.)
- „Hrvatska policija ne smije se ponašati kao zločinačka banda“ (24sata.hr, 03.08.2019.)

Iako bi policija trebala biti objektivna i postupati prema zakonu, ovi primjeri dokaz su da to ne čine baš uvijek. Generalno u društvu postoji negativna predodžba o migrantima, no policija bi trebala biti lišena bilo kakvog vanjskog ili osobnog utjecaja te silu primjenjivati samo u slučajevima koji to izričito zahtijevaju, odnosno gdje je to neophodno.

5. STILSKA IZRAŽAJNA SREDSTVA

Stilska izražajna sredstva mogu biti prisutna u svim vrstama tekstova bez obzira radi li se o prozi, poeziji, epici, lirici ili drami (Dujmović-Markusi, 2009: 45). „Figura je rezultat posebnog izbora iz jezika i/ili posebnog raspoređivanja dijelova poruke u cjelinu. Njome se na neuobičajen način uređuje odnos forme i sadržaja i time privlači pozornost na oblik poruke“ (Ivas, 2004: 12).

Korištenjem figura prodire se u dio mozga odgovornog za obradu neverbalnih poruka te emocionalno doživljavanje. Zbog toga, figure mogu biti rizične. One koje su uspješne pridonose ostvarivanju ciljeva, ali se mogu i pogrešno protumačiti ili se uopće teško tumačiti jer njihovo shvaćanje ovisi o jezičnoj kompetenciji čitatelja. To je ujedno i test za novinara koji tekst naslovljava jer ga mora pozicionirati prema točno određenoj publici ili području, a ujedno i potaknuti njihov interes (Ivas, 2004: 12).

U naslovima analiziranih članaka uočila sam figure konstrukcije: asindeton, elipsu, inverziju, i retoričko pitanje, zatim figure riječi: epitet, personifikaciju, metonimiju, metaforu i poredbu te figure misli u koje spadaju antiteza, kontrast (suprotnost), ironija i hiperbola.

5.1. FIGURE KONSTRUKCIJE

Figure konstrukcije rezultat su ne pridržavanja uobičajenog gramatičkog rasporeda riječi, a njihovim korištenjem naslovi postaju uočljiviji i izražajniji (Dujmović-Markusi, 2009: 47).

5.1.1. ASINDETON

Asindeton je stilska figura koju definiramo kao „nizanje dviju ili više riječi, skupina riječi ili rečenica bez veznika. Između dijelova asindetskog izraza stoje pravopisni znaci: zarez, dvotočka, točka-zarez ili crta. Stankama ispresijecana asindetska sintaksa ubrzava ritam govora, čini ga življim, ističe govornikovu emocionalnost“ (Bagić, 2012: 68). Sažeti asindetoni najviše obliju ekspresivnošću, a prisutni su u izrekama, izrazima ili reklamnim sloganima. Govorna je to figura koju često karakterizira nabrajanje riječi ili skupina riječi, a prisutna je između ostalog i u novinskim naslovima. Ako asindeton čini vezu između

rečenica, tada se ne koriste veznici koji upućuju na kronologiju ili oni koji sugeriraju logičnost odnosa među njima. Nizanje rečenica može gomilati, činiti kontrast ili antitezu (Bagić, 2012: 68-70).

- Migrant se opirao policajcima u Gorskom kotaru, upucali su ga (24sata.hr, 28.11.2019.)
- „Hrvatska je predivna zemlja, lijepo mi je tu, prihvaćaju me“ (24sata.hr, 21.11.2019.)
- „Imali su kafić na Krku, sve ih je nesvjesno cinkao policajcu“ (24sata.hr, 30.08.2019.)
- U Bihaću se tuklo 300, uhićeno 50 migranata, neki su izbodeni (24sata.hr, 02.02.2019.)

Korištenjem asindetona u naslovima o migrantima, bez veznika se povezuju dijelovi rečenice te se nabrajanjem nastoji postići dramatičnost i ekspresivnost. Migranti su u ovim primjerima predstavljeni kao problematični pojedinci, ali i grupe koje sudjeluju u nasilju, bilo međusobno ili je zbog njihovog ponašanja potrebna intervencija policije.

5.1.2. ELIPSA

Riječ elipsa upućuje na misao i razmišljanje. „To je izostavljanje dijela ili dijelova rečenice, kojima se narušava sintaktička norma, ali rečenično se značenje realizira. Izostavljeni se dijelovi mogu rekonstruirati zahvaljujući kontekstu ili komunikacijskoj strategiji“ (Bagić, 2012: 92). Posljedica korištenja elipsa je sažetost i zgusnuto izražavanje te je pogodna za isticanje iskaza, komunikacija njome postaje spontana, naglasak se stavlja na ključne riječi i iskazuje se emocionalnost. Osim glagola, vrste riječi koje je moguće izostaviti su i imenice, prilozi ili zamjenice. Od rečeničnih dijelova, ne upotrebljavati se mogu subjekt, predikat ili objekt (Bagić, 2012: 92). „Stilogenost elipse obrnuto je proporcionalna njezinoj pretpostavljenosti – što je ispušteni element teže rekonstruirati, to je elipsa stilogenija (Bagić, 2012: 92). Široko je zastupljena u razgovornom i novinskom stilu, a za naslove je karakteristično da su iz njih izostavljeni glagoli te se od osobe očekuje da sama popuni prazninu, odnosno izostavljene elemente. To je moguće bez većih poteškoća jer se radi o formulaičnim izrazima (Bagić, 2012: 92).

- Papa uz migrante: „Ne smijemo se oglušiti na očajnički plač“ (24sata.hr, 19.12.2019.)
- Neljudski uvjeti u BIH: Migranti prvi snijeg dočekali u šlapama (24sata.hr, 03.12.2019.)
- MUP o kamionu s 39 leševa: „Nije prolazio kroz Hrvatsku“ (24sata.hr, 24.10.2019.)
- Migranti u Vučjaku: „Nemamo hrane, liječnika. Čak ni toalet“ (24sata.hr, 21.06.2019.)
- Policija o pismu planinara: Neka se javi i kaže sve što zna (24sata.hr, 19.06.2019.)
- Zekanović i Sačić: Ugroženi su lokalni stanovnici, ali i policija (24sata.hr, 04.04.2019.)
- Povjerenik za proširenje EU obišao BIH: Ocjena u svibnju (24sata.hr, 28.03.2019.)
- Čelnik Bihaća: Hrvatska policija vraća migrante u BIH (24sata.hr, 20.02.2019.)

Korištenjem elipse, dio se naslova izostavlja, no to ne utječe na čitateljevo razumijevanje. Naslovi su sažetiji, a vidljiva je i podjela na imenski i glagolski dio naslova. Imenski se nalazi na početku naslova te ga pretežno čine imenice, dok u drugom, glagolskom dijelu, pronalazimo i glagole, a granicu među njima čini dvotočka. Glagolski je dio naslova informativniji te sačinjava vijest, dok je u imenskom vidljiv senzacionalizam, a korištene su samo riječi koje su dovoljne ne bi li osoba dobila saznanje o čemu je u tekstu riječ. Osim toga, početci naslova služe kao najava, imaju tihi tom koji u drugom dijelu prelazi u vijest. Migranti su predstavljeni kao bespomoćni, siromašni, zanemareni, opasni, mnogobrojni.

5.1.3. INVERZIJA

Inverziju definiramo kao „obratni red riječi u sintagmi, rečenici ili obratni redoslijed glavne i zavisne surečenice“ (Bagić, 2012: 156). Razlikuju se gramatička i stilistička inverzija. Gramatičkom inverzijom odstupa se od rečenične sheme koja se sastoji od subjekta, predikata i objekta te obavijesnom subjektu prethodi obavijesni predikat. Takva je inverzija karakteristična za razgovorni te novinarski ili publicistički stil. Sintagmatska inverzija nastaje kada se u rečenici zamijene mjesta imenice i atributa (Bagić, 2012: 156). Inverzijom se preokreću dijelovi rečenice, najčešće subjekta i predikata što rezultira ekspresivnošću

obavijesti. Uvelike utječe na ritam i intonaciju, a inverzijom surečenica, na glavno mjesto dolazi zavisna surečenica koja sadrži okolnost ili uvjet pod kojim se ostvaruje sadržaj glavne surečenice. Povezana je s prozodijom i ritmom što autoru omogućava slobodu u stvaralaštvu (Bagić, 2012: 156-157).

- Izmještanje migranata će sutra osiguravati stotinu policajaca (24sata.hr, 09.12.2019.)
- Da bi ušli u Hrvatsku, glumili da su na biciklističkoj turneji (24sata.hr, 08.12.2019.)
- Krijumčaru migranata koji je bježao policiji 8 godina zatvora (24sata.hr, 04.12.2019.)
- O dvoje nigerijskih studenata tražio sam očitovanje MUP-A (24sata.hr, 04.12.2019.)
- „Ako baš ne smijemo pucati u migrante, onda ciljajte u noge!“ (24sata.hr, 02.10.2019.)

Inverzija autorima služi za izražavanje važnijeg dijela vijesti koje se nalazi na prvom mjestu u naslovu, dok ga onaj manje važan slijedi. Migranti su u ovim primjerima predstavljeni kao mnogobrojni zbog čega je potreban angažman velikog broja policajaca, snalažljivi, činitelji kriminalnih radnji te kao osobe nad kojima se vrši nasilje.

5.1.4. RETORIČKO PITANJE

Retoričko pitanje je figura na čije se pitanje ne traži odgovor. „Pitanjem je prikrivena tvrdnja kojom se naglašavaju govornikovi stavovi i dojmovi, izriču šokantne i dirljive stvari, ističu jake emocije poput ljubavi, čuđenja, mržnje, oduševljenja ili ogorčenosti“ (Bagić, 2012: 271). Objektivni način govora retoričkim je pitanjem zamijenjen subjektivnim, učinak je važniji od sadržaja, kao što je i konotacija od denotacije. Uobičajeno se prepoznaje po formulaciji pitanja na koje odgovor već znamo ili se podrazumijeva, pitanje čiji odgovor nitko ne zna ili pitanje na koje će odgovoriti sam govornik kao dio svoje diskurzivne strategije. Jezik koji koristimo u razgovoru pun je takvih pitanja te ona čine određeni kod, a služe za oživljavanje

iskaza i predočavanje misli na afektivni način. Od običnog se pitanja razlikuje po tome što ne sadrži nužno nove informacije ili reakciju koja mu je prikladna. Nastanak ove figure veže se uz Antiku gdje je korištena kao sredstvo kojim su odvjetnici i govornici uvjeravali ili zaključivali, a vrlo brzo se počela koristiti u svim oblicima diskursa. Koristi se u širokom krugu stvaralaštva, od poezije, dijaloga, proze, politike, reklama do psalama gdje je formulirano kao pitanje na koje se traži odgovor božanstva (Bagić, 2012: 271-272).

Nizanjem retoričkih pitanja, u stvaralaštvu se naglasak stavlja na emocije subjekta i određeni detalj, tema se razvija, a doprinosi i organizaciji strofe. Zbog svoje sposobnosti da privlači pozornost i potiče imaginaciju, ako se koristi u početku ili na kraju, može postati najvažnija figura u pjesmi. Od interpunkcijskih znakova koristi se jedino upitnik (Bagić, 2012: 273). Korištenje retoričkog pitanja u prozi rezultira snažnijim mislom, naglasak se stavlja na emocije govornika te se posredno karakterizira lik ili osobu čiji je zadatak pripovijedati. Neslužbeno je pravilo da se ova figura koristi u situacijama koje obiluju emocijama (Bagić, 2012: 274). „Medijski i promidžbeni diskurs upravo retoričkim pitanjem stiliziraju i „prisvajaju“ frazeologizirane konstrukcije razgovornog jezika. Riječ je o strategiji stvaranja atraktivnog diskursa“ (Bagić, 2012: 272). Takav diskurs obiluje obilježjima poput opuštenosti, neformalnosti ili otvorenosti, pa i izravnosti (Bagić, 2012: 272).

- Pretukli migranta jer je ukrao čokoladu? Svjedoci sve snimili (24sata.hr, 22.12.2019.)
- Kako je moguće da policija kupi „migrante“ i izbacuje ih u šumi? (24sata.hr, 04.12.2019.)
- Migranta operirali četvrti put: Izvadili metak, radi se o puški? (24sata.hr, 19.11.2019.)
- Tko je Mister Truong? Traže ga zbog 39 tijela u kamionu smrti (24sata.hr, 30.10.2019.)
- Vozač kamiona smrti otvorio je vrata, vidio leševe i srušio se?! (24sata.hr, 24.10.2019.)
- Zagrebačka policija uhvatila je šestero migranata u kamionu? (24sata.hr, 27.08.2019.)
- Pokušao preplivati La Manche? Belgijci našli tijelo migranta... (24sata.hr, 26.08.2019.)

- Osveta za ubojstvo? Ubijen još jedan migrant (16) u Beogradu (24sata.hr, 07.06.2019.)

Retoričkim pitanjem autor upućuje pitanje na koje čitatelj ne očekuje odgovor već ga podrazumijeva. Naslovi odaju dojam da informacije koje autori pokušavaju izreći nisu u potpunosti provjerene, odnosno ne mogu ih tvrditi sa sigurnošću pa zbog toga koriste ovu stilsku figuru. Zbog manjkavih informacija medija, naslovi služe kao *clickbait* za čitatelja koji niti u tekstu ne saznaje više informacija, odnosno odgovor na postavljeno pitanje.

Zbog sve veće konkurentnosti portala, a sve manje vremena korisnika za detaljno čitanje svake njihove objave, cilj je svakog autora napisati naslov koji će svojom atraktivnošću privući korisnika da u „moru“ objava otvore i pročitaju baš tu objavu ili članak. Posljedica je nezadovoljstvo korisnika koji nakon klika na poveznicu koja je u njima izazvala zainteresiranost doživljavaju nezadovoljstvo zbog naslova koji je svojim sadržajem sugerirao mnogo više od teksta koji je uslijedio i koji mu svojim sadržajem ne odgovora. Takvi naslovi nose naziv *clickbait,* svojevrsne su mamilice čiji je temeljni cilj navesti čitatelja da klikne na njega. Na portalima koji spadaju u *online* medije naslovi su prvo s čime korisnik dođe u kontakt, a da bi ga pročitao on mora u njemu pobuditi radoznalost kako bi na njega i kliknuo. Istinitost naslova provjerljiva je jedinimo klikom na njega, a u tom se trenutku temeljni cilj medija/autora ostvaruje. Senzacionalizam je jedan od pokretača koji se često koristi u naslovima ne bi li se taj cilj ostvario, a utječe na široku publiku. Pobuđuju zainteresiranost, no glavna je informacija u njima izostavljena (Beck i dr., 2020: 1-6).

5.2. FIGURE RIJEČI ILI TROPI

Figure riječi (tropi) nastaju tako da se određenoj riječi promijeni njezino osnovno značenje (Dujmović-Markusi, 2007: 51).

5.2.1. EPITET

Epitet je pridjev koji stoji uz imenicu kako bi se dodatno naglasilo obilježje određenog bića, stvari ili pojave te ga tako opisao na slikovitiji i uvjerljiviji način. Moguće ga je zamijeniti s atributom, stoga valja naglasiti da atribut može biti pridjev koji temeljitije opisuje imenicu uz koju stoji, broj, zamjenica, sintagma ili rečenica, dok je epitet pridjev kojim se imenica poetski karakterizira te naglašava osjećajnost ili percepciju govornika. Atribut u sebi sadrži dopunsku vrijednost, a epitet dodatno karakterizira stil (Bagić, 2012: 110).

Epitet se razlikuje u klasičnoj retorici, pjesništvu i općenito. U prvome se smatra kao dodatak kojim se ukrašava stil, a moguće i kao pleonazam. Način je to da se pojača izraz, stoga je dobrodošao u govoru pjesnika, no mora imati svrhu jer je u suprotnome nepotreban. Ako nije uvršten u rečenicu, ona može biti neuglađena, no previše epiteta može dovesti do razmetljivosti i težine. U staroj Grčkoj stvoren je pojam stalni epitet, a odnosi se na epitet koji je dodatak uvijek istoj imenici. Na primjer: vito koplje, sinje more, bijeli dvori. Epitet u pjesništvu više pridonosi stilu ako je njegov odnos s imenicom koju dopunjuje iznenadan. Njegov potencijal može biti afektivni ili dramatski (Bagić, 2012: 110-111). „Afektivni jer upućuje na senzibilnost lirskog subjekta, a dramatski jer poziva čitatelja na interpretaciju kojom bi trebao razriješiti prividnu ili stvarnu semantičku napetost između pridjeva i imenice“ (Bagić, 2012: 111).

Ova figura riječi ima moć oživiti neživo ili bolje opisati neku apstraktnu pojavu. Najviše je cijenjen u baroku i simbolizmu. „U baroku jer pridonosi kićenosti izraza te u simbolizmu jer sudjeluje u predočavanju iracionalnih vrijednosti, posredujući pritom između stvarnog svijeta i svijeta duše“ (Bagić, 2012: 111). Epiteti su nerijetko u pjesništvu metaforički i veoma stilogeni. Općenito, značenje epiteta ne mora biti pridjevsko niti je ono ograničeno na to da mora dopunjavati samo imenicu, već to može biti bilo koja riječ čija je svrha karakteriziranje nečega. Zbog toga, on može biti dopuna i glagolu (Bagić, 2012: 112). „U najširem smislu epitet je riječ ili rečenica dodana imenici ili njezinu ekvivalentu, da bi se u pojavi, koja se

prikazuje, istakla neka njezina osobina, karakteristična za individuum ili vrstu“ (Bagić, 2012: 112).

- I Britanci pišu o propucanom migrantu: „Bilo je to namjerno“ (24sata.hr, 22.12.2019.)
- Ne želimo maloljetne migrante iz Vučjaka da dođu u Mostar“ (24sata.hr, 06.12.2019.)
- Policija zabranjuje slobodno kretanje migrantima u Krajini (24sata.hr, 15.11.2019.)
- Bili su u drvenom sanduku: Policija spasila devet migranata (24sata.hr, 05.11.2019.)
- Dva migranta se utopila u rijeci Kupi, ilegalno prelazili granicu (24sata.hr, 01.11.2019.)
- Apel: Ne uvodite „nepoštene“ carine zbog migranata.. (24sata.hr, 31.05.2019.)
- „Izvješće o lošem postupanju hrvatske policije je ozbiljno“ (24sata.hr, 13.03.2019.)
- Još jedna velika tragedija: Na plaži Lezbosa našli tijelo curice (24sata.hr, 10.03.2019.)

Kod naslova u kojima se spominje riječ migrant ili migranti, najčešći epitet koji ih opisuje je riječ ilegalni ili epiteta uopće nema.

- Francuska spremna primiti 400 ilegalnih migranta u zemlju (24sata.hr, 12.12.2019.)
- U kamionu iz Grčke u Prelog s robom stigli i ilegalni migranti (24sata.hr, 16.11.2019.)
- Trump bi premještao ilegalne migrante u „gradove utočišta“ (24sata.hr, 12.04.2019.)
- Migranti se iskrcali u Italiji, a Rim ne želi primiti izbjeglice (24sata.hr, 31.01.2019.)
- Za prijevoz migranta moguća kazna i do 12 godina zatvora! (24sata.hr, 25.02.2019.)

Riječ ilegalni upućuje na nešto što se protivi zakonu, što mu je u suprotnosti te njime nije dozvoljeno. Epiteti koji su još pronađeni i opisuju migrante su: propucani, maloljetni, trudna, mladi, preživjeli, preminuli, mrtvi, nestali, ozlijeđeni, afrički. Karakterizira ih se kao prekršitelje zakona jer ilegalno prelaze granične prijelaze zemalja što u mnogo slučajeva rezultira njihovom smrću.

5.2.2. PERSONIFIKACIJA

Personifikacija je„pridavanje ljudskih osobina, osjećaja i ponašanja kakvu predmetu, stvari, pojavi, apstrakciji, biljci ili životinji; oljuđivanje“ (Bagić, 2012: 245). Nerijetko je prisutna u alegorijskim tekstovima za koje je karakteristično predočavanje vrlina i poroka u obliku ženskih likova, a pritom se koriste velika početna slova (Ljubav, Grijeh). Složena je to figura za čiju su realizaciju najčešće potrebne metafora, sinegdoha i metonimija. Njezinim korištenjem, prikazivanje dobiva na dinamičnosti i slikovitosti te naglasak stavlja na animiranje vizije svijeta (Bagić, 2012: 245).

Prisutna je u književnosti s naglaskom na pjesništvo, glazbi, novinarstvu i reklamama. U pjesništvu je čine literarne konvencije i izmišljenost. U alegorijama i usmenoj poeziji je konvencionalna, a u autorskom pjesništvu iskazuje osjećajnost i perspektivu. Personifikacija je prilagodljiva diskurzivnim strategijama i konceptima poetičnosti. Pronalazimo je i u psalmima, starogradskim ili *rock* pjesmama, no ključna je za dječje pjesništvo u kojem je cilj biljkama i životinjama pridati osobine živih bića (Bagić, 2012: 245-246). Nije izuzetak niti u oglašivačkoj industriji gdje potiče na akciju animiranjem ili isticanjem proizvoda ili usluga tako da im stvara značenje koje u stvarnosti ne opisuje stvarne odlike tih proizvoda ili usluga. Osim toga, i mitološka bića te oljuđivanja općenito svoje uporište pronalaze u personifikaciji. (Bagić, 2012: 245-247).

„U publicistici i novinarstvu pridonosi eleganciji deskripcije i izlaganja. Može biti uporište prigodne komike, poetičnosti ili patosa“ (Bagić, 2012: 247). Kako bi oživili pojave, pojmove ili apstrakcije, novinari je najčešće koriste u naslovima.

- Migrantska tragedija: „Uz obalu su plutala tijela mrtvih žena“ (24sata.hr, 23.12.2019.)

- U Srbiji se prevrnuo čamac s migrantima, među njima i djeca (24sata.hr, 23.12.2019.)
- Katastrofa: Potonuo brod pun migranata, utopilo se 58 ljudi (24sata.hr, 05.12.2019.)
- „Nema stajanja, žica nas neće spriječiti da uđemo u Hrvatsku“ (24sata.hr, 24.10.2019.)
- „Ovakva BIH ne može se nositi ni s migrantskom krizom...“ (24sata.hr, 23.10.2019)
- „Vlastitim očima sam gledala kako rijeka guta moju obitelj“ (24sata.hr, 27.06.2019.)
- Nova karavana ušla u Meksiko, obećavaju da će im naći posao (24sata.hr, 18.01.2019.)

Personifikacija u naslovima nastoji oživiti neživo te slikovitošću u čitatelju potaknuti zanimanje. Tijelima mrtvih žena, čamcu, brodu, žici, državi Bosni i Hercegovini, rijeci te karavani dana su svojstva živih bića u kojima ona poduzimaju određenu radnju iako to u stvarnosti nije moguće.

5.2.3. METONIMIJA

Metonimija je figura gdje se jedna riječ zamjenjuje drugom. „To se zamjenjivanje temelji na njihove logičkoj bliskosti, vremenskoj ili prostornoj povezanosti. Riječ se koristi za označavanje predmeta ili svojstva koji se nalaze u egzistencijalnoj vezi s njenim uobičajenim referentom“ (Bagić, 2012: 199). Metonimija se koristi za skraćivanje formulacije i naglašavanje obavijesti te je često korištena u novinarsko-publicističkom stilu jer je njome sadržaj sažet, a značenje ostaje isto te ga čini više atraktivnim. Sportski novinari je koriste kako bi istaknuli naziv neke nogometne momčadi, a najčešće se odnose na boju dresa. Bijeli – nogometaši Hajduka ili modri – nogometaši Dinama. Prema entitetima koje zamjenjuje ili koji se zamjenjuju, autori ih s obzirom na vlastito opredjeljenje definiraju brojne vrste, od devet pa sve do 30 vrsta (Bagić, 2012: 200). „Najčešće zamjene su zamjena proizvođača za proizvod, uzroka za posljedicu, prostora za ustanovu, prostora za događaj, simbola za simbolizam, vrijeme za događaj, dio tijela za svojstvo ili osjet itd.“ (Bagić, 2012: 200-202). Takve su

zamjene omogućene cjelinom koju sačinjavaju upotrijebljeni pojam i onaj koji za zamjenjuje. Prijenos metonimije ostvaruje se u istom području konvencionalnim vezama koje su rezultat jezične ekonomije (Bagić, 2012: 202).

- O dvoje nigerijskih studenata tražio sam očitovanje MUP-a (24sata.hr, 04.12.2019.)
- MUP o kamionu s 39 leševa: „Nije prolazio kroz Hrvatsku“ (24sata.hr, 24.10.2019.)
- „Hrvatska neće nikada biti Hot Spot za bilo kakve migrante“ (24sata.hr, 04.07.2019.)
- Sud je naredio da se obustavi istraga protiv Mattea Salvinija (24sata.hr, 21.06.2019.)

U naslovima gdje je korištena metonimija, kraticom MUP zamjenjuje se naziv Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, *Hot spot* američka je riječ koja zvuči bolje nego hrvatska inačica te riječi te riječ Sud koja se u ovom slučaju odnosi na pravosudno tijelo zemalja.

5.2.4. METAFORA

Metafora dolazi od latinske riječi *translatio* .„To je zamjenjivanje jedne riječi drugom prema značenjskoj srodnosti ili analogiji; prijenos imena s jedne stvari na drugu i značenja s jedne riječi na drugu“ (Bagić, 2012: 187). Značenje koje riječ poprima metaforom može biti pravo i nepravo. Pravo je ono konvencionalno, a nepravo je preneseno značenje. Ima kontekst o čemu i ovisi. Metafora povezuje različita područja te time mijenja način na koji osoba doživljava svijet, potiče zamišljanje, unapređuje percepciju, a izraz čini neposrednim i slikovitim. Ova figura smatrana je najučestalijom, a riječi kojima se može izraziti su imenice, glagoli, pridjevi, prilozi i dr. (Bagić, 2012: 187).

Karakter, stupanj i tip metaforičkog značenja dijele je u tri skupine: spoznajnu, ekspresivnu i poetsku (Bagić, 2012: 187). „Spoznajna metafora obuhvaća izraze kojima se imenuju stvari i pojave za koje jezik ne posjeduje nazive te ustaljene izraze koji zrcale dubinske misaone i kulturalne koncepte“ (Bagić, 2012: 187). Nastaje kao posljedica antropomorfnog shvaćanja svijeta. Ekspresivna metafora daje vrijednost pojavi, stvari ili osobi, pa može biti pohvala, kritika ili negiranje, a javlja se u jeziku svakodnevnog govora te diskursu medija i promidžbe.

U jeziku razgovora ekspresivnom se metaforom želi izraziti nježnost, ljutnja, mržnja, sreća, dok je u medijskim diskursima cilj da zavađaju i uvjeravaju. Zavađanje privlači pozornost, a uvjeravanje je poželjno kod promicanja ili obrane nečega (Bagić, 2012: 188). „Poetska metafora je originalna, lucidna i inventivna. Njome se privlače iznenađujuće analogije, upućuje na percepcijske, refleksivne i retoričke osobitosti pojedinog pjesnika, obogaćuje lirski imaginarij novim slikama. Nerijetko je tamna i zagonetna“ (Bagić, 2012: 189).

Metafora se dijeli i na eksplicitnu i implicitnu, a to ovisi je li prisutno ime pravo ili posuđeno. Eksplicitna sadržava i pravo i posuđeno ime, a temeljni je smisao određen figurativnim koji ga nadopunjuju i proširuju. Takva metafora se može pojaviti na tri načina; kao atribucijska, apozicijska ili determinacijska metafora (Bagić, 2012: 190). „Atribucijska se realizira kao subjektivna definicija, apozicijska je gramatičko suprotstavljanje izraza koji se i izraza kojim se metaforizira, a determinacijska metafora je genitivna sintagma kojom se poetizira ili figurativno karakterizira riječ ili izraz“ (Bagić, 2012: 190). U implicitnoj metafori prisutno je samo posuđeno ime, a na publici je da odgonetnu. To je jednostavno ako se radi o ustaljenim metaforama jer nije teško razumjeti njihovo značenje, no kod poetskih metafora to je zahtjevnije jer nisu očite (Bagić, 2012: 190).

Težnja da se naslovom privuče, odnosno „zavede“ čitatelj najočitija je u naslovima. Svoju atraktivnost, poetičnost i enigmatičnost duguju upravo ovoj stilskoj figuri (Bagić, 2012: 188).

- Sele Vučjak, geto bez nade: „Probit ćemo se do Hrvatske!“ (24sata.hr, 08.12.2019.)
- Moć u paklu Vučjaka: Mlate nas i pucaju, bojimo se crne policije (24sata.hr, 06.12.2019.)
- Dolijala nova skupina: oni su preko granice prebacili 87 ljudi (24sata.hr, 09.09.2019.)
- Naša policija na granici, jamac da neće biti vala migranata“ (24sata.hr, 13.07.2019.)
- „Mi smo oči s neba“: Oni paze da ilegalci ne uđu u Hrvatsku (24sata.hr, 27.04.2019.)
- Humanitarci u akciji: „Spasili smo 54 ljudi iz libijskog pakla“ (24sata.hr, 04.07.2019.)

Stilska figura metafore se odnosi na preneseno značenje koje autori u naslovima koriste ne bi li se imenujući jedno, referirali na nešto drugo. Koristi se naziv geto što zapravo upućuje na mjesto u kojem se nalaze ljudi određene nacionalnosti, u ovom slučaju migranti. Moć u „paklu“ Vučjaka sugerira da je Vučjak kamp u kojem se prema ljudima postupa veoma loše i

nemaju uvjete za normalan život, a koristeći riječ „dolijala“ daje se dojam da je proveden svojevrstan lov u kojem su uhićeni šverceri migrantima što podsjeća na lov životinja, a ne ljudi. „Val“ migranta pretpostavlja veliku grupu ljudi, u ovom slučaju migranta koji bi eventualno mogli pokušati prijeći preko granice, a cilj policije je to spriječiti. „Mi smo oči s neba“ odnosi se na pripadnike Zrakoplovne jedinice specijalne policije. „Libijski pakao“ sugerira da je u Libiji situacija veoma loša te je život ljudi tamo istovjetan životu u paklu kakvog ga se općenito opisuje. Pun patnje, smrti, tuge i nezadovoljstva.

Ljudi metaforu doživljavaju kao sredstvo kojim pjesnik izražava svoju maštu i uljepšava jezik. Značajka je to jezika i vežemo je uz riječi, a ne misli ili djelovanje te je to razlog zbog kojeg smatraju kako je ona zapravo nepotrebna. Ipak, metafora je prisutna u svakodnevnom životu gdje se javlja u sva tri spomenuta područja te sačinjava i definira konceptualni sustav svakoga od nas. Većinu temeljnih koncepata svakog čovjeka sačinjavaju prostorne metafore koje ovise o svojoj sustavnosti. Takve metafore već postoje u fizičkom i kulturnom iskustvu osobe te kultura odlučuje koja će od njih postati glavna. Izrazi prožeti metaforom u vezi su s metaforičkim konceptima što omogućava njihovo proučavanje pomoću jezičnih izraza koji sadrže metaforu i tako je moguće uvidjeti vlastite aktivnosti čije su naravi metaforične. Svrha metafore je da se razumije ili doživi jedna stvar koristeći neku drugu (Lakoff i Johnson, 2015: 3-18). „Sustavnost koja nam omogućuje da jedan aspekt koncepta razumijevamo pomoću drugoga nužno će prikriti druge aspekte tog koncepta. Usredotočeni smo na jedan aspekt, ali smo i odvraćeni od drugih koji nisu konzistentni s tom metaforom“ (Lakoff i Johnson, 2015: 10).

Metaforički koncept gdje koncepti ne čine jedan drugoga, već sačinjavaju sustav i odnos među njima nazivamo orijentacijske metafore jer se odnose na orijentaciju u prostoru, a to može biti gore-dolje, unutra-vani, duboko-plitko i sl. (Lakoff i Johnson, 2015: 14). Osloniti se samo na orijentaciju, ipak je ograničavajuće jer zbog iskustava čije nam razumijevanje omogućuju predmeti, dijelovima tih iskustava pristupamo kao entitetima ili supstancijama koje možemo dalje rasuđivati (Lakoff i Johnson, 2015: 24). Namjere ontoloških metafora su različite, stoga se koriste i različite vrste tih metafora. Primjer može biti kada cijene koje rastu metaforički prikazujemo imenicom inflacija. Ona je tu entitet što nam daje mogućnost da je koristimo za referiranje, kvantificiranje ili razumijevanje. Ipak, ontološke metafore se kao i orijentacijske često ne doživljavaju kao metafore. Razlog tome su sužen raspon za što se mogu koristiti. Svako ljudsko biće doživljava ostatak svijeta kao nešto što nije dio nas, već se

nalazi izvan nas. Tu koristimo orijentaciju unutra-vani (Lakoff i Johnson, 2015: 24-28). „Ontološkim metaforama služimo se da bismo razumjeli događaje, radnje, aktivnosti i stanja. Događaji i radnje metaforički se konceptualiziraju kao predmeti, aktivnosti kao supstancije, a stanja ako spremnici“ (Lakoff i Johnson, 2015: 29). Metaforično mišljenje je uvijek prisutno, a često osoba takvog razmišljanja nije niti svjesna (Bagić, 2012: 237).

5.2.5. POREDBA

Poredba je figura riječi (tropa) koja služi za stvaranje veze između bića, stvari, premeta i pojava temeljenome na nevidljivom ili svojstvu koje im je zajedničko. Način je to da nešto afektivno naglasi ili pojača izraz. Čovjeku je urođeno da uspoređuje mišlju i jezikom te se usporedbom povezuju pojave unutar istog referencijalnog sustava prilikom čega jedna može biti superiorna, a druga inferiorna. U takvim situacijama govorimo o jezičnoj univerzaliji umjesto o stilskoj figuri (Bagić, 2012: 256). „Poredba kao figura povezuje pojave koje pripadaju različitim referencijalnim sustavima te se poput metafore, zasniva na analogiji, s time što – za razliku od metafore – čuva izvorne smislove riječi, nudeći dvostruko „osvjetljenje“ iste realnosti“ (Bagić, 2012: 256). Ova figura ima tri sastavnice, a to su element koji se uspoređuje, element koji služi da se ovaj prvi s njime usporedi te svojstvo koje ih vezuje. Elementi se nazivaju poredbeni korelati, a veznici *kao* i *poput* stvaraju vezu među njima. Osim veznika, tu ulogu mogu imati i pridjevi *sličan, nalik* i *jednak,* prilozi *slično* i *isto* ili glagoli *nalikovati* i *sličiti* (Bagić, 2012: 256).

Poredba je slikovita i to joj je temeljno obilježje. „Vizualizirajući ciljanu pojavu, ona oživljava iskaz, konkretizira apstraktno, dinamizira prikazivanje, ističe posebnost govornikove perspektive. Slikovitost je najuočljivija u književnosti, jer je iznenadna, neočekivana, zagonetna, nerijetko zahtijeva interpretaciju“ (Bagić, 2012, 256-257). U novinarstvu je poredba gotovo obvezna jer služi za stvaranje paralela, povećavanja atraktivnosti ili iskazivanje afektivnosti. Osim toga, usporedbe nalazimo i u potrošačkom društvu. Fotografije, crteži ili plakati izvor su za prikazivanje razlika među proizvodima iste vrste, no tu nije riječ o figuri (Bagić, 2012: 257-258).

- Crkva šokirala: Isusa, Mariju i Josipa predstavili kao migrante (24sata.hr, 10.12.2019.)
- Bus kao iz „Ko to tamo peva“ , a njime skupljaju migrante u BIH (24sata.hr, 09.12.2019.)
- „Hrvatska policija ne smije se ponašati kao zločinačka banda“ (24sata.hr, 03.08.2019.)

Poredba je stilska figura, sredstvo kojim autor naslova stvara vezu, odnosno uspoređuje. Poznato je da je Isus rođen u štalici gdje su Marija i Josip bili primorani stati usred svog putovanja. Poredba je u ovom slučaju korištena kako bi se Isusa, Mariju i Josipa usporedilo s migrantima koji su poput njih napustili svoj dom i otisnuli se na putovanje, a pritom su bili bez pomoći, ostavljeni na milost i nemilost samima sebi.

„Ko to tamo peva“ poznati je jugoslavenski film, a autobus koji je korišten za snimanje uspoređen je s onim koji je korišten za prijevoz migranta u Bosni i Hercegovini. S obzirom na to da je film iz 1980-e godine, takva poredba sugerira da se radi o starom, ne moderniziranom autobusu te da se za migrante ne može ili ne želi organizirati moderni autobus koji se danas svakodnevno koristi što dovodi do zaključka da se migranti smatraju manje važnim osobama te uvjeti u kojima se prevoze nisu od velikog značaja.

Uspoređivati hrvatsku policiju sa zločinačkom bandom znači sugerirati da se ona ponaša suprotno zakonu kojeg predstavlja te svoje ovlasti koristi u negativne svrhe, odnosno kako bi primijenila silu na migrantima neovisno jesu li ili nisu prekršili zakonske odredbe.

5.3. FIGURE MISLI

Temelj je figura misli, kao i kod figura riječi preneseno značenje. No, kod ovih je figura važno značenje šireg smisla rečenog (Dujmović-Markusi, 2007: 52).

5.3.1. ANTITEZA

Antiteza je figura kojom se izražava suprotnost tako da se dvije riječi, sintagme ili rečenice različitog značenja povežu (Bagić, 2012: 51). „Prikladno je sredstvo naglašavanja sukoba ideja ili emocija, dramatiziranja situacije, polemičkog uvjeravanja i izazivanja smijeha“ (Bagić, 2012: 51). Stvara vezu između antonima - riječi suprotnog značenja, a koristi se u naslovu, frazemu ili rečenici. Sintagmatska antiteza stvara vezu između riječi čije je značenje suprotno te je pogodna za oblikovanje poruka čija je zadaća ostvariti određeni efekt, govori kakva je neka pojava te se pomoću nje može ukazati na razlikovanje ili podudarnost što nije očekivano. Takvu antitezu pronalazimo u poslovicama, izrekama ili parolama, a najčešće je koriste oglašivači jer je njome najlakše prikazati jaz između niske cijene i odlične ponude. Osim oglašivanja, antiteza je često korištena figura i u književnosti gdje nije rijetkost da obuhvati dio ili cijeli tekst. Bez obzira jesu li rečenice složene ili samostalne, antiteza među njima stvara vezu te je svojstvo polemike jer joj je u srži da suprotstavlja (Bagić, 2012: 51-53).

- Trumpov „neprobojni“ zid lako je probiti pilom za 100 dolara (24sata.hr, 03.11.2019.)
- „Obećali su im taksi prijevoz u bolji život, ubili ih u hladnjači“ (24sata.hr, 28.10.2019.)

Korištenjem stilske figure antiteze u naslovima se na čitatelja ostvaruje efekt koji na prvi pogled odaje jedno, a zatim se ispostavlja nešto sasvim drugačije. U prvom je navedenom naslovu zid okarakteriziran kao neprobojni, građen od materijala koji nije moguće probiti, da bi se u nastavku ispostavilo da ga probiti može svatko tko ima 100 dolara jer je tolika cijena pile. Takav naslov Američkog predsjednika Donalda Trumpa predstavlja kao neznalicu i lažova.

Drugi naslov ukazuje na to da su u želji za boljim uvjetima života migranti spremni riskirati svoj vlastiti. Za ući u nepoznatu hladnjaču s nepoznatim ljudima jer im je obećan bolji život treba hrabrosti, a naivnost koja proizlazi iz takve želje rezultirala je smrću migranta.

5.3.2. KONTRAST (SUPROTNOST)

Kontrast (suprotnost) je stilska figura srodna antitezi te se temelji na suprotstavljanju.

- Migrant propucan, a Božinović kaže: „Policija je štitila granicu“ (24sata.hr, 17.11.2019.)
- Mojca, pazi na kroglo: „Pratimo migrante, a policija prati nas“ (24sata.hr, 13.11.2019.)
- U Međimurju nijedan azilant, a u Istri i Rijeci ih je samo 15? (24sata.hr, 05.09.2019.)
- Ulaze u Hrvatsku, a krijumčare nije briga hoće li preživjeti put (24sata.hr, 27.08.2019.)
- Izgradimo zid, ali ćemo pružiti zaštitu djeci imigrantima...“ (24sata.hr, 19.01.2019.)
- Migranti mu provalili, a on ih je zbrinuo: „Djeca ne smiju patiti“ (24sata.hr, 18.01.2019.)

Autori koriste kontrast ne bi li u naslovu uputili na suprotnost između informacija. S jedne strane naslova stoji da je migrant propucan, dakle ozlijeđen, a ministar ukazuje kako je to nešto što je policija bila prisiljena učiniti zbog dobrobiti granice.

U planu je gradnja zida, kako bi se zaštitili od migranta, no pritom ljudi nisu lišeni osjećaja te će njihovoj djeci pružiti zaštitu.
Svjedočanstvo čovjeka kojem su migranti provalili u kuću, no on im to nije zamjerio niti obavijestio policiju kao što bi to učinila većina ljudi već im je pružio pomoć tako što ih je zbrinuo u svom domu.

5.3.3. IRONIJA

„To je smisaono preosmišljavanje iskaza. Ironičar govori posredno ili suprotno od onoga što kani kazati – kori hvaleći, hvali kudeći, prezire diveći se, hini neznanje, svjesno prešućuje ili kaže manje nego što se očekuje“ (Bagić, 2012: 158). Sinonim je za inteligenciju i višu kulturu. Izraz njome postaje snažniji te stvara balans između lakog i teškog, grubog ili hermetizma. Ironija se kao stilska figura ostvaruje pomoću drugih figura, antifraze, hiperbole, litote, paradoksa i igre riječima. Ipak, ironiju je moguće postići i ne upotrebom niti jedne od navedenih figura. Nije laž, iako joj je u srži pretvaranje (Bagić, 2012: 158 -159). „Ona je pseudopseudologija, laž koja samu sebe poništava u trenutku kada je izgovorena“ (Bagić, 2012: 159).

Iskaz oplemenjen ironijom dijeli publiku u dvije skupine. S jedne strane su oni „naivni“ koji smisao shvaćaju samo na eksplicitan način te s druge strane skupinu sudionika koji su istomišljenici jer smisao shvaćaju implicitno. S obzirom na to da se sastoji od pretvaranja, postoji niz indicija prema kojima osoba može prepoznati ironiju. U konverzaciji se prepoznaje mimikama i gestama, poput namigivanja, nakašljavanja, češkanja i ostalog. U govoru i pismu prethode joj riječi upozorenja, citiranje ili prikazivanje tekstova parodijom. Kod pisanih tekstova, prepoznaje se tipografijom, poput navodnika ili kurziva te paratekstualnim obavijestima poput naslova ili podnaslova. Za shvaćanje ironije potrebno je biti upoznat s kontekstom te se temelji na znanju publike o određenoj temi ili govorniku, a u tom će joj slučaju biti potrebno manje signala koji upućuju da je riječ o ovoj figuri. Temelji se na različitosti te traje, a da bi bila razumljiva potrebno je gotovo jednako vremena kao i za „prevođenje“ antifraze (Bagić, 2012: 158-165).

- Trumpov „neprobojni“ zid lako je probiti pilom za 100 dolara (24sata.hr, 03.11.2019.)

Korištenjem ironije, autor u ovom naslovu pomalo ismijava Američkog predsjednika Donalda Trumpa koji je javnosti predstavio „neprobojni“ zid, a zapravo ga se može probiti jeftinom pilom.

5.3.4. HIPERBOLA

„To je naglašavanje ideje, emocije ili obavijesti pretjerivanjem, koje ističe afektivni odnos govornika spram predmeta govora. Pretjerivanjem se mogu uvećati ili umanjivati stvarne odlike bića, stvari, pojava ili emocija“ (Bagić, 2012: 140). Hiperbolu uvrštavamo u retoričke univerzalije te je korištena od davnina. Hiperbolom se uspostavlja nova logika među prirodnim odnosima i smislom. Prefiksoidi, pridjevi, prilozi, superlativi te zamjenice često prate izraz obogaćen hiperbolom. Govornik hiperbolom prikazuje određenu stvar većom ili manjom nego što to zapravo jest. To je izvedena figura te nastaje upotrebom drugih figura, to mogu biti metafore, poredbe, metonimije itd. Hiperbola može biti deskriptivna koja opisuje i emocionalna čija je zadaća naglasiti afektivnost govornika nad predmetom govora, a uobičajeno je da se te vrte u komunikaciji spajaju (Bagić, 2012: 140-141).

Ovu figuru pronalazimo u većini diskursa pa tako i u novinarsko – publicističkom stilu gdje novinari kako bi naglasili tekst nerijetko koriste izraze poput senzacionalno otkriće ili ekskluzivna priča. Pretjerivanje u stilskim figurama najčešće je u naslovima te u odnosu između naslova i teksta Obilježja naslova su hiperbolični leksemi te pretjerivanje ostvareno figurama metafore, poredbe ili metonimije (Bagić, 2012: 142). „Posredovanim informacijama, hiperbola daje živost, atraktivnost, kolokvijalnost te budi interes kod čitatelja. Iako nije specifikum suvremene komunikacije, obilježava ju“ (Bagić, 2012: 142-145). Želeći pretjerivati tijekom komunikacije, osoba se sve češće mora osloniti na ovu stilsku figuru. Novinari su samo jedna od karika u lancu kome je svrha zamaskirati je i tako zavesti jezikom i privući publiku (Bagić, 2012: 145).

- Imidžu Hrvatske najgore se piše kada ga se dočepa Kolinda (24sata.hr, 18.07.2019.)
- „Tijekom vikenda ćemo izbaciti migrante bez dokumenata“ (24sata.hr, 12.07.2019.)

Stilsku figuru hiperbole autori koriste ne bi li nešto prenaglasili, u ovom slučaju sugeriraju da je bivša Hrvatska predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović neprikladnog ponašanja te je ne reprezentativna kada je u pitanju Hrvatska koja uživa dobar imidž što potvrđuju ljetni mjeseci i sezona u kojoj turisti masovno posjećuju njezine ljepote.

Drugi primjer preuveličava namjeru da Sjedinjene Američke Države preko vikenda postanu zemlja bez migranta.

6. EPITETI I IDEOLOGIJA

Ideologiju najjednostavnije definiramo kao temelj predodžbi u društvu koja su zajednička pripadnicima neke skupine (Van Dijk, 2006: 21). „To znači da ideologije omogućuju ljudima kao pripadnicima skupine organizirati mnoštvo društvenih uvjerenja oko onoga što je za njih dobro ili loše, ispravno ili pogrešno, i u skladu s tim djelovati“ (Van Dijk, 2006: 21). Moć ideologije počiva i u činjenici da može utjecati na to što će biti i kako će biti prihvaćeno, istinito ili lažno (Van Dijk, 2006: 21). „Stuart Hall je ideologiju definirao kao mentalne okvire – jezike, koncepte, kategorije, zamisli i sustave predodžbi – koje različite klase i društvene skupine razvijaju kako bi se učinile smislenim, shvatile i učinile razumljivim način na koji društvo djeluje“ (Hall, 1996: 26). Ipak, definicija ideologija ne odnosi se samo na spoznajni smisao već i na društvo, skupine unutar njega te njihove međusobne odnose, ali i odnose s institucijama kako na makro tako i na mikrorazini (Van Dijk, 2006: 22).

Bez obzira kako definirali ideologije, njihova je veza s idejama unutar nekog društva neraskidiva, a one su konstruirane mišlju, odnosno umom osobe. Mišljenja u društvu nazivamo i stavovima, a možemo reći da su to skupovi uvjerenja ukorijenjenih u društvu, primjerice stavovi o migrantima (Van Dijk, 2006: 33-67). Ideologije ne služe za odražavanje stereotipne konstrukcije događaja. „Prvo, one su mnogo općenitije i apstraktnije i ne odnose se samo na specifične kulturalne događaje, kao što su kupovina ili odlazak u kino. Drugo, ne odnose se samo na događaje već i na situacije, postupke, skupine, odnose skupina i druge činjenice“ (Van Dijk, 2006: 96).

S obzirom na to da ideologije određuju smjer predodžbi skupina društva te njihovim odnosima, zadaća im je da odražavaju način na koji se skupine ili njihovi pripadnici odnose prema određenom području unutar društva ili specifičnom pitanju. Ideologije kontroliraju znanje ali i mišljenje o događajima. Zanimljiva je povezanost između stavova – skupova društvenih uvjerenja i ideologije. Npr. određene skupine unutar društva imaju stav o migrantima, koji je predrasudan te rezultira uvjerenjima. Ta uvjerenja mogu biti da su

migranti opasni ljudi, nepoznati i nepredvidljivi ljudi, da previše migranata dolazi u našu zemlju i prijetnja su domaćem stanovništvu, migranti predstavljaju prijetnju za domaće muškarce jer će preoteti sve žene. Takva uvjerenja rezultiraju stvaranjem stavova o migrantima (Van Dijk, 2006: 96).

Struktura stavova može se sastojati od problema i rješenja, pa se tako uz migrante veže problem useljavanja koje zatim rezultira prenapučenošću, nedostatkom posla ako oni odluče ostati i zaposliti se u zemlji, pritom nepoznati su to ljudi. Rješenje problema isto je kao i normativni zaključak nekog drugog mišljenja. Na stav može utjecati i shema skupine koja useljenike karakterizira uvjerenjima tipičnima za stav pun predrasuda (Van Dijk, 2006: 97). „Podrijetlo im je treći svijet, izgledom su uglavnom obojeni (za razliku od nas), siromašni su i žele se obogatiti, govore drugim jezicima, često su muslimani i imaju čudne navike te su ilegalni useljenici/zločinci, ne može im se vjerovati, ne žele mnogo raditi“ (Van Dijk, 2006: 97-98).

Iako se stavovi odražavaju kao problem ili sukob unutar društva, mogu sadržavati i strukturalna obilježja ideologije (Van Dijk, 2006: 98). „Kao što je očigledno na primjeru useljenika, postoji snažna polarizacija između Nas i Njih kao predstavnika skupina uključenih u takav sukob“ (Van Dijk, 2006: 99). Karakteristika rasističke ideologije je ta da Nas smatra višima, a Njih nižima te je to razlog zbog kojem mi trebamo imati pravo prvi pristupiti resursima društva koji oskudijevaju. Isto vrijedi i u slučaju kada smo Mi i Oni smatrani jednakima, ali različitima pa se rasističke skupine zalažu za odvajanje „rasa“ . Polarizacija koja proizlazi iz suprotnosti Nas i Njih pokazuje da su glavni akteri skupine i sukobi između skupina te da su skupine glavni proizvođači ideološke slike kako o sebi tako i o drugima, određujući pritom Nas pozitivno, a Njih negativno. Iz toga proizlazi zaključak je da je temelj ideologija pozitivno predočiti sebe, a negativno predočiti druge. Shema je to za stvaranje slike o Nama i Njima kao skupinama društva u svrhu osobnih interesa bilo da se radi o društvenim, ekonomskim, političkim ili kulturnim (Van Dijk, 2006: 100-101).

Etnocentrične i rasističke ideologije karakteristične su za Nas, zapadnjake i bijelce i Njih, nebijelce i crnce, dok su stavovi dublja uvjerenja unutar društva, a tu spadaju i predrasude o određenim skupinama, u ovom slučaju o migrantima. Iz uvjerenja koja o njima postoje proizlazi da su Oni naša negativna strana te vrijednosti ili načela koje Mi posjedujemo, oni nemaju (Van Dijk, 2006: 387). „Njihov moral nije samo različit od našega već odstupa od

naših normi i zakona, i u krajnjoj liniji njihovo kulturno skretanje, njihova agresivnost, zločin i druge prakse prijetnja su Nama i cijeloj naciji, uključujući i njih same“ (Van Dijk, 2006: 387).

Mogućnost proučavanja ideologije daje nam multidisciplinarna teorija koja definira njezinu narav, strukture i funkcije. Ideologija je sučelje svojstava skupina u društvu i spoznaja koje svaki njihov pripadnik ima. One su metalne i društvene te ih društvo prisvaja i širi među sobom. Obilježje joj može biti polarizacija skupina (Mi, Oni). Služe kao društvena uvjerenja skupinama u društvu. Funkcija joj je organizacija predodžbi društva prema određenoj skupini. Ne može se reći da su pogrešne ili da čine iskrivljenu sliku društva o skupini (Van Dijk, 2006: 414-417).

6.1. IDEOLOGIJA I PREDODŽBA O ORIJENTU

Orijentalizam je način na koji se razmišlja, skup teorije i prakse, a ovisi o ontološkoj i epistemološkoj razlici „Orijenta“ (Istoka) i „Okcidenta“ (Zapada). Krajem 18. stoljeća započela su njegova konkretnija istraživanja te se orijentalizam promatrao kao način na koji je Zapad imao moć nad Orijentom, pokušavao ga restrukturirati i njime dominirati. U 19. stoljeću orijentalizmom su smatrane Indija i biblijske zemlje, a temelj mu je bliskost koju su Velika Britanija i Francuska ostvarile s njim. No, ne može se pretpostaviti da Orijent i Okcident naprosto samo postoje (Said, 1998: 9-11). „Orijent je baš kao i sam Zapad, ideja koja ima svoju povijest i tradiciju mišljenja, slikovlja, vokabulara, povijest i tradiciju koje su mu podarile zbilju i nazočnost na Zapadu i za Zapad“ (Said, 1998: 11). Pogrešno bi bilo reći da je ideja njega stvorena bez stvarnosti koja bi tu ideju uistinu poduprla jer su već i tada na Istoku postojali narodi i njihove kulture. Odnos između Orijenta i Okcidenta opisuje se kao odnos moći, u kojem jedan nastoji dominirati drugim. Isto tako, orijentalizam nije zasnovan na lažima i mitovima čija bi se struktura rasplinula kada bi se izrekla istina o Orijentu već je to skup teorije i prakse koje su se njegovale naraštajima (Said, 1998: 11-13).

Pojam koji vežemo uz Zapad je *hegemonija* iz čega proizlazi ideja da je europski identitet daleko važniji i jači od identiteta neeuropskih naroda ili kultura, a Orijent se pritom smatra zaostalim. Pozicijski, zapadnjaci uvijek imaju prevlast nad Orijentom. Teško da Europljanin ili Amerikanac stvore predodžbu o Orijentu, a da pritom na nju ne utječe njihova vlastita

stvarnost. Orijent doživljavaju kao član narodnosti, a zatim pojedinačno. Gledajući širu sliku, orijentalizam nije samo politička tema ili razlikovanje Orijenta i Okcidenta već tu spadaju i interesi poduprti znanošću, otkrićima, krajolikom i dr. Orijent čine Arapi i islam, a tri su elementa pridonijela da svaka rasprava postaje izrazito politizirana. Predrasude vezane uz Arape i islam, Arapska borba i posljedice koje je utisnula američkim Židovima te ne mogućnost i ne htijenje da se kulturno poistovjeti s Arapima ili islamom (Said, 1998: 14-37).

Europljanin razmišlja logično, izjave su mu utemeljenje i u njima nema dvojbenosti, skeptičan je i prije prihvaćanja tvrdnje za istu želi dokaz da je istinita. S druge strane, um orijentalca nije u potpunosti simetričan. Rasuđuju površno te im nedostaje logičko zaključivanje (Said, 1998: 51-52). „Orijentalci i Arapi prikazani su kao lakovjerni, „lišeni energije i inicijative“, već odveć predani „pretjeranom dodvoravanju“, intrigi, lukavosti i bezobzirnosti prema životinjama; orijentalci ne hodaju cestom ni pločnikom“ (Said, 1998: 52). Njihov um nije u mogućnosti shvatiti da su ceste i pločnici namijenjeni hodanju, što svaki Europljanin shvaća. Lažu, sumnjičavi su, protivnici jasnoće ili neposrednosti što su odlike rase anglosaksonaca. Opisani su kao predmet suđenja, proučavanja i opisivanja, nešto što treba staviti pod kontrolu (Said, 1998: 52-54). Autori su Orijent istraživali na različite načine. „Neki su Orijentalca prikazali kao nešto čemu se sudi, kao nešto što se proučava i opisuje, nešto što se disciplinira i ilustrira“ (Said, 1998: 54).

Prvotno je orijentalizam bio distinkcija između Europe i Zapada koji su predstavljali „nas“ i Orijenta i Istoka kao „njih“, isticao je snagu prvih i slabost drugih. Arapi se ponašaju konformistički, dio su kulture srama koja bi mogla privući istomišljenike i situacije u kojima funkcioniraju su uglavnom konfliktne. Dok Zapadnjaci teže sklapanju mira, Arapi u tome ne vide logiku te uspjeh vide kao nešto što najviše i jedino vrijedi, a kako bi se uspjelo i postigao cilj, opravdana su sva sredstva. Prirodno im je tjeskobno živjeti, u svijetu punom sumnje i nepovjerenja te su zbog toga neprijateljski nastrojeni i kad za to nema razloga. Izlike su česte u arapskom društvu i Islamu, osveta je obavezna jer u protivnom osoba osjeća sram. Umjesto mira koji je Zapadnjacima veoma važan, Arapima on nije na ljestvici važnosti već razdor prihvaćaju kao normalno stanje. Ta stajališta predstavljaju vrh uvjerenja orijentalizma (Said, 1998: 58-65). „S jedne su strane zapadnjaci, a s druge Arapi - orijentalci; prvi su racionalni, miroljubivi, liberalni, logični, kadri održati stvarne vrijednosti, lišeni urođene sumnje; posljednji nisu ništa od toga“ (Said, 1998: 64-65).

U Europi u 18. stoljeću nije postojala dovoljna količina znanja o Orijentu te je znanje o kulturi Islama bilo neuko, ali kompleksno. Razdioba Istoka i Zapada vidljiva je već i u doba Ilijade, a Europa se prikazuje „iznad" Azije, pobijedila je neprijatelje (Aziju) koju karakterizira praznina, gubitak i propast. Žali se nad prošlošću Azije koja je bila slavna, čak više i od Europe. Ova su dva kontinenta razdijeljena te Europa slovi kao snažna i pregledna, dok je Azija udaljena i poražena. Orijent skriva motiv opasnosti koja nije izravna, već je pritajena (Said, 1998: 74-76). „Islam nije bez razloga počeo simbolizirati strah, razaranje, demonsku silu, horde omraženih barbara. Za Europu, islam je bio trajan trauma" (Said, 1998: 79).

Otomanska je opasnost gotovo do kraja 18. stoljeća predstavljala prijetnju za kršćanstvo te je Europa to, zajedno s likovima i događajima utkala unutar svakodnevnog života. Način na koji su Europljani karakterizirali i doživljavali muslimane, Otomane ili Arape uvijek je imao za cilj da Orijent bude pod kontrolom (Said, 1998: 79). „Jedno ograničenje, koje je utjecalo na kršćanske mislioce koji su pokušali razumjeti islam, bilo je analogijsko – da je Muhamed za islam što i Krist za kršćanstvo. Otuda naziv „muhamedanstvo" i epitet „varalica" za Muhameda" (Said, 1998: 80). Takav naziv izrazito je uvredljiv. Dante je Muhameda smjestio u osam od devet krugova pakla, a prethode mu škrtci, pohotnici, heretici, samoubojice itd., prikazani kao svi manje grešni od njega. Iza Muhameda nalaze se samo prevaranti i izdajnici, a zatim se dolazi do Pakla. Za predočenje Orijenta, koristi se niz figura, odnosno tropa. Orijent je predstavljen kao tuđ, Muhamed kao varalica (Said, 1998: 89-94). „Govorne figure su deklarativne i samoevidentne; podrazumijevaju ponavljanje i snagu, simetrične su i dijametralno inferiorne europskom ekvivalentu. Za sve je dovoljno koristiti sponu *jest* (Said, 1998: 94). Orijent je između ostaloga simbol plodnosti i spolnog obećanja, konstantno izražene seksualnosti i žudnju (Sadi, 1998: 246).

U 20. Stoljeću, svaka je konstatacija Europljana o orijentalizmu bila za njih sustav istina. Prema Orijentu su se odnosili rasistički, imperijalistički i etnocentristički. Orijentalce se nije smatralo građanima niti ih se analiziralo kao ljude već kao probleme koji zahtijevaju rješenje. No, povećanjem trgovačkih i političkih susreta između Istoka i Zapada, njihova se međusobna udaljenost smanjila. Završetkom drugog svjetskog rata, muslimani i Arapi su počeli dobivati pozornost Amerike. Arapin nakon 1973. godine predstavlja prijetnju i sva pozornost koju privuče uglavnom je negativna (Said, 1998: 264-366). „U filmovima i na televiziji Arapina se povezuje ili s bludom ili s krvoločnom neiskrenošću. Pojavljuje se kao degenerik opsjednut seksom, sadist, prevarant, prostak, a trgovac robljem, jahač na devi, mjenjač novca samo su

neke od arapskih uloga u filmu“ (Said, 1998: 367). Osim toga, gotovo nikada ih se ne prikazuje individualno, već uvijek kao mnoštvo koje je bijesno te iz toga proizlazi strah će zavladati ostatkom svijeta. Razlikuju se dobri i loši Arapi, dobri rade prema uputama, dok loši ne slušaju pa ih se smatra teroristima. Iako prema ovim narodima još uvijek dominira neprijateljstvo i nepravda, to ne znači da će tako biti zauvijek te se očekuje njihovo skoro jenjavanje (Said, 1998: 367-449).

7. ZAKLJUČAK

Ovaj se diplomski rad bavio stilskim figurama u naslovima o migrantima na portalu 24sata.hr u 2019. godini, a za analizu naslova je korištena analiza sadržaja te kvalitativna metoda. Novinarsko-publicistički funkcionalni stil, jedan je od pet funkcionalnih stilova u hrvatskom jeziku. Najsloženiji je, a novinari se njime koriste u svakodnevnom stvaralaštvu te on pretpostavlja korištenje stilskih figura ne bi li najvažniji dio teksta i dio koji čitatelj prvo uočava, naslov, pobudili znatiželju za čitanjem ostatka.

U naslovima o migrantima na portalu 24sata.hr u 2019. godini, najčešći su izvori citata policijska uprava, ministri, premijeri, zastupnici, predsjednici, migranti i svjedoci događaja. Osim što se policijska uprava navodi kao izvor podataka o protuzakonitim radnjama migranta, oni su ujedno i ti koji u određenim slučajevima krše zakon i neopravdano vrše nasilje nad migrantima.

U naslovima se razlikuju tri vrste naslova, nominalni, informativni i reklamni te 13 stilskih figura.

Korištenjem asindetona u naslovima o migrantima, bez veznika se povezuju dijelovi rečenice te se nabrajanjem nastoji postići dramatičnost i ekspresivnost. Migranti su predstavljeni kao problematični pojedinci ali i grupe. Elipsom je dio naslova o migrantima izostavljen, no to nije utjecalo na razumijevanje čitatelja. Rezultat joj je sažetost naslova te podjela na imenski i glagolski dio naslova. Imenski služi kao najava, ima tihi ton koji uvodi u glagolski, informativni dio. Migranti su predstavljeni kao bespomoćni, siromašni, zanemareni, opasni i mnogobrojni. Inverzija je autorima naslova služila za isticanje važnijeg dijela vijesti koje se nalazi na prvom mjestu u naslovu, dok ga onaj manje važan slijedi. Migranti su u analiziranim naslovima predstavljeni kao mnogobrojni zbog čega je potreban angažman velikog broja

policajaca, snalažljivi su, činitelji kriminalnih djela te se i nad njima vrši nasilje. Retoričkim pitanjem autori su upućivali na pitanja na koje čitatelj ne očekuje odgovor već ga podrazumijeva. Naslovi su odavali dojam da informacije koje autori pokušavaju izreći nisu u potpunosti provjerene, odnosno novinari ih ne mogu tvrditi sa sigurnošću. Zbog manjkavih informacija medija, naslovi služe kao *clickbait* za čitatelja koji niti u tekstu ne saznaje više informacija, odnosno odgovor na postavljeno pitanje, a potaknut je kliknuti na njega.

Kod naslova u kojima se spominje riječ migrant ili migranti, najčešći epitet koji ih je opisivao je riječ ilegalni ili epiteta uopće nije bilo. Riječ ilegalni upućuje na nešto što se protivi zakonu, što mu je u suprotnosti te njime nije dozvoljeno. Epiteti koji su još pronađeni i opisivali su migrante su: propucani, maloljetni, trudna, mladi, preživjeli, preminuli, mrtvi, nestali, ozlijeđeni, afrički. Karakteriziralo ih se kao prekršitelje zakona jer ilegalno prelaze granične prijelaze što u mnogo slučajeva rezultira njihovom smrću.

Personifikacijom se nastojalo oživiti neživo te slikovitošću u čitatelju potaknuti zanimanje. Tijelima mrtvih žena, čamcu, brodu, žici, državi, rijeci te karavani dana su svojstva živih bića u kojima ona poduzimaju određenu radnju iako to u stvarnosti nije moguće. U naslovima gdje je korištena metonimija, kraticom MUP zamjenjuje se naziv Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, *Hot spot* američka je riječ koja ostavlja jači učinak nego hrvatska inačica te riječi te riječ Sud koja se u ovom slučaju odnosi na pravosudno tijelo zemalja.

Stilska figura metafore se odnosila se na preneseno značenje kako bi autori u naslovima imenovali jedno, a referirali se na nešto drugo. Koristio se naziv geto što je upućivalo na mjesto u kojem se nalaze ljudi određene nacionalnosti, u ovom slučaju migranti. Kamp Vučjak predstavljen je kao pakao u kojem se prema ljudima postupa veoma loše i nemaju uvjete za normalan život, a koristeći riječ „dolijala“ daje se dojam da je proveden svojevrstan lov u kojem su uhićeni šverceri migrantima što podsjeća na lov životinja, a ne ljudi. „Val“ migranta pretpostavljao je veliku grupu ljudi, u ovom slučaju migranta koji bi eventualno mogli pokušati prijeći preko granice, a cilj policije je to spriječiti. „Mi smo oči s neba“ odnosi se na pripadnike Zrakoplovne jedinice specijalne policije, dok „Libijski pakao“ sugerira da je u Libiji situacija veoma loša te je život ljudi tamo istovjetan životu u paklu kakvog ga se općenito opisuje. Pun patnje, smrti, tuge i nezadovoljstva.

Poredbom su autori uspoređivali. Usporedili su Isusa, Josipa i Mariju s migrantima, prijevoz migranta s onim u poznatom jugoslavenskom filmu „Ko to tamo peva“, a hrvatsku policiju sa zločinačkom bandom. Korištenjem stilske figure antiteze u naslovima je na čitatelja ostvaren efekt koji na prvi pogled odaje jedno, a zatim se ispostavlja nešto sasvim drugačije. U prvom je navedenom naslovu zid okarakteriziran kao neprobojni, građen od materijala koji nije moguće probiti, da bi se u nastavku ispostavilo da ga probiti može svatko tko ima 100 dolara jer je toliko dovoljno ne bi li se kupila pila. Drugi naslov je ukazivao na to da su u želji za boljim uvjetima života migranti spremni riskirati svoj vlastiti, što nerijetko završava njihovom smrću.

Autori koriste kontrast ne bi li u naslovu uputili na suprotnost između informacija. S jedne strane naslova stoji da je migrant propucan, dakle ozlijeđen, a ministar ukazuje kako je to nešto na što je policija bila prisiljena učiniti zbog dobrobiti granice. U planu je gradnja zida, kako bi se zaštitili od migranta, no pritom ljudi nisu lišeni osjećaja te će njihovoj djeci pružiti zaštitu. Svjedočanstvo čovjeka kojem su migranti provalili u kuću, no on im to nije zamjerio niti o tome obavijestio policiju kao što bi to učinila većina ljudi već im je pružio pomoć tako što ih je zbrinuo u svom domu. Korištenjem ironije, autor u naslovu pomalo ismijava Američkog predsjednika Donalda Trumpa koji je javnosti predstavio „neprobojni“ zid, a zapravo ga se može probiti jeftinom pilom. Stilsku figuru hiperbole autori koriste ne bi li nešto prenaglasili, u ovom slučaju sugeriraju da je bivša Hrvatska predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović neprikladnog ponašanja te ne reprezentativna kada je u pitanju Hrvatska koja uživa dobar imidž što potvrđuju ljetni mjeseci i sezona u kojoj turisti masovno posjećuju njezine ljepote. Drugi primjer preuveličava namjeru da Sjedinjene Američke Države preko vikenda postanu zemlja bez migranta.

Nakon provedene analize može se zaključiti kako u društvu i dalje postoje stereotipi o migrantima te kako ideologija utječe na mišljenje pojedinca i grupe. Predodžba o Orijentu i dalje dijelom postoji i migranti se smatraju opasnima, nasilnima, činiteljima kriminalnih djela, no smatram da je situacija povoljnija nego što je to bila u prošlosti. Ipak, još uvijek postoji jasna podjela između „nas“ Europljana i „njih“ Arapa, migranta, čime ih se smatra manje važnima i ne pruža im se mogućnost za bolji život što je temeljni cilj njihovih migrancija.

LITERATURA

Bagić, Krešimir (2012) *Rječnik stilskih figura.* Zagreb*:* Školska knjiga.

Dujmović-Markusi, Dragica (2009) *Književni vremeplov 1.* Zagreb: Profil International.

Frančić, A.; Hudaček, L.; Mihaljević, M. (2005) *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku.* Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Katnić-Bakaršić, Marina (1999) *Lingvistička stilistika*. Budimpešta: OpenSociety Institute.

Lakoff, George i Johnson, Mark (2015) *Metafore koje život znače.* Zagreb: Disput.

Mihovilović, Maroje (2007) *Profesionalni novinar: kako u vijesti otkriti temu.* Zagreb: Profil International i Visoka Novinarska škola.

Said, Edward W. (1998) *Orijentalizam.* Zagreb: Konzor.

Silić, Josip (2006) *Funkcionalni stilovi hrvatskog jezika.* Zagreb: Disput.

Van Dijk, Teun A. (2006) *Ideologija*: *Multidisciplinaran pristup.* Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

Članci u časopisu:

Beck, Boris, Kanižaj, Igor, Lechpammer, Stela (2020) Clickbait/mamilica: deset načina manipulacije kontekstom, u: *Vjerodostojnost medija: Medijska agenda 2020-2030*, Jelena Jurišić, Boris Beck, ZarfaHrnjićKuduzović (ur.), Fakultet političkih znanosti i Zaklada HannsSeidel (u objavi).

Gojević, Mirta (2009) Publicistički stil. *Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis* 3(3): 23-30.

Ivas, Ivan (2004) Tropi u hrvatskim naslovima. *Medijska istraživanja* 10(2): 9-34.

Internetske stranice:

Bih.iom.int (2018) Izvještavanje o migracijama i izbjeglicama – preporuke za novinare. https://bih.iom.int/sites/default/files/Reporting%20on%20Refugees%20BHS%20print.pdf Pristupljeno: 20.07.2020.

Enciklopedija.hr(2020) https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=40619 Pristupljeno: 20.07.2020.

Enciklopedija.hr (2020) https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=28272 Pristupljeno: 20.07.2020.

Enciklopedija.hr (2020) https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=4927 Pristupljeno: 20.07.2020.

Unhcr.org (2020) Reporting on refugees – Guidancebyand for journalists. https://www.unhcr.org/publications/brochures/58e1ed994/reporting-on-refugees-guidelines-by-and-for-journalists.html Pristupljeno: 20.07.2020.

SAŽETAK

U hrvatskom jeziku postoji pet funkcionalnih stilova od kojih je novinarsko-publicistički najsloženiji te služi novinarima za pisanje pri čemu ga, kako bi potaknuli korisnika da klikne na određeni naslov, dodatno stiliziraju. Koriste stilske figure ne bi li naslovi bili atraktivniji pri čemu ih ponekad pretvaraju u *clickbait* – naslov obećava mnogo, no sadržaj razočarava. Analizom sadržaja i kvalitativnom analizom provedenom na naslovima portala 24sata.hr uočena su tri tipa naslova te brojni citati čiji su izvori pretežno važne državne osobe ili državna tijela. Nadalje, analizom je uočeno 13 stilskih figura korištenih u naslovima koje se grupiraju u tri skupine: figure konstrukcije (sintaktičke figure), figure riječi (tropi) i figure misli.

Ključne riječi: *novinarsko-publicistički stil, stilske figure, migranti, portal 24sata.hr, naslovi*

ABSTRACT

There are five functional styles in the Croatian language, of which journalistic is the most complex, and it serves journalists for writing, whereby, in order to encourage the user to click on a certain title, they additionally stylize it. They use stylistic figures to make the titles more attractive, sometimes turning them into a clickbait – the title promises a lot, but the content disappoints. Content analysis and qualitative analysis conducted on the headlines of the 24sata.hr portal revealed three types of titles and numerous citations whose sources are mostly important state persons or state bodies. Furthermore, the analysis identified 13 stylistic figures used in the titles that are grouped into three groups: construction figures (syntactic figures), word figures (tropics) and thought figures.

Keywords: *journalistic style, stylistic figures, migrants, portal 24sata.hr, headlines*