

Amela Bajrić<sup>2</sup>  
JU Gradska biblioteka Travnik

*Pregledni naučni rad*  
*Review scientific paper*

## STILSKO-JEZIČKE ODLIKE NASLOVA U BOSANSKOHERCEGOVAČKOJ ŠTAMPI

### Sažetak

*Zamisliti život bez masovnih medija danas izgleda potpuno nemoguće, a razvoj modernih tehnologija učinio je da upravo masovni mediji budu dostupni svima. Masovni mediji, u našem slučaju štampa, svoje korisnike ponekad nastoje zainteresovati i oduševiti svojim senzacionalističkim naslovima, ponekad ih tjeraju na razmišljanje, a nekad i zabavljaju. Ipak, od velike je važnosti imati na umu da svaki medij poruku oblikuje shodno vlastitom jeziku, a sastavni dio jezika masovnih medija najčešće su različita stilsko-jezička sredstva. Tragom ranijih analiza žurnalističkog stila, ovaj rad će ponuditi stilsko-jezičku analizu isključivo naslova, kao važne i prepoznatljive odlike žurnalističkog stila, čiji je zadatak da budu naročito efektni u izazivanju čitalačke pažnje pa se stoga mogu pojaviti u formi retoričkih pitanja, frazema, već uvriježenih novinarskih šablona i dr., u čemu se ogleda i njihova ekspresivnost. Pored toga, analiza naslova dnevnih novina sa područja Bosne i Hercegovine (Oslobođenje, Nezavisne novine i Dnevni list) ustvrdila je da na fonetsko-fonološkom nivou, naprimjer, postoji razlika u pisanju stranih naziva, odnosno imena klubova, priznanja, vlastitih imena i sl. među ovim trima novinama, da se na morfološkom planu glagoli najčešće koriste u prezentu i futuru, da su nerijetko zastupljeni oblici superlativa kod pridjeva, da se koriste sintaksičke, leksičko-semantičke figure kojima se naslovu daje jače, stilski obojeno značenje – eliptične rečenice, metafora, metonimija uz, svakako, nezaobilaznu leksiku stranoga porijekla gdje dominiraju anglizmi, latinizmi, uz poneku riječ orijentalnog porijekla, a među dominantnim funkcijama naslova izdvajaju se referencijalna (informativna), popularistička, ekspresivna te estetska.*

Ključne riječi: žurnalistički stil, naslovi, stilsko-jezička sredstva, leksika, funkcije naslova

---

<sup>2</sup> amela.gbt@gmail.com

## Uvod

Govoriti o naslovima kao autonomnoj vrsti teksta znači govoriti o žanrovima „malih tekstova“ u koje spadaju poslovice, izreke, fraze, oglasi i dr. te kao njegove osnovne karakteristike možemo izdvojiti autoreferencijalnost, sažetost i sklonost pojačavanju.

Silić (2006) navodi da se naslovi dijele s obzirom na sadržaj i s obzirom na način kojim se taj sadržaj ostvaruje. S tim u vezi razlikujemo *nominativne* (u središtu su imenske riječi) – „Hollywood u centru Sarajeva“ (O, 27.210: 1), „Diplome za male skijaše“ (O, 27.210: 15), „Jako dobar nastup Stanojevića“ (O, 27.209: 61), *reklamne* (u kojima glavnu ulogu imaju poticajna sredstva izražavanja te imperativi jer se njima nudi sadržaj) – „Drugarice, posadimo cvijeće“ (NN, 8.126: 21) i *informativne naslove* (u kojima najvažniju ulogu imaju glagoli te svi glagolski oblici i vremena) – „Ministri podijelili funkcije u odborima i tijelima“ (DL, 7.795: 2), „U UKC-u RS prvi put izvedena perkutana drenaža apscesa jetre“ (NN, 8.126: 9), „Četverosjed kreće 1. februara“ (O, 27.209: 19).

Naslovi su prvi element teksta kojeg će čitaoci uočiti i u tome leži njihova uloga, dakle, privući pažnju adresata. Funkcija dobrog naslova je da proda novine, jer „loš tekst s dobrim naslovom ima više izgleda da bude pročitao nego dobar tekst s lošim naslovom“ (Ivas, 2004: 25). Ono što služi postizanju dinamičnosti, neobičnosti, efektivnosti i osjećaja kod čitaoca ostvaruje se korištenjem ekspresivnih i figurativnih efekata, odnosno figura što je jedna od izraženih karakteristika žurnalističkog stila. Po slobodnoj procjeni, za žurnalistički stil možemo kazati da je lepršav, raznovrstan, bez nekih ograničenja i, stalno se vraćajući temi naslova, koja je nepresušni izvor za istraživanje, potaklo nas je da upravo na izboru bh. štampe – *Oslobođenje*, *Nezavisne novine* i *Dnevni list* analiziramo naslove rubrika unutar navedenih listova. Dakle, istraživački korpus čine informativne novine koje podrazumijevaju sadržajni format najprimjereniji dnevnim novinama i koji obuhvata različite teme, od unutarnje politike, vanjske politike, ekonomije, zabave, sporta itd. Bitna zajednička karakteristika ovih novina jeste informativnost, opštost, aktuelnost, blagovremenost te dominacija monoloških novinarskih žanrova, vijesti i izvještaja (Grupa autora, 2016: 18).

Stoga ćemo na primjeru odabranog istraživačkog korpusa ponuditi stilsko-jezičku analizu naslova rubrika iz oblasti politike, kulture, sporta, ekonomije i dr. te utvrditi specifičnosti korištenja jezičkih, stilskih i ekspresivnih sredstava, njihovu frekventnost kao i razinu upotrebe riječi stranog porijekla. Kroz rad su predstavljene figure i tropi na sintaksičkom te leksičko-semantičkom nivou, druga ekspresivna leksika u vidu frazema, leksika orijentalnog porijekla, kao i karakteristična druga obilježja naslova, pri čemu smo se osvrnuli i na jezičke odlike na morfološkom i sintaksičkom nivou te na koncu prikazali i funkcije naslova.

## Sintaksičke figure

Za sintaksičke figure ili figure konstrukcije kažemo da su to one stilske figure koje su zasnovane na poretku riječi, a ostvaruju se posebnim poretkom riječi u stihu ili rečenici. Takav raspored riječi odstupa od gramatički ispravnog ili učestalo primjenjivanog rasporeda. Nekoliko sintaksičkih figura zastupljeno je u istraživanom korpusu.

## Kumulacija

Kumulacija predstavlja gomilanje značenjski bliskih pojedinosti kojim se razvija temeljna misao ili emocija, detaljistički portretira osoba, pomno prikazuje prizor, predmet ili situacija. Gomilaju se jezički elementi koji pripadaju istoj kategoriji i imaju istu gramatičku funkciju (Bagić, 2005). U našem korpusu je ova figura konstrukcije zastupljena u vidu gomilanja *subjekata*: „Ukrajini stižu *tenkovi*, *haubice* i *rakete*“ (NN, 8125: 16), *objekata*: „O *sreći*, *tuzi*,

*ljubavi, mržnji, strahu i ljutnji*“ (O, 27.215: 24), Dirljiva drama o *nadi, ljubavi, istini i opsesiji*“ (O, 27.215: 25), „U kući držala *pušku, pištolj, bombe i minu*“ (NN, 8126: 11). Kako primjeri pokazuju kumulacijom se naglašava tematska riječ te se stvara dojam usredotočenosti i punoće izričaja.

### Epitet

Da bismo postigli uvjerljivost uglavnom ćemo se koristiti epitetima. Epitet je „pridjev koji se dodaje imenici s ciljem da se naglasi pojedino svojstvo ili vrijednost“ (Bagić, 2005: 110). „Lukašenko je *jeftin* Putinov *saveznik*“ (O, 27.209: 6), „*Veliki preokret* Vogošće u Doboju“ (O, 27.215: 63), „*Bayern ubjedljivom pobjedom* do četvrtfinala“ (O, 27.215: 61), „*Snažne eksplozije* oko *najveće europske nuklearne elektrane*“ (DL, 7789/7790: 14), „*Vrijedne kreacije mladih Mostaraca*“ (O, 27.210: 41).

### Gradacija

Marina Katnić-Bakaršić (2007: 114) gradaciju svrstava u prelazne figure jer se ne može odrediti primarni nivo odstupanja, tj. da li je riječ o semantičkom ili sintaksičkom nivou odstupanja. Iznenađujuće je rijetka figura; s obzirom na to da označava redanje riječi po jačini značenja ili osjećanja njena upotreba bi doprinijela ekspresivnosti jezičkog izraza, kao u narednom primjeru kojeg smo pronašli: „Hoće li Tomislav Kiš nastaviti svoju golgetersku seriju, hoće li nastaviti braniti sva tri vratara i je li se od bolesti oporavio Nemanja Bilbija, najvažnija su pitanja uoči duela protiv Zlate Moravce i Tomislava“ (DL, 7789/7790: 20).

### Anafora

„Anafora je figura dikcije koja predstavlja ponavljanje iste riječi ili skupine riječi na počecima uzastopnih stihova u pjesmi ili na počecima uzastopnih rečenica ili rečeničnih dijelova u prozi, govorništvu, konverzaciji, reklamama“ (Bagić, 2005: 33). Poznato je da se anaforička ponavljanja javljaju još od srednjeg vijeka i česta su u prozi, esejistici, govorima političara, novinarskom diskursu i sl. Naslovi u našem istraživanju nisu iznjedrili plodno tlo kada je u pitanju ova stilsko-figuralna figura te smo u analiziranim naslovima pronašli tek dvije anafore u sljedećim primjerima: „*Jedna* osoba poginula, *jedna* povrijeđena“ (O, 27.215: 21), „*Hoće li* Tomislav Kiš nastaviti svoju golgetersku seriju, *hoće li* nastaviti braniti sva tri vratara i je li se od bolesti oporavio Nemanja Bilbija, najvažnija su pitanja uoči duela protiv Zlate Moravce i Tomislava“ (DL, 7789/7790: 20).

### Eliptične rečenice

Elipsa spada u figuru konstrukcije. Eliptične su rečenice one u kojima je izostavljen dio ili dijelovi rečenice pri čemu se narušava sintaksička norma, ali se rečenično značenje realizira. A izostavljeni se dijelovi mogu rekonstruirati zahvaljujući kontekstu tako da ne postoji problem u razumijevanju takvih rečenica. U prilog toj tvrdnji idu i sljedeći primjeri: „*Doković* i *Tsitsipas* (su) u finalu“ (O, 27.210: 41), „*Nole* (je) apsolutni favorit“ (NN, 8125: 30). Novinari se elipsom koriste kako bi uštedjeli prostor i kada žele obuhvatiti više važnih tema koje mogu i ne moraju biti povezane. Onamo gdje se ispušta glagol čitaoci mogu vrlo lako doći do rješenja odnosno značenja naslova.

## Retorička pitanja

Retoričko pitanje je termin čije porijeklo potječe još iz antičkih vremena, a podrazumijeva pitanje na koje govornik ne očekuje odgovor. „Pitanjem prikrivena tvrdnja kojom se naglašavaju govornikovi stavovi i dojmovi, izriču šokantne i dirljive stvari, ističu jake emocije poput ljubavi, oduševljenja, čuđenja, mržnje, ogorčenosti, sažaljenja. Retoričko pitanje zamjenjuje objektivni način govora subjektivnim, učinak nadređuje sadržaju, konotaciju denotaciji“ (Bagić, 2005: 271). Kako smo već prethodno naveli, naslovi su jake pozicije i njihova je uloga da privuku pažnju adresata, a ponajbolje se to postiže retoričkim pitanjima kojima naslovi u istraživačkom korpusu obiluju: „Zajednički prijedlog osmorke preuzima KS?“ (O, 27.209: 5), „Kako živimo naše živote i gradimo svijet?“ (O, 27.209: 24), „Jeste li čuli za duo Daniels?“ (O, 27.209: 44), „Ko od drveta neće vidjeti šumu?“ (O, 27.210: 15), „Još jedna šansa za Vladu KS-a?“ (O, 27.210: 15), „Kad će nam biti bolje?“ (DL, 7789/7790: 1), „Ukida se zabrana izvoza peleta?“ (DL, 7789/7790: 9), „Bećirović ide u kampanju za lidera SDP na guranje 'duboke države' i reisa Kavazovića, odvaja se banjalučki SDP?“ (DL, 7788: 4), „Broji li CIK posljednje dane?“ (NN, 8126: 5).

## Nominativne rečenice

Nominativne su rečenice sa stilističko-retoričkog aspekta markirane i mogu se posmatrati kao figure dok su sa sintaksičke tačke gledišta samo jedan tip jednokomponentnih prostih rečenica. Kod njih nominativna riječ ili sintagma preuzima funkciju predikativnosti stoga se ne može govoriti o „izostavljenom predikatu“, a opća semantika tih riječi jeste postojanje predmeta ili predmetno predstavljanje pojave, radnje, stanja (Katnić-Bakaršić, 2007). Sljedeći primjer potvrđuje navedeno: „Različiti *karakteri, vizije i pogledi* na svijet“ (O, 27.209: 24).

## Leksičko-semantičke figure

Figure riječi ili tropi nastaju promjenom osnovnog značenja pojedinih riječi. U našem korpusu zabilježili smo ih nekoliko.

### Igra riječima

U novinskim naslovima nisu rijetke igre riječima i kada pogledamo takve naslove možemo zaključiti da se njima najviše aludira na nešto što je čitaocu već poznato – na poznatu stvarnost. Često su to aluzije na naslove knjiga, stihove pjesama ili filmskih ostvarenja, a sve s jednim ciljem - privući čitaočevu pažnju. Primjer koji smo pronašli u korpusu „Prvi se neradnici u vodu bacaju“ (O, 27.210: 4) aludira na narodnu izreku „Prvi se mačići u vodu bacaju“ u značenju da je prvi pokušaj obično neuspješan, potom „Naša fotelja“ (DL, 7788: 1) kao sintagma za političku partiju „Naša stranka“ i dr.

## Metafora

Metafora je sastavni dio korištenja jezika u svakom obliku komunikacije, a naročito je prisutna u književnomjetničkom, razgovornom i žurnalističkom funkcionalnom stilu. To je figura kojom se značenje jedne riječi prenosi na drugu zamjenjivanjem predmeta po njihovoj sličnosti, a njeno pravo značenje određeno je kontekstom: „Vraća se 'na zemlju'“ (DL, 7789/7790: 21), „Nurkić zbog povrede morao u svlačionicu“ (O, 27.209: 64), „Radnici dobili mrvice, štrajk prekinut“ (O, 27.209: 12). U metafori se veza zasnovana na sličnosti odnosi samo na neki

segment koji označitelj i označeno imaju, pa može podrazumijevati sličnost po obliku, funkciji, položaju, boji, sastavu itd.

## Metonimija

Metonimija se ubraja u osnovne trope i predstavlja zamjenjivanje jedne riječi drugom na temelju njihove logičke bliskosti, vremenske ili prostorne povezanosti (Bagić, 2005: 199). Metonimijom se postiže individualizacija i variranje izraza, sugestivan i aluzivan govor, naglašavanje pojedinog aspekta stvarnosti, sažimanje iskaza kao i privlačenje pažnje: „Bećirović jača kabinet“ (O, 27.209: 3), „Čović pleše tango s Dodikom, oni vode politike Zagreba i Beograda“ (DL, 7795: 11), „Ališa skinula Federera s trona“ (NN, 8131: 32), „Naša stranka moral i principijelnost zamijenila foteljama“ (DL, 7788: 1), gdje je leksema *fotelja* metonimija za vlast, funkciju. Jednako tako, metonimijom se skraćuje formulacija, iznenađuje perspektivom, ubrzava i pojačava obavijest, npr.: „*Ivanov*' u Narodnom“ (O, 27.215: 45), „*Identitluk*' na sceni Narodnog pozorišta Mostar“ (NN, 8126: 25). Ono što se posebno ističe jeste da su u obavezni žargon sportskih novinara ušli metonimijski nazivi za ekipe koji mogu upućivati na boju dresa, sponzora, navijače i sl., kao što možemo vidjeti u narednim primjerima: „*Orlovi*' prekinuli seriju domaćina“ (NN, 8125: 28), „Deveti trijumf *studenata*“ (NN, 8131: 30), „*Plemiće* u idućim danima čekaju dvije solidne provjere“ (DL, 7789/7790: 20), „Ojačani *Plavci* jako trebaju pobjedu“ (DL, 7795: 19).

## Sinegdoha

Kako navodi Bagić (2005) sinegdoha je „zamjenjivanje jedne riječi drugom na temelju značenjskog dodirivanja ili uokviravanja. Značenjski se prijenos događa u istoj konceptualnoj domeni, tj. pojmovi se uklapaju jedan u drugi.“ U našem korpusu smo pronašli sljedeće primjere: „Špansko čudo za polufinale“ (NN, 8125: 32) kao zamjena za Španiju, „Zvezdino čudo u dresu Laktaša“ (NN, 8125: 29) kao zamjena za igrača koji je nastupao za Crvenu Zvezdu iz Beograda.

## Figure poređenja

Iako je poznato, a i očekivano da u žurnalističkom stilu dominiraju poređenja kojima se postiže atraktivnost, mistificira tema i iskazuje autorova afektivnosti, u naslovima našeg istraživačkog korpusa to, ipak, nije slučaj. Zabilježili smo ih tek nekoliko, i to tip poređenja *comparatio*: „Tretiraju me *kao* kriminalca“ (O, 27.210: 63), „Skenderija *kao* nekada za uspjeh Bosne“ (O, 27.215: 62), „Sirnica *kao* iz pekare“ (NN, 8.131: 22), „Marisa Abela *kao* Amy Winehouse“ (O, 27.210: 41).

## Frazeme

Zbog svojih specifičnih gramatičkih i leksičko-semantičkih obilježja frazeološki sloj čini jedinstven podsistem u leksičkom sistemu našeg jezika. „Reč je o jedinicama složene strukture čije su se sastavnice, izgubivši status samostalnih leksema, ujedinile u novu celinu razvijajući potpuno nov semantički sadržaj. Njihov nastanak rezultat je pojmovne obrade informacija iz čovekovog neposrednog okruženja i iskustva koje iz njega crpi, često u sadejstvu sa značajnim civilizacijskim tekovinama“ (Štrbac, 2018: 9). Funkcija frazema u prvom redu je ekspresivna i stilistička. Kao važna obilježja frazema ističu se i konotativnost, slikovitost i emocionalnost. Prema Tanoviću (2000) frazeme su najgušće distribuirane, osim u razgovornom, književnoumjetničkom, i u žurnalističkom stilu. Tako frazeme možemo naći u štampi, u jeziku

reklama, plakata, a nešto ih je manje zastupljeno u naslovima našeg istraživačkog korpusa. „Radi ekonomičnosti, frazemi koji imaju različita kategorijalna značenja, tj. frazemi koji se ovisno o kontekstu realiziraju kao pridjevski ili kao priložni, obrađeni su pod jednim uopćenim frazemom“ (Bašić, 2020: 76). Frazema „na svoju ruku“ može se javiti u dva značenja: 1. čudan, neobičan, nepredvidiv, poseban i 2. samostalno, samoinicijativno, po svojoj volji (odluci, inicijativi) kao što je to slučaj sa našim primjerom: „Velečasni Brown opet na svoju ruku istražuje zločine“ (O, 27.209: 40). Frazeme su i: „Udario junak na junaka“ (DL, 7788: 19) te „Čavara u klin, potpredsjednici u ploču“ (O, 27.215: 2-3).

## Leksika stranog porijekla

Leksika svakog jezika se bogati, obnavlja i razvija da bi jezik što bolje zadovoljio potrebe svojih govornika u svakodnevnom životu. Broj riječi jednog jezika, dakle, u tijesnoj je vezi sa društvenim životom naroda koji se tim jezikom služi. Leksički fond nekog jezika razvija se i bogati u procesu svog unutrašnjeg razvoja, a u novije vrijeme, razvojem tehnologija i velikim utjecajem medija, preuzimanjem brojnih riječi iz drugih jezika. Jer, jezik, odnosno leksika kao najfleksibilniji sloj jednog jezika, ima sposobnost da se prilagođava određenim prilikama življenja i da svoje unutrašnje jezičke sadržaje bogati novim odlikama. Naš jezik je u prošlosti primio mnoge strane riječi, a prima ih i danas. Neke strane riječi posuđenice su u mnogim jezicima svijeta i manje-više prilagođene izgovornim pravilima i glasovima tih jezika.

Posuđenica u našem jeziku ima veliki broj i one su različitog porijekla/etimologije. Neke od njih su do danas ostale nezamjenjive, mnoge čak toliko uobičajene da ih više i ne doživljavamo kao riječi tuđeg porijekla. Prema ovome, naša rječnička osnovica se može pohvaliti bogatstvom i različitosti riječi raznog porijekla. S obzirom na odabrani korpus i ono što on tematizira, nužno se nametnula pretpostavka da će u istraživačkom korpusu preovladavati frekventna upotreba anglizama jer veliku ulogu u rasprostranjenosti engleskog jezika imaju mediji, naročito dnevni i sedmični listovi. Jer savremena lingvistika prepoznaje engleski kao prestižni jezik novog doba. Anglizmi su, dakle, posuđenice engleskog jezika, koje se posebice razvijaju u zadnjih sedamdesetak godina od trenutka kada se engleski jezik počinje smatrati svjetskim jezikom i anglizmi su izrazito brojni u tehničkom i informatičkom području, savremenoj ekonomiji, pravu i političkom nazivlju, sportu i popularnoj kulturi (Međeral, 2016). Sasvim očekivano, u korpusu smo zabilježili najveći broj anglizama u sportskim rubrikama: „Težak test za lidera<sup>3</sup> na startu<sup>4</sup> proljeća“ (DL, 7795: 23), „Široki u Mrkonjiću jedva sačuvao skor<sup>5</sup>“ (DL, 7795: 22), „Tramp se vraća na Facebook<sup>6</sup> i Instagram<sup>7</sup>“ (NN, 8125: 17), „Svjetski šampionat u rukometu ušao u finiš<sup>8</sup>“ (NN, 8125: 32), latinizama: „Mlada reprezentacija saznala rivale<sup>9</sup>“ (O, 27.215: 62), „Nole apsolutni favorit<sup>10</sup>“ (NN, 8125: 30), „Najsajniji orden za prosvjetne radnike“ (NN, 8126: 15), jedan talijanizam: „Za dirigentskom palicom maestra<sup>11</sup> Cate Blanchett“ (O, 27.210: 32), jedan galicizam: „Svjetski šampionat<sup>12</sup> u rukometu ušao u finiš“ (NN, 8125: 32).

<sup>3</sup> (engl.) – vođa, prvak neke političke stranke ili pokreta

<sup>4</sup> (engl.) – 1. početak sportskog takmičenja; 2. polazno mjesto prije početka trke; 3. nalet na protivničkog igrača

<sup>5</sup> (engl.) – u sportu omjer golova, postignuti rezultat

<sup>6</sup> (engl.) - društvena mreža čiji je osnivač Amerikanac Mark Zuckerberg

<sup>7</sup> (engl.) - Besplatna aplikacija i internet servis za mobilne uređaje i desktop računare koja svojim korisnicima omogućava obradu i razmenu fotografija i video zapisa. Osmislili su ga programeri Kevin Systrom i Mike Kriger.

<sup>8</sup> (engl.) – 1. završni dio sportskog takmičenja; 2. cilj, kraj

<sup>9</sup> (lat.) – suparnik, konkurent

<sup>10</sup> (lat.) – 1. ljubimac, miljenik; 2. u sportu onaj koji ima više izgleda za pobjedu

<sup>11</sup> (tal.) – počasni naziv velikih majstora (muzičara, umjetnika, šahista); učitelj, vještak, umjetnik

<sup>12</sup> (franc.) – prvenstveno takmičenje

Nekoliko orijentalizama pronašli smo u rubrikama „Pogledi“ (Oslobođenje) i „Banjaluka“ (Nezavisne novine), koje govore o tradiciji i kulturnoj baštini: „O hadžu<sup>13</sup> u Bosni“ (O, 27.210: 30), „Nastavlja se projekat obnove *Sahat-kule*<sup>14</sup>“ (NN, 8125: 10).

### Ostala obilježja žurnalističkog stila

Jedna od bitnih osobina koja karakterizira žurnalistički stil jeste jezička kreativnost kojoj doprinosi jezička sloboda, a koju novinari moraju imati kako bi stvorili tekstove koji izazivaju pažnju. Kao još jedna od karakteristika žurnalističkog stila navode se jezički klišeji ili tzv. šabloni. „Upravo po njima se funkcionalni stilovi prepoznaju kao takvi, a oni se definiraju kao sredstva koja omogućavaju da se jezik ostvaruje racionalno, ekonomično i učinkovito. Novinar ne mora izbjegavati uporabu klišeja, ali mora paziti da svoj jezik ne klišeizira“ (Silić, 2006: 94). Ustaljeni novinarski šabloni karakteristični su naročito za žanrove sportskog novinarstva: „On nije sa ove planete“ (NN, 8131: 30), „Veliki preokret Vogošće u Doboju“ (O, 27.215: 63), „Košarkaši Bosne u derbiju srušili Borac“ (NN, 8131: 31), „Bayern ubjedljivom pobjedom do četvrtfinala“ (O, 27.215: 61), „Remi Leotara protiv Mladosti“ (O, 27.215: 61).

Pored toga, vrlo intenzivna odlika kojom autori izazivaju pažnju i želju čitalaca su i bombastični naslovi jer se njihovom senzacionalističkom intonacijom nastoji ostvariti primarni cilj: „Haos na sjednici parlamenta, zamalo izbila tuča zbog Kosova“ (NN, 8131: 16), „Reketirana stambena zgrada u Kramatorsku, najmanje troje mrtvih“ (DL, 7795: 14), „Opozicioni poslanici nasrnuli na Vučića u Skupštini“ (O, 27.215: 12).

Uz ustaljene izraze, odnosno žurnalizme, različite klišeje, tzv. šablone razlikujemo i ostala obilježja koja bismo mogli razvrstati prema morfološkoj i sintaksičkoj razini.

Budući da smo pažljivo birali korpus za istraživanje, želeći što vjerodostojnije predstaviti rezultate do kojih smo došli, prije negoli krenemo u analizu po nivoima napomenut ćemo da su vidljive razlike u standardima u trima novinama. Najbolje će se to uočiti na primjerima. *Dnevni list* se štampa u skladu sa pravilima hrvatskog pravopisa: „U Bosni i Hercegovini 150 tisuća ljudi živi s demencijom“ (DL, 7788: 12), „Posebna pozornost jačanju zdravstvenog sektora“ (DL, 7795: 10), „15,7 milijuna dolara za novi 'Diaspora Invest projekt'“ (DL, 7795: 10), „Danas povijesni meč sa Švedskom“ (DL, 7795: 22), „Svemirski tanjir koji je dobio *kotače*“ (DL, 7788: 16), „Čondrić i službeno bivši, *tko će ga naslijediti?*“ (DL, 7788: 20), „Zašto dolazi do *redovitih* skrnavljenja Partizanskog groblja i zašto izostaju sankcije?“ (DL, 7788: 1), „S novim, mladim snagama Čapljinci krenuli u pripreme 15. *siječnja*“ (DL, 7789/7790: 22). Autori tekstova *Nezavisnih novina* štampanih u Banjoj Luci u pisanju se koriste pravilima srpskog jezika pa se uočava fonetizirano pisanje riječi i imena stranoga porijekla, uz ostale odlike norme srpskog jezika: „Potpredsjednik RS i predsjednik srebreničke Organizacije porodica zarobljenih i nestalih u *opštini* na istoku zemlje“ (NN, 8125: 6), „Nole ide po 22. *grend slem*“ (NN, 8126: 30), „Musa briljirao u '*El Klasiku*'“ (NN, 8126: 31), „*Niki Hejli* ulazi u trku za predsjednika SAD“ (NN, 8131: 15). U narednom primjeru možemo vidjeti način pisanja glagola u futuru: „Sto miliona radnika *moraće* da promijeni zanimanje“ (NN, 8131: 14). A uočeno je i neslaganje kod glagola: „U školske klupe *vraćaju se* 54.000 đaka“ (O, 27.210: 14).

Na morfološkoj razini uočena je česta upotreba glagola u *prezentu*: „Plemiće u idućim danima *čekaju* dvije solidne provjere“ (DL, 7789/7790: 20), „Sve više novih igrača, stvari *se* poprilično *mijenjaju*“ (DL, 7789/7790: 20), „Komšije *dovode* u pitanje bh. diplome“ (NN, 8126: 2), „Nole ide po 22. *grend slem*“ (NN, 8126: 30) – futurski prezent, „*Želimo* veći kvalitet lige“ (O, 27.209: 63), „*Negirali* krivicu“ (O, 27.215: 21), u *futuru*: „Narandžasta *će donijeti* dobre vibracije“ (O, 27.210: 38), „Najniža plaća *iznosit će* 700 KM“ (DL, 7788: 10), „Japan i Nizozemska *ograničit će* izvoz čipova u Kinu“ (DL, 7789/7790: 15), u *perfektu*: „Jezgra Zemlje možda *se prestala*

<sup>13</sup> (ar.) – hodočašće u Meku u svrhu posjete Kabe

<sup>14</sup> (ar.) – toranj na kome se nalazi sat

okretati“ (DL, 7788: 24), „Opsada Sarajeva je bila državni terorizam“ (O, 27.210: 28), u oblicima *krnjeg perfekta*: „Damir Mumbašić otvorio umjetničku sezonu“ (O, 27.210: 19), „Vlada FBiH odbila sve amandmane poslanika“ (NN, 8125: 3) i *pasivnim konstrukcijama*: „Nastavljen rast poreznih prihoda i doprinosa“ (DL, 7788: 8-9), „Potpisani ugovori sa 8 korisnika u okviru projekta LiNK4StartUps“ (DL, 7788: 8), „Potrebni su konkretni potezi za napredak BiH ka NATO partnerstvu“ (DL, 7788: 10), dva primjera *imperativa*: „Drugarice, posadimo cvijeće“ (NN, 8.126: 21), „Dajte nama 24 sata“ (O, 27.210: 7) i *potencijala I*: „Prihvatio bih poziv zmajeva“ (O, 27.210: 62).

Na sintaksičkoj razini naslovi imaju strukturu nezavisnosloženih rečenica: „Sve nas je manje i sve smo stariji“ (DL, 7789: 4), „Formiranje Savjeta ministara dobra vijest, ali ekipa ne obećava“ (NN, 8125: 5), „Čović pleše tango s Dodikom, oni vode politike Zagreba i Beograda“ (DL, 7795: 11) i zavisnosloženih rečenica: „Schmidt, ne samo da se lažno predstavlja, već i bezočno laže“ (DL, 7788: 11). U *Nezavisnim novinama* zastupljena je konstrukcija „da+prezent“: „Duraković: Srebrenica mora da dobije poseban status“ (NN, 8125: 6), „Ukrasi sa putovanja mogu da stvore oštećenja“ (NN, 8129: 20).

Pažnju čitalaca privlače i razna druga jezička sredstva koja su vrlo uočljiva. Primjerice, upotrebom crte kojom se izražava začuđenost ili najavljuje neočekivana izjava: „Krah kriminalne grupe u Kreševu – uskoro optužnice i bijeg u Hrvatsku?“ (DL, 7789/7790: 11), „U Hrvatskoj se pojavio novi soj koronavirusa - Kraken“ (DL, 7793: 13), navođenjem broječnih podataka: „Iz KPZ-a Zenica ukradeno 800.000 KM“ (O, 27.215: 21), „Konsultantima za nadzor 617.200 eura“ (O, 27.212: 19), „Jednokratne pomoći za 34 majke“ (O, 27.215: 19), „Besplatne užine za 505 osnovaca Ilidže“ (O, 27.213: 19), ekspresivnošću: „Pozitivni signali na kraju prošle godine: Zaustavlja se usporavanje bh. ekonomije?“ (DL, 7794: 19), „Zoran Tegeltija direktor UIO BiH?“ (O, 27.209: 5).

## Dominantne funkcije naslova

Roman Jakobson navodi da je za svaku komunikaciju neophodno šest faktora: pošiljalac, primalac, poruka, kontekst, kod i kontakt. S obzirom na različitost usmjerenosti jezika na neki od ovih faktora izdvaja se i nekoliko funkcija koje jezik može imati u komunikaciji. U našem istraživačkom korpusu zastupljene su sljedeće:

*Referencijalna funkcija* odnosi se na predmet poruke i ona je najčešća funkcija svake poruke budući da je u prvom planu njezino prenošenje, odnosno prenošenje informacije o referentu. Za nju su karakteristične forme trećeg lica, bezlične i pasivne konstrukcije: „Univerzitet u Sarajevu među 5,1% najboljih sveučilišta u svijetu“ (DL, 7795: 10), „Novi direktor OSA-e neće imati zadaću pratiti Izetbegovića i druge“ (DL, 7795: 11), „Formiraju se reprezentacije RS-a“ (O, 27.210: 62), „Osuđenika oteli u centru Sarajeva“ (O, 27.210: 17).

Jedna od funkcija koja se ostvaruje u naslovima jeste *popularistička*, i ona se ostvaruje gotovo na jednak način kao i referencijalna, odnosno informativna. Ono što karakterizira popularističku funkciju jeste potreba da se svemu prida veliko značenje i zanimljivost. Takvo što smo uočili u frekventnoj upotrebi superlativa naročito u sportskim rubrikama. Navedeni primjeri idu u prilog toj tvrdnji: „Najveća poplava u Novom Pazaru od 1979.“ (O, 27.209: 6), „Meillard najbrži u Schladmingu“ (O, 27.209: 64), „Nakon najveće, došle su nove tragedije“ (O, 27.210: 5), „Najučinkovitiji razgovor“ (O, 27.210: 47), „Kožni model je među najpopularnijim“ (O, 27.210: 47), „Najzanimljivija utakmica u Tuzli“ (O, 27.210: 61), „Slijedi najjača provjera“ (DL, 7795: 21), „Najmračnije poglavlje ljudske civilizacije“ (NN, 8126: 15), „Najsajjniji orden za prosvjetne radnike“ (NN, 8126: 15), „Smanjenje sredstava iz proračuna FBiH za Željeznice je jedan od najgorih poteza“ (DL, 7789/7790: 8-9).



*Ekspresivna (emotivna, afektivna) funkcija* je usmjerenje na pošiljaoca („prvo lice“), tako da u prvi plan dolazi govornikov subjektivni stav, govornikove emocije. Ostvaruje se u velikom broju vokativa, imperativa i uzvika te retoričkih pitanja: „Muva da se ne čuje!“ (O, 27.210: 29), „Ko od drveta neće vidjeti šumu?“ (O, 27.210: 15), „Još jedna šansa za Vladu KS-a?“ (O, 27.210: 15), a najčešće smo ih pronalazili u sportskim rubrikama kroz ocjenjivačke attribute: „Veliki preokret Vogošće u Doboju“ (O, 27.215: 63), „Bayern ubjedljivom pobjedom do četvrtfinala“ (O, 27.215: 61), „Težak test za lidera na startu proljeća“ (DL, 7795: 23), „Na terenu i 'skupo pojačanje“ (DL, 7795: 21).

*Konativna funkcija* usmjerena je na primaoca poruke („drugo lice“) tako da vrlo često u upotrebi imamo vokativ, imperativ u verbalnoj poruci. U takvim slučajevima komunikacija ima za cilj da na neki način djeluje na primaoca, da „apelira“ na njegova osjećanja i misli, da izazove određenu reakciju: „Drugarice, posadimo cvijeće“ (NN, 8.126: 21), „Ukloniti ratne zastave Armije RBiH, to je provokacija“ (NN, 8125: 3), „Turska da iskoristi svoj utjecaj na Prištinu“ (NN, 8125: 15).

*Estetska funkcija* se vidi u metaforici. Najkarakterističnije su figure zamjene metaforičkog i metonimijskog tipa, poređenja, kao i frazeme, npr.: „Vraća se 'na zemlju“ (DL, 7789/7790: 21), „Ališa skinula Federera s trona“ (NN, 8131: 32), „'Ivanov' u Narodnom“ (O, 27.215: 45), „Deveti trijumf 'studentata“ (NN, 8131: 30), „Velečasni Brown opet na svoju ruku istražuje zločine“ (O, 27.209: 40), „Udario junak na junaka“ (DL, 7788: 19) i drugi.

## **Zaključak**

Ako uzmemo u obzir specifičnost žurnalističkog stila – kratkoročnost, dnevno ili sedmično nastajanje, što ostavlja manje vremena za jezičko dotjerivanje, kao i činjenicu da se žurnalistički stil bavi širokim spektrom tema, a svaka tema nameće primjereni jezik koji je prati očekivano, onda možemo kazati da ovaj stil posjeduje određene šablone, ustaljene fraze, veliku frekventnost, u prvom redu anglizama, ali i ostalih riječi stranog porijekla, često korištene stilske figure i sredstva uz poneki izuzetak, kao što je figura poređenja ili gradacije u našem korpusu. „Novine su medij čiji su sadržaji pretežno orijentirani ka vijestima kao novostima ali i ka vijestima kao novinarskom obliku izražavanja. Udio sadržaja koji se odnose na stavove (u obliku komentara, osvrtu, kritika itd.) kao i oglasa, u novinama je znatno manji nego li vijesti dok je i njihov značaj i utjecaj znatno manji nego li sadržaja koji se kategorišu kao vijest“ (Grupa autora, 2016: 22).

Naslovi u novinama su lako uočljivi, imaju posebno pismo, posebno mjesto, posebnu leksičku građu kao i stilski pristup. Primarna uloga novinskih naslova jeste da privuče pažnju čitalaca zbog čega se i pripremaju posebnim pismom, s ključnim riječima, s riječima ekspresivnog značenja, s karakterističnim rečeničnim znakovima i sl. te stoga naslov mora biti i dovoljno privlačan i dovoljno informativan u takvoj mjeri da omogućava daljnje čitanje osnovnog teksta. Naslov je svojevrsni tekst o tekstu, sažetak teksta, njegov graničnik, mjesto uvrtnja teksta te upravo iz tog razloga bitan je i sam izbor stilsko-jezičkih sredstava.

Za stilsko-jezička obilježja novinskih naslova možemo kazati da se uglavnom ostvaruju sve značajke žurnalističkog stila – od upotrebe različitih stilskih i ekspresivnih sredstava, figura i riječi stranoga porijekla do nešto neobaveznijeg odnosa prema normi nego što imaju drugi funkcionalni stilovi. Već smo u uvodu kazali da je žurnalistički stil lepršav, slobodniji te je stoga izuzetno zanimljiv za proučavanje. U naslovnica gotovo svakog broja može se pronaći nekoliko semantičkih figura, najčešće metafore ili metonimije te njihove podvrste, a od sintaksičkih retorička pitanja čija je funkcija privlačenje i zadržavanje pažnje čitaoca da bi se stvorio privid da on učestvuje u odgovaranju, tj. u razmišljanju o problemu. Novinari zamjenjuju značenje jedne riječi drugom prema bliskosti u značenju (metafora) i/ili na temelju

njihove logičke, prostorne ili vremenske povezanosti (metonimija). Naslovi, kao jake pozicije teksta, uvijek su interesantni za analizu, a najfigurativniji se u našem korpusu nalaze u sportskim rubrikama te su stoga ti primjeri najzastupljeniji u radu i oni su, u principu i najkraći, ali gotovo redovno u sebi sadrže neku od ekspresivnih stilskih figura, dok su, naprimjer, naslovi iz rubrika koje tematiziraju politiku, kulturu i različite događaje duži.

Autori članaka nerijetko posežu i za frazemama kao ekspresivnom leksikom zbog njihove slikovitosti kojom se želi pridobiti pažnja čitaoca, što je za novine u doba novih medija od posebne važnosti.

Posuđivanje riječi iz drugih stranih jezika u novijem dobu šireg je zamaha, što je rezultat ekonomskog, kulturnog i političkog povezivanja među narodima. Nijedan jezik u svjetskoj historiji nije doživio ekspanzivnu upotrebu kao danas engleski jezik kojem mnogi pridaju epitet globalnog, svjetskog jezika. Kako je zbog različitih historijskih i kulturno-civilizacijskih razloga engleski postao glavni jezik nauke i diplomatije, saobraćaja i trgovine, računarske tehnologije, sporta i reklame, popularne i potrošačke kulture i interneta, tako se afirmirao u različitim jezicima jezičkim posuđivanjem koje je prvenstveno uočljivo u rječniku. U analiziranom korpusu, kako smo i pretpostavili, najfrekventniji su anglizmi iza kojih slijede latinizmi, a koji se najčešće pojavljuju u sportskoj terminologiji.

Od funkcija naslova izrazito su zastupljene referencijalna (informativna), popularistička, ekspresivna kao i estetska.

Na koncu možemo kazati da ovaj rad otvara mogućnosti za daljnja istraživanja u pravcu figurativnosti u naslovima i podnaslovima različite vrste štampe.

## Izvori

Dnevni list, broj 7788, petak, 27.1.2023.

Dnevni list, broj 7789/7790, subota i nedjelja, 28.1. i 29.1.2023.

Dnevni list, broj 7791, ponedjeljak, 30.1.2023.

Dnevni list, broj 7792, utorak, 31.1.2023.

Dnevni list, broj 7793, srijeda, 1.2.2023.

Dnevni list, broj 7794, četvrtak, 2.2.2023.

Dnevni list, broj 7795, petak, 3.2.2023.

Nezavisne novine, broj 8125, petak, 27. januar 2023.

Nezavisne novine, broj 8126, subota/nedjelja, 28. i 29. januar 2023.

Nezavisne novine, broj 8127, ponedjeljak, 30. januar 2023.

Nezavisne novine, broj 8128, utorak, 31. januar 2023.

Nezavisne novine, broj 8129, srijeda, 1. februar 2023.

Nezavisne novine, broj 8130, četvrtak, 2. februar 2023.

Nezavisne novine, broj 8131, petak, 3. februar 2023.

Oslobođenje, broj 27.209, Sarajevo, petak, 27. januar/siječanj 2023.

Oslobođenje, broj 27.210, Sarajevo, subota/nedjelja, 28. i 29. januar/siječanj 2023.

Oslobođenje, broj 27.211, Sarajevo, ponedjeljak, 30. januar/siječanj 2023.

Oslobođenje, broj 27.212, Sarajevo, utorak, 31. januar/siječanj 2023.

Oslobođenje, broj 27.213, Sarajevo, srijeda, 1. februar/veljača 2023.

Oslobođenje, broj 27.214, Sarajevo, četvrtak, 2. februar/veljača 2023.

Oslobođenje, broj 27.215, Sarajevo, petak, 3. februar/veljača 2023.

## Literatura

- Bagić, K. (2005). Rječnik stilskih figura. Zagreb: Školska knjiga.
- Bašić, M. (2020). Pune ruke posla – frazemi sa somatskom sastavnicom ruka u rječnicima izvornih čakavskih govora. *Filologija*, No. 75, str. 67-97.
- Grupa autora (2016). *Tablodiziranje stvarnosti: metamorfoza dnevnih novina*. Tešanj: Planjax.
- Halilović, S.; Palić, I.; Šehović, A. (2010). Rječnik bosanskoga jezika. Sarajevo: Filozofski fakultet Univerziteta u Sarajevu.
- Halilović, S.; Tanović, I.; Šehović, A. (2009). *Govor grada Sarajeva i razgovorni bosanski jezik*. Sarajevo: Slavistički komitet.
- Idrizović, M.; Jesenković, A.; Knor, V. (1990). Rječnik stranih riječi. Sarajevo: Književna zadruža Drugari.
- Katnić-Bakaršić, M. Gradacija na linku <https://mail.stilistika.org/4-gradacija-i-druge-figure> (datum pristupa 13.04.2023.)
- Katnić-Bakaršić, M. (2007). *Stilistika*. Sarajevo: Ljiljan.
- Klaić, B. (1986). Rječnik stranih riječi. Zagreb: Nakladni zavod.
- Mihaljević, M., Kovačević, B. (2006). Frazemi kroz funkcionalne stilove. *Jezik - časopis za kulturu hrvatskog književnog jezika*, god. 53., br. 1, 1 – 40, Zagreb: Hrvatsko filološko društvo.
- Međeral, K. (2016). Jezične bakterije – pomagači ili štetocine u jezičnome organizmu? *Hrvatski jezik: znanstveno-popularni časopis za kulturu hrvatskoga jezika*, Vol. 3 No. 3.
- Petriševac, D. (2009). Obilježja novinskih naslova. *Hrvatistika*, Vol. 3, No. 3.
- Silić, J. (2006). *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Zagreb: Disput.
- Stevović, I. (2017). Nastanak frazema putem semantičkih figura. *Slavia Centralis*, 10 (2), 67–84. Preuzeto sa: <https://journals.um.si/index.php/slaviacentralis/article/view/877>
- Škaljić, A. (1989). *Turcizmi u srpskohrvatskom jeziku*. Sarajevo: Svjetlost.
- Štrbac, G. (2018). *Frazeologija o čoveku i čovek u frazeologiji*. Novi Sad: Filozofski fakultet.

### **STYLE-LINGUISTIC CHARACTERISTICS OF TITLE IN BOSNIA AND HERZEGOVINA PRESS**

*It seems completely impossible today to imagine life without mass media. The development of modern technologies has made mass media available to everyone. Mass media, in our case the press, sometimes try to interest and excite their users with their sensational headlines, sometimes make them think, and sometimes even entertain. However, it is very important to keep in mind that each medium shapes the message according to its own language, and an integral part of the languages of the mass media are usually different stylistic and linguistic means. Following earlier analyses of journalistic style, this paper will offer a stylistic-linguistic analysis exclusively of titles, as important and recognizable features of journalistic style, whose task is to be particularly effective in provoking the reader's attention and therefore can appear in the form of rhetorical questions, phrases, already established journalistic templates, etc., which reflects their expressiveness.*

*In addition, the analysis of the headlines of daily newspapers from the territory of Bosnia and Herzegovina (Oslobođenje, Nezavisne novine and Dnevni list) confirmed that on the phonetic-phonological level, for example, there is a difference in writing foreign names, i.e. names of clubs, awards, proper names, etc. among these three newspapers, that on the morphological plan, verbs are most often used in the present and future, that the superlative forms of adjectives are often represented, that syntactic, lexical-semantic figures are used that give the title a stronger, stylistically colored meaning - elliptical sentences, metaphor, metonymy with, of course, an unavoidable lexicon of foreign origin where anglicisms and latinisms dominate, along with some words of oriental origin, and among the dominant functions of the titles are referential (informative), popularistic, expressive and aesthetic.*

Keywords: *journalistic style, headlines, stylistic-linguistic instruments, lexic, functions of headlines*