

# Retorička analiza rubrike Fit portala index. hr

---

**Mitrović, Lucija**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:208487>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-08**



*Repository / Repozitorij:*

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

Lucija Mitrović

**RETORIČKA ANALIZA RUBRIKE “FIT”  
PORTALA INDEX.HR**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb

Rujan, 2024.

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

**RETORIČKA ANALIZA RUBRIKE “FIT”  
PORTALA INDEX.HR**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc Boris Beck  
Studentica: Lucija Mitrović

Zagreb

Rujan, 2024.

**Sveučilište u Zagrebu**

**Fakultet političkih znanosti**

**Diplomski studij novinarstva**

### **Izjava o autorstvu diplomskog rada**

Izjavljujem da sam diplomski rad pod nazivom: „Retorička analiza portala Index.hr rubrike „Fit“, koji sam predala na ocjenu mentoru izv. prof. 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 poštovala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

---

Lucija Mitrović

## SADRŽAJ

1.	Uvod.....	1
2.	Novinarstvo i medijalizacija .....	2
2.1.	Publicistički stil.....	2
2.2.	Novinarski žanrovi.....	3
2.3.	Definicija i povijest retorike .....	4
2.4.	Tekst.....	5
2.5.	Tekst i diskurs .....	5
2.6.	Jezik medija .....	6
2.7.	Medijalizacija.....	6
2.8.	Index.hr.....	7
2.9.	Lifestyle novinarstvo .....	7
2.10.	Strategije uvjeravanja.....	8
2.11.	Argumentacijske strategije.....	10
3.	Tekstne vrste i mamilice .....	12
3.1.	Clikbait.....	12
3.2.	Persuazija i mamilice .....	14
3.3.	Tekstna vrsta kritičkog osvrta i persuazija.....	14
3.4.	Proceduralna i instrukcijska tekstna vrsta.....	15
3.5.	Izveštajna tekstna vrsta .....	16
3.6.	Dnevnička tekstna vrsta .....	16
3.7.	Tekstna vrsta davanja primjera .....	17
3.8.	Ekspozitorna i deskriptivna tekstna vrsta .....	18
3.9.	Responzivna i poetska tekstna vrsta .....	19
3.10.	Naracija.....	20

3.11.	Pripovijedajuća tekstna vrsta .....	21
3.12.	Diskusija, komparacija i kontrast.....	23
3.13.	Transakcijska tekstna vrsta .....	25
4.	Topos autoriteta stručnjaka rubrike „fit“ portala index.hr .....	27
5.	Topos autoriteta uzora i celebrity uloga u rubrici „fit“ portala index.hr.....	33
6.	Teme mentalnog zdravlja u rubrici „fit“ portala index.hr.....	37
7.	Izještavanje o temama vezanim za zdravlje.....	42
8.	Topos suprotnosti i argumentativna tekstna vrsta u naslovima sa superlativima „ najgora“ i „najbolja“ portala index.hr rubrike „fit“ .....	44
9.	Zaključak.....	47
	Literatura.....	49
	Sažetak .....	55
	Summary.....	56

## 1. UVOD

Tema je ovog rada retorička analiza koja se nalazi u rubrici „Fit“ na portalu Index.hr. Rad će koristeći kvalitativnu metodu istraživanja proučavati tekstne vrste kojima su napisani članci rubrike „Fit“ jednog od najpoznatijih online medijskih portala u Hrvatskoj. Članci koji će se pronaći u radu objavljeni su na Indexovom portalu u periodu od studenog 2023. do srpnja 2024. Struktura rada u svom glavnom dijelu sadržavat će tri veća poglavlja, unutar kojih će se nalaziti potpoglavlja. Veća poglavlja koja će se pronaći u ovom radu su: tekstne vrste, strategije kojima se koriste članci rubrike „Fit“ portala Index.hr te poglavlje o „Clickbaitu“, trivijalizaciji i senzacionalizmu koji su uočeni u nekim člancima. Portal Index. hr predstavlja jedan od najčitanijih portala u Hrvatskoj te kao takav sadrži i obrađuje velik broj različitih tema od kojih se pod odjeljkom „Magazin“ nalaze rubrike koje prenose tzv. „soft news“ čije su teme praćene kao i ozbiljen i teške vijesti. Teme koje se tiču zdravlja, prehrane, vježbanja i unaprjeđenja životnog stila, posljednjih su godina doživjele ekspanziju ispraćenosti, stoga analiza ovakvih članaka kao i stila pisanja istih posebno zanimljiva za istražiti. analizirajući način pisanja ovih članaka, odnosno uvida u tekstne vrste i značajke koje ih karakteriziraju, čitatelj koji posjeduje takvo znanje može puno bolje kritički sagledati sadržaj koji mu je plasiran. U radu su prikazane i strategije koje novinari koriste kako bi svoje članke doveli do veće čitanosti pa tako sa znanjem o strategijama koje se koriste pri kreiranju online članka, rad doprinosi razvijanju medijske pismenosti čitatelja. S druge strane, online novinarstvo donijelo je i pojavu „Clickbaita“ zbog koje je novinarska profesija posljednjih godina na lošem glasu. Više klikova danas znači više profita, međutim pod cijenu gubitka vjerodostojnosti i kredibiliteta kod svojih čitatelja, takva praksa na duge staze ne pogoduje novinarstvu. Svrha je ovog rada istražiti još nedovoljno istražene tekstne, strateške sustavnosti u kratkim novinarskim formama te prikazati „Clickbait“ u člancima i njegove zakonitosti.

## **2. NOVINARSTVO I MEDIJATIZACIJA**

Online novinarstvo zaživjelo je kasnih devedesetih i ranih 2000. Prema nekim istraživanjima početkom devedesetih zabilježeno je tek 14% korisnika u SAD-u koji su imali pristup internetskoj konekciji. Iznenadujuće velik skok korisnika zabilježen 2002. njih čak 62% upotrebljavali su Internet. U Hrvatskoj je prvi zabilježeni online medij bio HRT koji je djelovao već od 1994 “Najveći pomak kod online medija bio je pokretanje web stranice Izbori.net (<http://www.izbori.net>) u rujnu 1999. godine. Niti jedan online medij do tada nije postao tako popularan i utjecajan” (Brautović, 2010: 31).

Prvi veliki skok online medija u Hrvatskoj zbio se za vrijeme 2000., a već 2003. online mediji počeli su konkurirati klasičnim medijima. Bitan se trenutak za Internet novinarstvo u Hrvatskoj zbio Index-ovim raskrinkavanjem jedne ljubavne afere: “Jedan od prijelomnih trenutaka za hrvatske online medije dogodio se kada je Index.hr objavio da u posjedu ima amaterski porno uradak hrvatske pop pjevačice Severine Vučković” (Brautović, 2010: 33).

Godine 2011. u Hrvatskoj je zabilježeno 250 online medija.

### **2.1. Publicistički stil**

Publicistički stil pisanja stil je javne komunikacije te se koristi u govornim medijima kao i u pisanim medijima. Njime se najčešće koriste novinari i publicisti: “Publicistički stil može biti i jest sve od vijesti do feljtona, od kakvog novinskog izvještaja do filmske kritike ili polemike” (Gojević, 2009: 23). Publicistički se stil smatra za najsloženiji funkcionalni stil hrvatskog jezika. Uz novinarsko- publicistički stil postoji još četiri funkcionalna jezična stila koja pripadaju standardnom hrvatskom jeziku. Naime, radi se o: znanstvenom, administrativno- poslovnom, razgovornom i književno-umjetničkom stilu.

Publicistički se stil može podijeliti na nekoliko podstilova: publicistički stil u užem smislu i njemu pripada ozbiljnije analitičko novinarstvo. Zatim književno publicistički stil kojem pripadaju: putopisi, reportaže i kritike. Znanstveno-popularnom publicističkom podstilu pripadaju: knjige, feljtoni kritike, dok memoarskom podstilu pripadaju: sjećanja, uspomene i dnevnic. Publicistički stil sadrži ustaljene izraze koji se nazivaju žurnalizmi: „Riječi za žurnalizme novinarski stil crpi iz



politike, sociologije, ekonomije, prava, vojnih disciplina i dr., a ovo su samo neki od njih: zahlađeni odnosi, neriješeno pitanje, ključno pitanje, nacionalni interes, nepobitne činjenice, pokrenuti proizvodnju“ (Gojević, 2009: 26).

Najčešće stilske figure koje se vezuju uz publicistički stil jesu: formalna sredstva, stilske figure kojima pripadaju: poredba, metafora, metonimija, alegorija, simbol, aluzija, antifraza, antiteza, kontrast, paradoks, emfaza, hiperbola, antonomazija, eufemizam, ironija, litota, perifraza i igra riječima .

## **2.2. Novinarski žanrovi**

Tipovi članaka u novinarstvu mogu biti: vijest, komentar, kroniku, recenziju, intervju, anketu i reportažu, feature, portrete, kolumne, eseje. U novinarske vrste se također ubrajaju: izvještajno novinarstvo, kulturalno novinarstvo, celebrity novinarstvo, istraživačko novinarstvo, gonzo novinarstvo i građansko novinarstvo. Jezična su sredstva koje koriste ovi žanrovi neutralna, dok se ekspresivna jezična sredstva koriste kod: koserije, kratke priče, humoreske, eseja, feljtona, parodije, groteske, lakrdija, nekrologa, panegirika, persiflaža i pamfleta. Na nastanak medijskih žanrova velik je utjecaj imala kazališna i filmska umjetnost.

„Složeni medijski i televizijski žanrovi su takvi žanrovi u kojima princip sukcesivnog diskursa zamjenjuje princip simulaniteta i totaliteta ekspresije. Naime, pismoslovni tekstoslovni izraz nužno mora bogatstvo života i doživljaja nastavljati u male jedinice koje linearno reda po nekoj logici. Time se prenose kognitivne karakteristike informacije, , ali ne i njene mobitovske i hubitovske vrijednosti“ (Plenković, 1993: 184).

### 2.3. Definicija i povijest retorike

Retorika je govornička vještina te podrazumijeva umijeće govorenja i teoriju govorenja. „Logičnom argumentacijom retorika stavlja slušatelja u fokus i od govornika zahtijeva odgovornost, iskrenost i vjerodostojnost“ (Prgomet, 2019: 3 prema Škarić 2000: 28).

Neki ju smatraju sredstvom manipulacije, dok za druge ona predstavlja važnim sredstvom komunikacije. Retorika je nastala u antičkoj Grčkoj gdje su se održavala govornička natjecanja na temu političkog života. Sam Platon razlikovao je dvije vrste retorike. „Ona uzima različita govorna izražajna sredstva, osvještava ih, oplemenjuje i upotrebljava čineći od pravog prirodnog govora umjetan govor, ali još realniji autentičan govor“ (Prgomet, 2019: 3 prema Škarić 2000: 28).

Naime, loša ili manipulativna retorika je ona koja iskrivljuje istinu te ovu teoriju o lošoj retorici možemo primijeniti na online medije koji plasiraju senzacionalističke naslove. Druga vrsta retorike po Platonu je dobra retorika ili dijalektička retorika koja pomaže istini, takvoj bi retorici novinarstvo i svaki novinar trebao težiti. Rimski govornik Ciceron jedan je od prvih koji je ponudio definiciju retorike koja je glasila: „znanost o dobru izražavanju“.

U doba humanizma i renesanse u prostorima samostanskih se knjižnica otkrivaju spisi o retorici iz doba Antike te se proučava i tumači Božja riječ, Erazmova katolička i Calvinova protestantska retorika. Nakon što je utjecajem Pierre de la Rameea retorika proučavana samo kao stilsko sredstvo dijalektike, retorika je u doba Francuske revolucije izložena kritici te otišla u povijest te biva zamijenjena filologijom.

Nova se retorika pojavila 60ih godina prošlog vijeka, međutim argumentacijska se logika probila tek četrdesetak godina kasnije stupanjem na scenu globalne medijske kulture. Ta je racionalnost vezana uz logiku stvarne komunikacijske prakse i kritičkog mišljenja u kojem istina nije unaprijed dana u logičkim zakonima, nego je rezultat uvjeravanja sugovornika i njegova pristanka uz argumente navedene u raspravi“ (Oraić Tolić, 2021: 81).

## 2.4. Tekst

Tekstom u lingvističkom smislu podrazumijeva se najviša organizacija jezičnog iskaza. Svojstvo koje razlikuje tekst od ne-tekst naziva se tekstualnost, a svojstva tekstualnosti nazivaju se kohezija i koherencija. Koherentnost teksta označava logički odnos u tekstu, dok je kohezija fokusirana na aspekt formalnosti u tekstu. „Oba aspekta imaju jasne lingvističke indikatore, kod referencijske koherencije to su anaforički odnosi kao npr. zamjenice, a kod relacijske konektori i drugi leksički markeri“ (Šaina, 2016: 27). Disciplina koja izučava znanost o tekstu naziva se tekstologija. Širi pojam teksta obuhvaća sve što se može čitati: novine, stripovi, umjetnička književnost, ali također ples, film, umjetnička djela i slike, u širem smislu pripadaju tekstu. „U proučavanjima tekstova to znači da se dogodio pomak prema shvaćanju teksta kao interaktivno, pragmatički i kulturalno određenom fenomenu, što znači pomak prema ostalim disciplinama i njihovo uključivanje u tekstološka istraživanja“ (Šaina 2016: 16). Tekst mora sadržavati jedinstvenu tematsku strukturu. Disciplina koja se bavi proučavanjem teksta jest lingvistika teksta i ona je podgrana lingvistike. Zadaća je ove discipline da promatra razlike između pojedinih jezičnih elemenata, odnosno izgradnju odnosa u tekstu.

## 2.5. Tekst i diskurs

Različiti tipovi teksta upotrebljavaju se u različitim značenjima, odnosno tada govorimo o diskursu. Diskurs je produkt interaktivnog procesa društva. Disciplina diskursa koristi se za konverzacijsku interakciju, proučavanje antropoloških i spoznajnih znanosti te lingvistike.

„Pretečom analize diskursa smatra se tekstna lingvistika ili lingvistika teksta, koja je za razliku od analize diskursa primarno usredotočena na tekst, a ne na sudionike komunikacije. Tekstna lingvistika pristupa tekstu kao osnovnoj i početnoj točki jezične analize, pomičući fokus s rečeničnoga iskaza i međurečeničnih veza na sam tekst i njegova obilježja, tj. na njegovu tekstualnost“, ( Lukić, 2022: 2 prema Jurčević, 2021: 73)

Diskurs nadilazi gramatiku, ali i semiotiku. Diskurzivan struktura podrazumijeva: ideje, mišljenja, načine razmišljanja i ponašanja u nekom kontekstu. Odnos je moći i diskursa recipročan te oni ne mogu funkcionirati jedno bez drugog. Medijski diskurs produkt je javnog komuniciranja, dok je novinarstvo oblik javnog komuniciranja.

„Medijski tekstovi obično imaju aktere ili sudionike događaja. Oni daju izjave koje novinari zatim prenose. Glagoli koje novinari koriste da bi prenijeli njihov govor otkrivaju kako su aktere doživjeli ili kako žele da ih javnost doživi“ (Hanžek, 2023: 22).

## **2.6. Jezik medija**

Jezik kojim se mediji služe naziva se publicistički ili novinarski funkcionalni stil. Karakteristike su ovog stila da se koristi i u pisanim te i u govornim medijima, primjerice na radiju. Ovakav je stil okarakteriziran kao stil koji je bliži općem standardu od književnoumjetničkog i razgovornog stila, ali se ipak razlikuje od administrativnog i znanstvenog stila. Jezik medija ima ujedno i velik utjecaj na obrazovanje. Prema Sapunar Knežević i Togonal (2012: 5-6.) nijedan se subjekt kojem je jezično obrazovanje primaran cilj ne može mjeriti s utjecajem jezika medija. Elementi razgovornog stila najčešće se javljaju u časopisima za mlade, časopisima koji pišu o modi, glazbi ili slavnim osobama. Znanstveni se stil u novinarstvu može pojaviti u okviru neke reklame, ili konkretno u specijaliziranim časopisima kao što su časopisi za zdravlje, sportski časopisi, nautički časopisi pa čak se može pojaviti i u časopisima o uređenju doma. Bitno je istaknuti kako je upotreba znanstvenog stila, povezana s pisanjem u svrhu predstavljanja određene struke.

## **2.7. Medijalizacija**

Medijalizacija je najznačajnija promjena koja se dogodila u medijskom društvu. “Kao teorija koja je usmjerena na analizu promjena u društvu i koja naglašava da nije medio-centrična, medijalizacija se prirodno okreće sociološkim teorijama u potrazi za širim okvirom za analizu društvenih promjena“ (Peruško, 2019: 168). Ona je započela prvenstveno u politici gdje je

odjednom političarima postalo bitnije da se vodi briga o medijskoj logici, nego li o političkoj. Laički rečeno, političari se više ne obraćaju građanima, već medijima. „Medijizacija politike očituje se kroz prevladavanje medijske logike u kojoj se uokvirivanje događaja i aktera više ne vodi logikom politike, nego komercijalnom logikom medijskih industrija“, (Peruško, 2019: 175). Medijizacija obuhvaća medijske procese kao što su proces frameinga, odnosno uokvirivanja ili udešavanja.

## **2.8. Index.hr**

Index.hr online je medij koji se razlikuje od drugih online medija po tome što nije pokrenut od klasičnih medija, niti od strane velikih tvrtki. Grbeša i Volarević (202: 625) navode u svom radu kako je Index.hr tabloidni portal kojeg karakterizira snažna oponentnost. Vrlo se brzo izborio za svoju poziciju među online medijima na način da je raskrinkavao brojne afere, što mu mnogi zamjeraju okarakterizirajući ih kao isforsiranim aferama. Također mu se pripisuje i činjenica da je otkrivanjem afera doveo do popularizacije interneta kao izvora novosti u Hrvatskoj. Index. Hr u početku je bio zamišljen kao stranica za prikupljanje vijesti iz: Hrvatske, Srbije, Slovenije te Bosne i Hercegovine, međutim zbog ubrzanog skoka popularnosti ubrzo su postali samostalna medijska organizacija. Gledano s političkog aspekta, Index.hr nazivaju liberalan, neovisan i opozicijski portal.

## **2.9. Lifestyle novinarstvo**

Lifestyle novinarstvo zauzima značajan prostor u svijetu online medija. Vrlo često zbog tema kojima se lifestyle novinarstvo bavi, pripisuje mu se etiketa „neozbiljnog novinarstva“ za razliku od „hard“ novinarstva u kojem se novinari bave temama poput politike, gospodarstva pa sve do ratova i sukoba.

„Lifestyle portali su temeljeni na interesima i aktivnostima, za razliku od portala koji prenose dnevna događanja, a koji su temeljeni upravo na vijestima i koji ne uključuju emocije u tekstove jer im je svrha samo informiranje“ (Radić 2021: 8).

Sociološki gledano „meke“ vijesti imaju bitnu ulogu u modernim društvima, a teme poput kulture, njege, kuhanja, zdravlja, mode, uređenja interijera i uređenja eksterijera, važne su jer putem njih

je moguće mobilizirati društvene promjene. Kada uzmemo u obzir podatke jednog globalnog istraživanja koje je došlo do rezultata u kojima čak trećina globalne populacije izbjegava vijesti, prvenstveno one negativne i uznemiravajuće za čovjeka i njegovu psihu, medijima ne preostaje mnogo izbora, nego li se okrenuti „laganijim“ i „mekim“ temama kako bi stvorile profit. Dapače, lifestyle novinari ponekad i ne posjeduju novinarsku struku, već se samo radi o pojedincima koji su dobri u određenoj domeni, primjerice kuhanju ili modi. Neke od karakteristika lifestyle novinarstva su : neposrednost, interaktivnost, multimedijalnost, nelinearnost i arhiviranost.

## **2.10. Strategije uvjeravanja**

Mediji i novinari koriste se raznim strategijama kako bi privukli što brojniju publiku, a nerijetko imaju značajnu ulogu u kreiranju javnog mišljenja. Moć persuazije ne pripada samo PR-ovcima, već je od velikog značaja i novinarima. Persuazije se definiira kao oblik komunikacije u kojem osoba uz pomoć argumenata, nagovaranja i davanja sugestija ima namjeru promijeniti stavove, vjerovanja, ali i potaknuti nekoga na djelovanje.

„Možemo ju definirati i kao razvojnu komunikacijsku aktivnost u kojoj jedan komunikator nastoji uvjeriti drugoga da oblikuje, potvrdi ili promijeni svoje reakcije i mišljenje te podupre njegove ili stvori nove navike prema određenom objektu ili skupini objekata, pri čemu uvjeravatelj koristi uvježbana planirana verbalna i neverbalna ponašanja“ (Markan, 2018: 6 prema Reardon, 1998: 114-116).

Dolaskom Internet doba, ljudska je pažnja svedena na minimum iako je sadržaja koji se nudi, nikad više. Praktički, portali se natječu za pozornost čitatelja pa samim time pribjegavaju i strategijama zbog kojih će upravo njihov portal i njihov članak biti među čitanijima.

Prema Oraić Tolić (2021) tri drevne retoričke tehnike koje tekstovi mogu sadržavati nazivaju se: kairos, stasis i topos. Kairos stoji za retoričku tehniku uočavanja problema. Stasis je tehnika postavljanja pitanja, odnosno kako autorica kaže stasis predstavlja laički gledano brainstorming.

Toposi su retorička tehnika koja stoji u pozadini, a podrazumijeva pronalaženje i poznavanje izvora.

„Topike, opća mjesta ili teme u klasičnoj su retorici s jedne strane univerzalne sheme logičkog razmišljanja koje omogućuju i vode argumentaciju (opći toposi) ili teme o kojima se može raspravljati na pojedinim područjima (posebno toposi u sudskome, političkome i svečanom govoru). S druge strane to su građa podaci, činjenice, ideje koje služe kao dokazi u procesu argumentacije, odnosno „mjesta“ gdje se ti podaci i činjenice nalaze (eksterni toposi)“, (Oraić Tolić, 2021: 186).

Razlikuju se četiri kruga toposa i četiri vrste topika. Pod četiri kruga toposa ubrajaju se: opći retorički toposi, opći toposi znanstvene racionalnosti, posebni toposi pojedinih znanstvenih područja, polja i grana te vanjski ili eksterni toposi. Općim retoričkim toposima smatraju se: definicije, usporedbe, uzrok-posljedica, veće manje, prošle- buduće činjenice. Opći toposi znanstvene racionalnosti kao što i sam naziv govori, podrazumijevaju strategije, tehnike i metode koje se koriste u znanstvenom diskursu. Posebni su toposi pojedinih znanstvenih područja, polja i grana karakteristični samo za onu instituciju u kojoj su korišteni. Vanjski ili eksterni toposi izvori su iz kojih se crpe topike, odnosno teme. Primjerice u akademskom su smislu to građa i literatura.

Još jedna od strategija korištenih u člancima portala Index.hr rubrike „Fit“ jest pozivanje na autoritete, odnosno u primjeru navedenih članaka njihovi naslovi sadrže pitanja: Zašto nešto trebamo učiniti jer se upućuje na određen autoritet koji to nalaže. Primjerice naslov: „Dijetetičarke: ako imate više od 60 godina prestanite jesti ovu hranu“, „Nutricionistica: Ne pretjerujte s malinama, mogu uzrokovati želučane tegobe“, „Nutricionisti: Ako želite zdravlje srca i vitku liniju, ograničite tri pića“.

Lukić (2022) prema Van Leeuwen (2008) razlikuje šest domena iz kojih autoritet može potjecati. To su domene: osobni autoritet, autoritet stručnjaka, autoritet uzora, neosobni autoritet, autoritet tradicije, autoritet konformizma.

U člancima rubrike „Fit“ portala Index.hr, primijećeno je kako se najčešće radi o autoritetu stručnjaka koji predstavljaju profesije poput trenera, nutricionista, liječnika, dijetetičara:

„Autoritet stručnjaka u diskursu može se prepoznati po subjektu kojeg predstavlja određeni stručnjak i predikatu koji se sastoji od glagola kojim se označava neka mentalna ili verbalna radnja“ (Lukić: 2022: 13).

Autoritet uzora ukoliko se radi o slavnoj личности ili sportašu koji posjeduje ogroman karijerni uspjeh:

„Autoritet uzora očituje se u slijeđenju primjera nekoga koga se smatra uzorom ili vođom. Često su to vršnjaci koji se ističu u grupi prijatelja ili neke medijski poznate osobe čija se ponašanja i stilovi kopiraju. Autoritet uzora u diskursu često prepoznajemo po epitetima koji im se pripisuju (npr. mudar, iskusan, pametan, cool i slično)“ (Lukić: 2022: 13).

### **2.11. Argumentacijske strategije**

Argumentacijske strategije stoje za sinonim klasičnih retoričkih topika. Najčešće interne topike su: definicija, dioba i klasifikacija, naracija, opis, nabranje, usporedba i kontrast, analiza ocjenjivanje, uzrok i posljedica, dopuštanje i pobijanje te eksterna topika svjedočanstva i citiranja.

Ove su tri argumentacijske strategije primijećene u člancima portala Index.hr:

Usporedba i kontrast argumentacijska je strategija koje su zapažene i na portalu Index. hr pri retoričkoj analizi rubrike „Fit“ te se ova strategija svodi na usporedbu pojava prema njihovim sličnostima i razlikama.

Uzrok i posljedica kao argumentacijska strategija također su uočene u rubrici „Fit“ portala Index. hr. Ova strategija najčešće se koristi prilikom analiziranja pojava i rješavanjem kontroverznih pitanja. „Dok definicija odgovara na pitanje : Što je što?, uzrok i posljedica odgovaraju na pitanje: Zašto je što?“ (Oraić Tolić 2021: 320).



Dopuštanje i pobijanje snažna je argumentacijska strategija pri čemu se kako kaže Oraić Tolić (2021) logička argumentacija isprepliće sa argumentacijom karakterom i poziva se na emocije publike, odnosno čitatelja. Ova je strategija primijećena pri analizi rubrike „Fit“ portala Index.hr.

### 3. TEKSTNE VRSTE I MAMILICE

Tekstne vrste u lingvistici promatraju se kao jezična djelatnost proizašla iz socijalne interakcije neke skupine ljudi. Paralelno kako se mijenja kontekst socijalne interakcije, s njime dolazi i do izmjena u tekstnim vrstama. „Tekstne su vrste, dakle, jedinice koje povezuju kognitivne, komunikacijske i djelatne aspekte i oblik su socijalne prakse“, (Fluminesia 102: 2005 prema Ivanetić 2003: 4). Oni tekstovi čija je uloga izvijestiti primatelja poruke informacijama nazivaju se asertivi. Druga je tekstna vrsta izvješće te se ovdje tekst bazira na gramatičkim točnim i jasnim činjenicama.

#### 3.1. Klikbait

Doslovno prevedeno s engleskog jezika, riječ „Klikbait“ označavala bi senzacionalističke naslove čija je glavna svrha prezentirajući pogrešne informacije, privukla pozornost čitatelja. „Što se tiče online medija, naslovi su njima „većinom jedino što korisnik vidi prije nego što otvori cijeli sadržaj“ iz čega se zaključuje da će „dobar naslov privući pažnju korisnika i potaknuti ga da klikne na poveznicu“ (Beck, Kanižaj, Lechpammer 2021: 89 prema Bratulović 2011: 70). Ono što je moć persuazije u odnosima s javnošću, manipulacija kojom se služe online mediji jest „Klikbait“. Povijest je „mamilica“ duža, nego li sama pojava online novinarstva pa se tako začeci „Klikbaita“ smatraju pojavom žutog novinarstva, samo što se tada prodavala tiskana novina, a ne online članak na Internetu. Svrha je korištenja naslova koji su senzacionalistički, pogrešni i sadrže „Klikbait“-profit. Više klikova na članku, više novca od zarade online oglasa.

U današnje vrijeme nitko od nas nije imun da klikne na članak čiji naslov izaziva u nama stanje šokiranosti i iznenađenosti, međutim ipak treba uzeti u obzir da vrlo vjerojatno ukoliko doživimo naslov na takav način, sigurno je riječ o „Klikbaitu“. Vrlo brzo nakon što krenemo čitati takav članak možemo uvidjeti kako je riječ o obmani. Portali se koriste raznim psihološkim trikovima kojima bi privukli čitatelje te pomno biraju riječi koje će biti idealan mamac. Najčešće se obraćaju čitatelju, odnosno pišu u drugom licu.

„U njima se poticaj na čitanje očituje u hiperbolama (najveći, najskuplji), imperativima (pogledajte, nećete vjerovati), priložima šokiran, imenicima (u šoku),

pridjevima (šokantno), usklikima (evo), deiktičnim riječima (ove, ovo), metaforama (kraj ljubavi). Ključna je informacija u naslovu zatajena mora se „kliknuti“ kako bi se saznala, ali se ipak u konačnici saznanje kada čitatelj otvori članak i njegova su očekivanja ispunjena“ (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 92).

Također, naslovi članaka koji sadrže „Clickbait“ često sadrže caps-look aludirajući na bitnost informacija u članku. Clickbait naslovi često zataje određene informacije što je još jedan od korisnih načina kako ih prepoznati i izbjeći. Prema Beck, Kanižaj i Lechpammer (2021) postoji ukupno deset načina manipulacije, a to su : clickbait koji nije istinit, prikrivanje mjesta događaja, prikrivanje vremena događaja, zabluda oko sudionika događaja, polisemija, anominacija, metaforizacija, hiperbolizacija, kondicionalna vijest, posve neistinit naslov. Neki od načina manipulacije svoje uporište imaju u lingvistici. Polisemija se definira kao višeznačje i kao takva za kreiranje „Clickbaita“ osigurava novinarima intrigantan naslov. Anominacija pripada stilskim figurama riječi, odnosno tropima te ona u naslovima djeluje tako da se ne spominje osobno ime osobe, već se koristi značenje koje ta imenica ima kao opća. Metafora je također stilski figura kojom su često napisani „Clickbait“ naslovi.

„Povezujući različita područja, metafora reorganizira naše viđenje svijeta, pokreće imaginaciju, obogaćuje percepciju, a iskazu priskrbuje neposrednost i slikovitost. Sastavni je dio svih poraba jezika – od razgovornog preko medijskog do pjesničkog diskurza“ (Bagić, 2021: 187).

Hiperbola pripada figurama misli i koristi se u svrhu preuveličavanja kako bi se kod čitatelja naglasilo emotivno stanje, primjerice stanje šoka. „Clickbait“ korišten je više u lifestyle temama, ali neki se portali služe njime kada pišu o političkim i ekonomskim temama čime određeni portal prezentira neprofesionalnost i neodgovornost.

Forma pitanja i nepotpune tvrdnje također su neke od karakteristika „mamilica“ u naslovima koje ukoliko ih primijetimo i želimo preduhitriti obmanu klikanja na članak, vrijedi upamtiti. Pitanja koja se postavljaju najčešće su retorička. Nepotpune tvrdnje osmišljene su tako da u čitatelju izazovu radoznalost zbog koje će kliknuti na članak, primjerice: “Otvorila je vrata, a onda se dogodilo ovo...“.

### **3.2. Persuazija i mamilice**

Primjer persuazivne tekstne vrste istaknut je Indexovom članku naslova: „Tri namirnice koje su odlične za zdravlje crijeva i probavu, prema nutricionistima“. Argumentacijski, odnosno persuazivni tekst po svojoj definiciji ima namjeru uvjeriti i usmjeriti čitatelja ideji koju ovakav tekst zagovara. Persuazivni se tekst sastoji od činjenica, statistika, dobro razrađene argumentacije, kao i primjer iz stvarnog života. Po pravilu persuazivni bi tekst morao biti logičan i utemeljen na dokazima. U svojoj strukturi tekst je započet određenom tezom kojeg prate argumenti za potvrdu te teze. Svaki izdvojeni paragraf predstavlja dokaz koji potvrđuje tezu koju tekst zastupa. U zaključku se obično sumiraju svi argumenti kako bi u čitatelju izazvali poriv na akciju, odnosno promjenu.

Konkretno, gore navedeni Indexov tekst u svom uvodnom dijelu započinje općenito s činjenicama o važnosti hrane bogate vlaknima, a zatim slijedi znanstvena potkrepa teksta gdje se navode znanstvenici, odnosno nutricionisti i dijetetičari koji tekstu daju notu vjerodostojnosti. Zatim su u tekstu navedene konkretne namirnice bogate vlaknima kao i njihova nutritivna svojstva koja će poboljšati probavu. Navedeni tekst nije imao zaključak u kojem bi se zaokružila ideja o promicanju konkretnih namirnica bogatih vlaknima. Radi se o „Clikbaitu“ jer u naslovu nisu spomenute koje su namirnice, već se čitatelja navodi da klikne. Korištena je argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

### **3.3. Tekstna vrsta kritičkog osvrta i persuazija**

Sljedeći članak naslova: „Nutricionistica otkrila koje tri namirnice nikad ne bi pojela“ objedinjuje nekoliko tekstnih vrsta koje možemo uočiti. Prva je tekstna vrsta koju nam i sam naslov daje naslutiti jest: kritički osvrt. Kritički osvrt kao tekstna vrsta odnosi se na tekstove koji u svojoj svrsi imaju kritički izanalizirati i intepretirati uz pomoć evaluacije, mjerljivih i uz to znanstveno dokazanih činjenica ideju autora. Stuktura teksta je sljedeća: u uvodu se ističu ključni podaci, u

tijelu se evaluiraju podaci, dok se u zaključku sažima osvrt autora. Index-ov tekst u uvodu sadrži informaciju kako je navedena nutricionistica ujedno i autorica tri kategorije hrane i pića koje je sama kreirala na osnovu znanstveno utvrđenih činjenica. U tijelu članka nalaze se tri izdvojena paragrafa u kojem svaki sadrži opis jedne namirnice koju autorica ne bi konzumirala, a zatim slijedi znanstveni uvid zašto ih ona ne bi konzumirala.

U navedenom je članku također vidljiva argumentacijska strategija naziva: „Uzrok i posljedica“. U ovakvim je tekstovima primarno cilj da tekst prikaže moguće posljedice određenih djelovanja. Tekst mora biti jasno napisan kako čitatelja ne bi dovodio u nedoumicu. U svojoj strukturi tekst je obično započet objašnjenjem situacije zbog ili razloga koji uzrokuju moguće posljedice. Zatim slijede rezultati, a u zaključku se ističe glavna ideja autora. Konkretno, navedeni tekst ima neke od ovih elemenata, gdje su vidljive moguće posljedice konzumacije određenih namirnica, međutim uvod je vrlo kratak i ne sadrži sve informacije koje potkrepljuju svrhu teksta uzroka i posljedica, dok zaključak uopće nije naveden. Budući da tekst predstavlja gledište navedene nutricionistice, uočeni su i persuazivni elementi. U ovom se članku također radi o „Clikbaitu“.

### **3.4. Proceduralna i instrukcijska tekstna vrsta**

Sljedeći članak Index-ova portala naslova: „Osobni trener otkriva dvije najbolje vježbe za zatezanje mišića“. Članak promatran kao tekstna vrsta sadrži elemente: proceduralne i instrukcijske tekstne vrste. Instrukcijska tekstna vrsta po svojoj je definiciji zaslužna da osigura čitatelju instrukcije, odnosno smjer kako nešto učiniti. Često su takvi tekstovi podijeljeni po koracima kako da se postigne određeni cilj. Stil takvog teksta nije da uvjeri, već da čitatelju pruži činjenice. Jezik je ove tekstne vrste direktan i nedvosmislen. Struktura ovakvog teksta je sljedeća; tekst započinje pregledom na cilj i kako bi na kraju trebao izgledati, a zatim slijedi vodič kako kroz korake postići željeni rezultat. Proceduralna je vrsta teksta vrlo slična instrukcijskoj vrsti teksta jer je i ona dizajnirana da čitatelju pruži vodič do nekog cilja. Jezik je u takvom tekstu nedvosmislen, direktan i mora jasno komunicirati svoju poruku. Strukturalno je identičan instrukcijskom, uz to što proceduralni tekst sadrži i zaključak koji ima i moguća upozorenja. Navedeni je članak objedinio ove dvije tekstne forme. U uvodu članka autor teksta daje informacije o važnosti jakog trbušnog zida, a zatim navodi identitet trenera koji pruža ove informacije.

Središnji je dio teksta podijeljen na dva dijela, odnosno na dvije vježbe po preporuci trenera. Prva je vježba koja se spominje „Plank“ ili izdržaj na laktovima te kako izvoditi i koliko izvoditi vježbu kao i sve njegove beneficije. Druga je vježba ruski twist koji cilja kose mišiće, a u tekstu dalje su osigurane informacije na koji način i koliko dugo izvoditi vježbu. Autor članka nije ponudio nikakav zaključak teksta, ali ispod svake vježbe ponuđeni su YouTube video zapisi izvođenja vježbi. Članak sadrži „Clikbait“ kao i argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

### **3.5. Izvještajna tekstna vrsta**

U članku naslova: „Policajka Jelena pobjednica je utrke Pelješkim mostom u ženskoj kategoriji“ prepoznate su dvije tekstne vrste. Naime, radi se uobičajenim tekstnim vrstama u novinarstvu, a to su: izvještajna i novinarska. Ove su dvije vrste također dosta slične. Izvještajna tekstna vrsta ima za svrhu predstaviti čitatelju informacije o subjektu koji može biti živo ili neživo biće, ili nekakav događaj. Stil je ovakvog teksta objektivn, sadrži činjenice, statistike i specifične informacije vezane za subjekt članka. Tekst je strukturiran tako da započinje kratkim pregledom teme, a onda slijede odlomci s podnaslovima u kojima se pokrivaju svi aspekti teme. Novinarski tekst uz direktan i objektivn stil sadrži i formu obrnute piramide gdje su najbitnije informacije prikazane po strukturi odgovora na pet W pitanja. Konkretno, ovaj je Indexov članak započet uvodom u kojem se daju informacije o utrci, broju sudionika kao i identitet pobjednika utrke. Tekst sadrži strukturu obrnute piramide što je karakteristika novinarske tekstne vrste. Napisan je direktno i objektivno u reporterskom stilu, ali ne sadrži nijedan odlomak s izdvojenim podnaslovima. Članak napisan ovakvim stilom ne sadrži nekakav poseban zaključak jer to i nije u prirodi ove tekstne vrste.

### **3.6. Dnevnička tekstna vrsta**

Za primjer dnevničke tekstne vrste Indexov članak naslova: „Jessica Simpson otkrila koliko je koraka u danu radila kako bi skinula 45 kilograma“, već se iz naslova daje naslutiti o kojoj se tekstnoj vrsti radi. Dnevnička tekstna vrsta ima namjeru da izrazi subjektive osobne stavove,

sadržani su također autobiografski dijelovi o subjektu. Stil ovakvog teksta ne prati neka striktna struktura koja je također neodređena jer ovakvi tekstovi započinju datumom, a nastavak teksta može biti ugrubo opisan, ali i detaljno opisan. U uvodu članka dane su informacije o borbi s kilogramima navedene pjevačice i glumice, a zatim se tekst nastavlja na njezin opis strategije kojom je izgubila ogroman broj kilograma. U tekstu se još spominje i njezina prehrana koja joj je omogućila ovaliki gubitak kilograma. Članak sadrži i argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice koja se već očituje u samom naslovu članka, jezik je neformalan i konverzacijski kako bi što vjerodostojnije prikazao subjektovu priču.

### **3.7. Tekstna vrsta davanja primjera**

Tekstna vrsta davanja primjera u člancima sadrži primjere, činjenice i dokaze koji za cilj imaju potvrditi neke teze, razjasniti koncepte i razjasniti tvrdnje koje se u tekstu navode. Jezik je ove tekstne vrste direktan, temelji se na činjenicama te iscrpno objašnjava navedene koncepte u članku. Strukturalno ovaj je tekst građen da započinje nekom tezom, onda kreće elaboracija i davanje primjera, a na kraju u zaključku slijedi diskusija kako navedeni primjeri podupiru glavnu tezu.

Primjer je takvog članka Indexov članak rubrike fit naslova: „Ljudi koji žive dulje jedu ovu hranu, pokazuje velika 36-godišnja studija“. U uvodu članka ukratko je opisana kompleksnost zdrave prehrane a onda slijedi izdvojeni paragraf o istraživanju i rezultati istraživanja. Rezultati su bili potvrda teze koju članak zagovara, a to je zdrava prehrana. U posljednjem je paragrafu koji je ujedno i zaključak podnaslova: „Različiti obrasci prehrane mogu smanjiti rizik od preuranjene smrti“<sup>1</sup>, prenosi poruku znanstvenika koji je bio dio ovog istraživanja, na samom kraju navedene su namirnice koje znanstvenici preporučuju konzumirati ukoliko žele pridonijeti svojoj dugovječnosti. Riječ je o namirnicama poput: žitarica, voća, povrća, orašastih plodova i mahunarki. Zbog riječi: „ovu hranu“ koje se nalaze u naslovu, uočen je „Clikbait“, ali prisustvo argumentacijske strategije uzroka i posljedice.

---

<sup>1</sup><https://www.index.hr/fit/clanak/ljudi-koji-zive-dulje-jedu-ovu-hranu-pokazuje-velika-36godisnja-studija/2569867.aspx>(pristupljeno 10.6.2024.)

### **3.8. Ekspozitorna i deskriptivna tekstna vrsta**

Za dvije se tematske vrste može reći da su gotovo iste, međutim razlikuje ih nekoliko sitnica. Radi se o deskriptivnoj tekstnoj vrsti i ekspozitornoj tekstnoj vrsti. Kroz primjer Indexova članka naslova: „Ovo je jedan od glavnih znakova visoko funkcionalne depresije koji često ne uočavamo“, bit će prikazan utjecaj, ali i razlike ove dvije tekstne vrste. Ekspozitorna tekstna vrsta ima namjeru sistematično, direktno te bez da navodi čitatelja na konfuziju, informirati ili objasniti temu kojom se konkretan članak bavi. Ovakvi tekstovi čitatelju mogu pružiti duboke uvide u temu i njezinu kompleksnost bez da se od čitatelja zahtjeva veliko predznanje za razumijevanje. Struktura je ekspozitornog teksta zamišljena tako da taj tekst počinje uvodom koji u kratkim crtama uokviruje temu, dok bi svaki paragraf trebao upoznati čitatelja s različitim činjenicama vezanim uz temu. U zaključku se sve činjenice sumiraju kako bi istakle glavnu ideju teksta, odnosno članka. S druge strane, kada se promatra deskriptivna tekstna vrsta, ona podrazumijeva da opiše situaciju ili događaj u tekstu do najsitnijih detalja. Autor teksta, odnosno u ovom slučaju članka ima zadatak izazvati u čitatelju misaoni proces zbog kojeg će tekst na način da stvara živopisne slike u svom umu. Najčešće se radi o opisima objekata, osoba, mjesta ili nekakvog doživljaja to jest iskustva. Za ovu je tekstnu vrstu bitno istaknuti njezin stil koji podrazumijeva tekst obogaćen pridjevima, ali i metaforama te ostalim stilskim figurama kako bi se dobio što detaljniji opis. Kao i ekspozitorni tekst, deskriptivni tekst također započinje sa kratkim uvodom u kojem je opisano o čemu će se raditi u tekstu. Sredina je ovakvog članka rezervirana za što detaljnije opisivanje i istraživanje različitih aspekata. Na kraju se tekst završava kratkim sažetkom opisane teme, odnosno subjekta članka.

Promatrajući Indexov članak, može se primijetiti kako zadani tekst objedinjuje obje tekstne vrste, od ekspozitorne vrste u članku se nalazi uvod koji uvodi čitatelja u temu. Članak je također napisan lako razumljivo za običnog čitatelja iako je u članku riječ o neurološkoj bolesti. Iako je članak ponudio čitatelju neke činjenice o ovoj bolesti, autor članka nije preduboko zadirao u temu iako se to od ekspozitornog teksta očekuje, međutim novinarski članci općenito su kraći kako bi držali pažnju čitatelja pa se postavlja pitanje koliko je ispravno ovako ozbiljnu temu obraditi na ovako kratki i neformalan način. Od deskriptivnih elemenata zajednički je uvod i zaključak, ali se još u



tekstu članka pojavljuje dio u tekstu s pridjevima koji daju potvrdu da se također radi i o deskriptivnoj tekstnoj vrsti:

„Netko tko ima visoko funkcionalnu depresiju može se prisiljavati da bude društven, teško se koncentrira, osjeća se umorno, beznadno ili bezvrijedno te ne može objasniti zašto. Povremeno se osjeća tužno i doživljava promjene u obrascima spavanja i prehrane“<sup>2</sup>. Članak je „Clikbait“ i sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice<sup>3</sup>.

### **3.9. Responzivna i poetska tekstna vrsta**

Sljedeća je tekstna vrsta koja će se spomenuti jest: responzivna tekstna vrsta te na primjeru članka s Index portala rubrike „Fit“ naslova: „Grkinja s otoka dugovječnosti otkrila koju neočekivanu hranu ondje jedu svi“, proučavat će se njezine značajke. Već je iz samog naslova vidljivo da će se raditi o subjektivnijem pristupu, za razliku od ostalih tekstnih vrsta o kojima se prethodno pisalo. Naime, responzivna se tekstna vrsta zasniva na interpretaciji ili reakciji osobnog viđenja nekakvog sadržaja, knjige, filma, članka, govora ili situacije. Svrha je takvog članka da se u njemu prikažu osjećaji i misli subjekta i dodatno produbi tema o kojoj je riječ u članku. Stil je responzivne tekstne vrste potpuno subjektivan i akcenat se stavlja na autorovo gledište situacije. Uz to dobar responzivni tekst, trebao bi također sadržavati i kritički pristup temi. Struktura je sljedeća: tekst se obično započinje pregledom sadržaja, nakon toga slijedi opis sadržaja, a onda osobni dojmovi autora ili subjekta radnje ukoliko novinar opisuje tuđe gledište. U zaključku se još jednom sažmu sve bitne misli i teorije vezane uz temu. Navedeni je Indexov tekst započeo s kratkim uvodom u kojem se daju informacije o namirnicama koje konzumiraju stanovnici otoka s kojeg dolazi subjekt ove priče. Zatim se u sljedećoj rečenici otkriva identitet Grkinje, a onda slijedi njezina tvrdnja koju namirnicu smatra izvorom dugovječnosti. Nakon što čitatelj saznaje da je namirnica koju ova Grkinja zagovara kao izvor dugovječnosti med, autor članka potkrepljuje njezinu tvrdnju znanstvenim činjenicama. U sljedećem je paragrafu izdvojena izjava Grkinje u kojoj ona opisuje

---

<sup>2</sup><https://www.index.hr/fit/clanak/ovo-je-jedan-od-glavnih-znakova-visoko-funkcionalne-depresije-koji-cesto-ne-uocavamo/2571920.aspx> (pristupljeno 10.6.2024.)

za što se sve med prije koristio i pri kojim zdravstvenim tegobama može pomoći. Tekst završava bez nekakvog konkretnog zaključka kao što bi responzivna tekstna vrsta trebala završiti, međutim za kraj ona dodaje ideje na koji se sve način med može uključiti u prehranu. U ovom je tekstu primijećena i pjesnička tekstna vrsta i to u izjavi: “Sirovi, gusti, ukusni med koji proizvode lokalni pčelari na otoku i diljem Grčke isprepleten je s mojim najdragocjenijim sjećanjima na život na Ikariji. Volim mirisati njegov suptilan, nježan miris, posebno kada je vrijeme toplo”<sup>4</sup>.

Poetska se tekstna vrsta zasniva na tome da prenese emocije, iskustva i doživljaje koristeći se kreativnim i maštovitim jezikom. Ona kao tekstna vrsta također može sadržavati i ritmičke kvalitete kojima dopire do čitatelja. Stil pisanja je prepun stilskih figura i koristi konotativnim jezikom. Koristi se stilskim figurama i figurama riječi poput asonance, aliteracije i rime. Struktura varira od teksta do teksta, može biti napisana u formi slobodnog stiha ili vezanog, haikua ili soneta. Konkretno na ovom primjeru Indexova članka nijedna vrsta pjesničke strukture nije vidljiva, ali elementi u izdvojenoj citatnici u kojima se prenose emocije i doživljaji, svakako su u ovom članku vidljivi. Ovaj članak uz poetsku i responzivnu tekstnu vrstu, sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice, dok je naslov „Clikbait“.

### **3.10. Naracija**

Narativna tekstna vrsta korištena je od davnina, u prijevodu to je tekstna vrsta koja najbolje okarakterizira narodnu predaju. Namjera je ove tekstne vrste da se čitatelju prepriča neka priča. Priča ne mora nužno biti samo za zabavu, već služi također i tome da probudi čitateljevu maštu, donese određenu pouku ili posluži kao nešto što će se dalje prenositi. Ovu tekstnu vrstu karakterizira distinktivan stil te kronološki slijed događaja. Čitatelj ima mogućnost zamisliti živopisne scene kada se radi o tekstu narativnog stila. Strukturalno ovakav tekst podrazumijeva da se čitatelja upozna s likovima, mjestom i vremenom, zatim se u tekstu prelazi na moguće izazove

---

<sup>3</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/grkinja-s-otoka-dugovjecnosti-otkrila-koju-neocekivanu-hranu-ondje-svi-jedu/2570362.aspx>  
(pristupljeno 10.6.2024.)

s kojima se protagonist suočava. Na kraju se otkriva rješenje situacije ili uspjeh koji je ostvario protagonist.

Analizirajući Index-ov portal i njegovu rubriku „Fit“, narativni tekstovi nisu toliko česti, međutim kao primjer uzet je članak naslova: „Nini iz Života na vagi jedna je navika promijenila život: Tako održavam kilažu“. Iz samog je naslova već vidljivo kako članak ima namjeru ispričati priču o protagonistu, odnosno Nini koja je sudjelovala u RTL-ovom showu „Život na vagi“. Članak počinje predstavljanjem Nine i njezine kilaže prije show-a te nakon toga se navodi količina izgubljene tjelesne mase po završetku show-a. Nakon toga slijedi opis Ninine rutine kojom ona održava trenutnu kilažu te ona iznosi koliko i kada najčešće prakticira hodanje. Na kraju teksta nalazi se i znanstveni uvid benefita hodanja. Ovaj članak također posjeduje elemente tekstne vrste dnevnika jer se iznosi osobno iskustvo gubitka kilograma. Segment otkrivanja osobnog doživljaja vidljiv je iz sljedeći rečenica:

"Hodanje mi je glavna fizička aktivnost, to je ključno za održavanje tjelesne težine. Kad si u realnom životu, gdje te obaveze stišću, najbolji način za održavanje kilaže je hodanje. Nisam još u top formi, ali sam stvarno zadovoljna. Uz hodanje, pridržavam se prehrane, a kod mene sve ide nekako polako, bez panike i stresa. Srećom, nisam se vratila starim navikama", dodala je<sup>5</sup>

Članak sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice, a naslov je „Clikbait“ jer u čitatelju budi radoznalost zbog koje izdvoji svoj klik kako bi saznao: jednu naviku koja je promijenila Nini život.

### **3.11. Pripovijedajuća tekstna vrsta**

Tekstna vrsta koja je jako slična narativnoj tekstnoj vrsti jest „Recount text“, odnosno na hrvatskom pripovijedajuća tekstna vrsta. Naracija i pripovijedanje su već sinonimi sami po sebi, ali kada promatramo ovce dvije tekstne vrste ipak postoje neke razlike. Pripovijedajuća tekstna vrsta

---

<sup>5</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/nini-iz-zivota-na-vagi-jedna-navika-promijenila-je-zivot-tako-odrzavam-kilazu/2573197.aspx> pristupljeno 15.6.2024.

služi da bi opisala neke događaje iz prošlosti, također u kronološkom slijedu. Stil je vrlo sličan, gotovo identičan narativnoj tekstnoj vrsti jer i sam objedinjuje deskripciju osobnog viđenja osobe koja piše ili o kojoj je riječ te ima za cilj na čitatelja prenijeti emocije koje je protagonist teksta osjetio. Struktura je opet vrlo slična narativnoj jer kao i narativna u uvodu navodi likove, vrijeme, mjesto i okolnosti. U razradi teksta, odnosno u ovom slučaju članka navode se događaji po kronologiji zbivanja, a na kraju slijedi osobni komentar ili evaluacija događaja i same priče.

Kako ova tekstna vrsta ima u svojoj ideji iznijeti događaj vezanim za prošlost, promatran je članak naslova portala Index rubrike „Fit“: „Marylin Monroe zadivljujuću figuru dugovala je bizarnim prehrambenim navikama“.

Autor je ovog članka prepričao Tik-Tok jedne korisnice koja je čitajući jedan stari intervju s Marylin Monroe prepričala svojoj publici na ovoj društvenoj platformi. Članak započinje predstavljanjem lika Marylin Monrou opisavši ju kao jednu od najljepših žena na svijetu. Zatim su date informacije o godini u kojoj je preminula, a sredini članka prelazi se na mladu tiktokericu koja je u svom videu objavila kakav je doručak konzumirala Marylin Monroe kojem je dugovala zanosnu liniju. Nakon opisa doručka slijedi opis večere koju je ova zvijezda konzumirala, a na kraju članaka ne nalazi se neka evaluacija autora ili komentar, već članak završava crticama iz biografije ove svjetske dive. Naslovi vezani uz poznate ličnosti često su „Clikbait pa se i u ovom slučaju radi o mamilici. Od argumnetacijskih strategija i ovdje je vidljiva strategija uzroka i posljedice.

### 3.12. Diskusija, komparacija i kontrast

Diskusijska tekstna vrsta po nazivu daje naslutiti da će ovu tekstnu vrstu sadržavati upravo oni članci i tekstovi u kojima se odvija rasprava o nekoj određenoj temi. Ova tekstna vrsta mora sadržavati više uvida o nekoj temi, odnosno za razliku od persuazivnog teksta mora dostaviti čitatelju članak koji je potpuno nepristran. Ovakvi su tekstovi zaslužni da pruže čitatelju uvid u širu perspektivu iznoseći argumente za i protiv po svom su stilu ovi tekstovi neutralni, a autor se trudi izraziti što moguće objektivnije kako ne bi odao dojam da zastupa jedno gledište više od drugog. Strukturalno je ovaj tekst građen na način da sadrži uvod koji sadrži glavni problem o kojem će biti riječ u tekstu. Nakon toga slijede argumenti za i protiv, a na kraju u zaključku navode se perspektive koje zaokružuju tekst potpuno objektivno.

Primjer je diskusijskog teksta članak naslovljen: „Istraživanje: Keto dijeta može ubrzati stvaranje „zombi“ stanica“ .

Budući da je i sam naslov započeo riječju „Istraživanje“, čitatelj dobiva dojam kako će tekst koji članak sadržava morati imati elemente objektivnog i nepristranog kako i sama diskusijska tekstna vrsta iziskuje. Uvod teksta započinje rezultatima istraživanja koje ispitivalo učinke keto dijeta na miševima. Zatim slijedi dodatno pojašnjenje zašto se ovo istraživanje provodilo i gdje se odvijalo. Nakon toga slijede argumenti „za“ koji potvrđuju tezu iz naslova. Tekst je nepristran i objektivan jer se samo prenose znanstvene činjenice i rezultati. Drugi paragraf iznosi argumente „protiv“ navedene teze , ali tek na kraju ovog paragrafa argumenti „ protiv“ vidljivi su u izjavi imunologa koji je komentirao ovo istraživanje: "Ne znam na koji se način ovi nalazi mogu prenijeti na ljude."<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/keto-dijeta-moze-ubrzati-starenje-organa-pokazuje-istrazivanje/2566504.aspx>

Miševi su jeli prehranu s 90% masnoće, sumnjam da se ljudi tako hrane", kazao je“.

Kraj članka nije završio kao tipičan diskusijski tekst jer nije pružio čitatelju perspektive koje koherentno zaokružuju tekst, već je članak završio nazivom provedenog istraživanja i časopisa u kojem je objavljeno. Članak sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

Argumentacijska strategija komparacije i kontrasta nalazi se u onim tekstovima čiji je cilj da ispita razlike, odnosno sličnosti između dva ili više subjekta, situacija ili predmeta. Ova tekstna vrsta zasnovana je na nekom istraživanju ili razmatranju da bi čitatelju pružila dublje razumijevanje koncepta o kojem se piše. Stil pisanja treba biti objektivan bez da favorizira jednu stranu više od druge. Uz to, ovakav stil krasni uključivanje većeg broja činjenica i analiza, nego što je to slučaj za neku drugu tekstnu vrstu. Strukturalno kod tekstne vrste komparacije i kontrasta razlikujemo dva pristupa. Prvi je pristup naizmjenični pristup, a drugi je pristup tzv. blok pristup. Kod blok pristupa prvo se opisuje jedan subjekt, a zatim se prelazi na drugi subjekt, dok kod naizmjeničnog pristupa izmjenjuju se opisi i činjenice o subjektima kako bi se dobila određena dinamika u tekstu te kako bi se još dodatno naglasilo uspoređivanje. Argumentacijsku strategiju komparacije i kontrasta prikazuje Indexov tekst naslova: „Žene imaju veće zdravstvene koristi od vježbanja nego muškarci“.

Sam naslov navodi čitatelja kako će se u članku uspoređivati dvije strane, to jest dobrobiti koje imaju žene, odnosno muškarci. Isto tako gramatički gledano, uporabom suprotnog veznika „Nego“ izriču se nekakve razlike. Uvod teksta posvećen je rezultatima istraživanja, kao i saznanjem tko je proveo istraživanje i gdje je ono objavljeno. Nakon tih podataka autor upućuje čitatelja u razliku koje vježbanje čini za žene u odnosu na one žene koje ne vježbaju. Zatim slijedi podatak koji navodi rezultat koji su postigli muškarci koji vježbaju u odnosu na one muškarce koji ne vježbaju. Sljedeći paragraf podnaslova: „Žene bi mogle imati veće koristi“, započinje razlikama anatomije muškog i ženskog srca te razlikama između njihovih dišnih puteva, pri čemu muškarci posjeduju veće srce i šire dišne puteve pa im samim time treba više tjelovježbe za jednak intenzitet koji žene imaju. Zadnji paragraf teksta navodi kritički osvrt na studiju i navodi faktore koji bi se još trebal

uzeti u obzir da bi se studija mogla promatrati kao potpuno ispravna. Strukturalno je ovaj tekst naizmjenične strukture, autor teksta iznosi rezultate istraživanja objektivno bez favoriziranja jedne od suprotstavljenih strana.

### **3.13. Transakcijska tekstna vrsta**

Transakcijska tekstna vrsta podrazumijeva one tekstove koji imaju namjeru komunicirati poruku između neke organizacije i čitatelja primjeri tekstova transakcijske tekstne vrste najčešće su: mailovi, prijedlozi, priopćenja poslovna pisma i dopisi. Stil i ton su pisanja u ovom tekstu podložni izmjenama i preinakama sukladno o tome do koje publike ima namjeru doprijeti. Uglavnom je jezik direktan i jasan. U uvodu se ovog teksta započinje s pozdravom ili kratkim opisom kojim će se organizacija predstaviti. U tijelu se teksta nalaze ključne poruke i informacije o organizaciji. Zaključak je kratak i sadrži poziv na „akciju“ ili završnu riječ.

Ovakvih tekstova rubrika „Fit“ na Indexu i ne sadrži nešto mnogo, ali se kao primjer analize transakcijske tekstne vrste istaknuo članak naslova: „Na Jarunu održan bezglutenski piknik evo kako je bilo“.

Sam naslov ovog članka navodi čitatelja da je navedeni tekst reporterske tekstne vrste ili izvještajne, međutim već se u prvoj rečenici predstavlja udruga „CeliVita“ koja ima za cilj pružiti podršku i znanja oboljelima od celijakije. Za razliku kako bi transakcijski tekst trebao započeti pozdravom organizacije, ovaj tekst započinje izvještavanjem o događaju to jest pikniku održanom na Jarunu i datumom kada je piknik održan. Zatim slijedi opis djelovanja udruge za podršku celijakičarima u kojem čitatelj saznaje više o njihovim provedenim programima. U tijelu teksta slijede izjave predstavnica udruge u kojem se daju ključne informacije i poruke koje žele prenijeti javnosti, baš kako i transakcijska tekstna vrsta nalaže da bi tijelo teksta moralo sadržavati određene poruke.

„Prilikom osnivanja Udruge, vodili smo se idejom da svim oboljelima od celijakije ili bilo koje druge vrste osjetljivosti na gluten ponudimo točne i relevantne

informacije te da savjetima, razmjenom iskustava i znanja, njihove živote učinimo što kvalitetnijima i jednostavnijima. Ponosni smo na sve što smo postigli tijekom proteklog desetljeća te ćemo, s jednakim<sup>7</sup> entuzijazmom, uz podršku volontera koji su temelj našeg djelovanja, nastaviti raditi na stvaranju inkluzivnog društva koje oboljelima od celijakije omogućuje pravo na jedini dostupan lijek, a to je sigurno pripremljen bezglutenski obrok".

Završni paragraf nastavlja govoriti o postignućima udruge „CeliVita“ i daje informaciju o njihovom najvećem doprinosu za zajednicu celijakičara, a to je registar bezglutenskih proizvoda u obliku web aplikacije. Iako članak nije završio pozdravom, odnosno završnom riječju u zaključku je izneseno ključno postignuće kojim se ova organizacija želi pokazati u javnosti, a posebice ljudima koji pate od celijakije, no još možda nisu upoznati s ovom udrugom.

---

<sup>7</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/na-jarunu-odrzano-bezglutenski-piknik-evo-kako-je-bilo/2572323.aspx> pristupljeno 16.6.2024



#### 4. TOPOS AUTORITETA STRUČNJAKA RUBRIKE „FIT“ PORTALA INDEX.HR

Rubrika „Fit“ na Index-ovom portalu najčešće sadrži naslove s ovim ključnim riječima: trener/trenerica, liječnik/liječnica, nutricionist/nutricionistica, dijetetičar/dijetetičarka. Radi se o stručnim licima u svijetu prehrane i sporta, a Index i njegovim novinari imaju namjeru svojim čitateljima predstaviti sadržaj koji je provjeren od strane stručnog lica i na taj način prezentirati članak koji ne sadrži trivijalne elemente. Najčešće tekstne vrste koju sadrže ovakvi članci su persuazivna tekstna vrsta i instrukcijska tekstna vrsta. Korištenje ove dvije tekstne vrste ima najviše i smisla jer će se u takvim člancima najčešće davati savjeti kako postići određeni zdravstveni cilj i poboljšanje te zašto je bitno poduzeti određene mjere koje stručno lice nekog članka zagovara.

Prvi ovakav naslov iz kojeg u startu možemo iščitati persuazivnu tekstnu vrstu glasi: „Liječnik specijaliziran za dugovječnost kaže da ovaj vitamin može produljiti život“.

Persuazivnost se postiže riječima: liječnik, specijaliziran, dugovječnost kako bi se čitatelja privuklo da klikne na članak, ali i da povjeruje onom što je napisano. Vitamin koji liječnik za dugovječnost zagovara je vitamin D, a zatim autor članka potkrepljuje liječnikove tvrdnje dvjema znanstvenim studijama koje su proučavale utjecaj nedostatka vitamina D.

„Studija iz 2023. potvrdila je i pokazala da je 20 posto sredovječnih i starijih odraslih u SAD-u imalo manjak vitamina D, što je povećalo njihov rizik od smrtnosti od ostalih uzroka. Osim toga, studija iz 2022., provedena na odraslim Kinezima u dobi od 60 do 113 godina, otkrila je da su ljudi koji nisu imali manjak vitamina D (ili su prije imali, ali su sada dobivali dovoljno) imali manji rizik od smrti. Razlika je bila posebno uočljiva kod žena“<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/lijecnik-specijaliziran-za-dugovjecnost-kaze-da-ovaj-vitamin-moze-produziti-zivot/2574157.aspx> pristupljeno 16.6.2024.

Vidljiva je argumentacijska strategija uzroka i posljedice, a naslov budi zanimanje zbog kojeg klikamo, dakle radi se „Clikbaitu“.

Članak naslova: „Onkolog otkriva da uobičajen simptom može biti znak raka“ , vjerodostojnost članka bazira na riječi „Onkolog“ plasirajući članak istinitim jer iza navedenih informacija ipak stoji stručno lice. Uvod je ovog članka govori o broju vrsta raka kao i simptomima koje ljudi ne smatraju opasnim dok ne postane prekasno. Tekstna vrsta kojoj pripada ovaj članak je instrukcijska tekstna vrsta, a to saznajemo iz izjave onkologa: „Ako grlobolja traje dulje od dva tjedna, možda je vrijeme da odete na pregled. Uporna upala grla, koja traje više od dva tjedna, jedan je od manje poznatih simptoma raka glave i vrata“, rekao je dr. Kubes<sup>9</sup>.

Vidljivo je da onkolog pruža smjernice kako bi se osoba trebala ophoditi u slučaju da upala grla potraje, za razliku od persuazivne tekstne vrste koja uvjerava čitatelja i zauzima određeni svjetonazor. U ostatku članka nalaze se ostali mogući simptomi raka te relevantni podaci Registra za rak u Hrvatskoj. Ovaj naslov također nije direktan i transparentan, već se radi o „Clikbaitu“. Uočena je argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

Još jedan persuazivni, ali i proceduralni članak koji koristi stručno lice naslova: „Dijetetičarka: Želite ravniji trbuh? Ograničite ovu hranu“ ima elemente obje tekstne vrste. Naime, persuazivni su elementi u tekstu vidljivi jer se čitatelju prenosi mišljenje dijetetičarke zbog kojeg bi treba

---

<sup>9</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/onkolog-otkrio-kada-bol-u-grlu-moze-biti-znak-raka/2574076.aspx> pristupljeno 16.6.2024.).  
<https://www.index.hr/fit/clanak/dijeteticarka-zelite-ravniji-trbuh-ogranicite-ovu-hranu/2573972.aspx>

odustati od konzumacije čipsa i slanih kokica. Od proceduralnih elemenata vidljiva je struktura teksta jer obuhvaća navedene namirnice pod rednim brojevima, odnosno koracima što izbjegavati kako bi se postigao ravan trbuh. Jezik kojim j članak pisan je nedvosmislen baš kako proceduralna tekstna vrsta i iziskuje. Naslov sadrži „Clikbait“ jer je za takve naslove karakteristično korištenje pokaznih zamjenica: „ovu hranu“. Argumentacijska strategija koja je korištena jest strategija uzroka i posljedice.

Sljedeći članak koji koristi proceduralnu tekstnu vrstu, a naslovu sadrži stručno lice glasi: „56-godišnja fitness trenerica otkrila koje namirnice jede baš svaki dan“. Iz naslova se daje naslutiti kako će se u tekstu saznati koje ova trenerica konzumira kako bi ostala u formi, a davanje smjernica jedna je od karakteristika proceduralnog stila. Proceduralna se tekstna vrsta očituje u dijelu teksta koji kaže: “Od namirnica koje svakodnevno jede, Genco je izdvojila odrezak, avokado, jaja, grčki jogurt i bobičasto voće. Na objavljenom videozapisu pokazala je jagode i kupine. U videozapisu je otkrila da ne jede prerađenu hranu i prerađeni šećer“<sup>10</sup>.

Naslov koji tjera na klikanje, dakle „Clikbait“. Isto tako, budući da se u članku piše o tome kako namirnice koje trenerica jede pridonose njezinoj dobroj formi, uočena je argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

U članku naslova: „Znanstvenici kažu da voće koje se nalazi u svakoj trgovini smanjuje kolesterol“ postiže se vjerodostojnost izrečenih informacija jer se koristi subjekt koji označava stručno lice. Ovaj članak primjenjuje instrukcijsku tekstnu vrstu jer čitatelju dostavlja činjenice bez da ga uvjerava u nešto, već mu samo pruža smjernice zbog kojeg voća će imati koristi s namjerom da se smanji kolesterol. Stil pisanja također je instrukcijski zbog činjenica koje su nedvosmislene i direktne kako i sama tekstna vrsta nalaže: „Detaljna studija iz 2023. otkrila je da jedenje tri porcije od 80 grama grožđa dnevno tijekom dva tjedna povećava razine korisnih bakterija i smanjuje one koje su potencijalno štetne. To znači da grožđe promiče zdraviji crijevni mikrobiom, koji je povezan s poboljšanom probavom, jačim imunitetom i smanjenom upalom“<sup>11</sup>,

---

<sup>10</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/56godisnja-fitness-trenerica-otkrila-koje-namirnice-jede-bas-svaki-dan/2573325.aspx> pristupljeno 16.6 2024.).

<sup>11</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/znanstvenici-kazu-da-voce-koje-se-nalazi-u-gotovo-svakoj-trgovini-smanjuje-kolesterol/2573174.aspx>

Kraj članka sadrži informacije koje se nadovezuju na prethodno gore navedene činjenice, to jest promatrajući kroz prizmu instrukcijske tekstne vrste, čitatelju dostavlja moguće benefite ukoliko konzumira crveno grožđe.

Članak naslova: „Nutricionistica: Ako želite smanjiti rizik od upale, ne konzumirajte ovu vrstu kruha“ sadrži elemente persuazivne tekstne vrste, budući da se čitatelju nalaže što da konzumira, odnosno ne konzumira. Članak je započet općenitim informacijama o kruhu, zatim prelazi na informacije od čega se kruh sastoji i kakve sve probleme može činiti našem tijelu. U paragrafu niže predstavljena je nutricionistica i časopis za koji je dala izjavu, dok su teze koje ona iznosi o bijelom kruhu izdvojene u posebnom paragrafu, Svaka je teza potkrijepljena znanstvenim dokazom, a zaključak je naveden u posljednjoj rečenici koja objedinjuje glavnu ideju članka. Ovime je potvrđeno korištenje persuazivne tekstne vrste. Argumentacijska strategija koja je uočena u članku je strategija uzroka i posljedice, dok je iz naslova vidljivo kako se radi o „Clikbaitu“:“ Ovu vrstu kruha“, dakle čitatelj mora kliknuti kako bi saznao ovu informaciju.

Sljedeći članak naslova: „Liječnik tvrdi da ove dvije navike mogu ubrzati metabolizam za 30 posto“, opet koristi stručno lice kako bi se privukla pažnja čitatelja i kako bi čitatelj čitao članak s povjerenjem. U uvodu teksta navode se činjenice o metabolizmu te kako mijenjanjem životnih navika, možemo povećati metaboličko djelovanje za 30 posto prema riječima doktora Ambanija. U tijelu teksta u dva odvojena paragrafa s podnaslovima: 1. „Povećajte unos proteina“ i pod 2, „Practicirajte intervalan trening visokog intenziteta (HIIT)“, dani su koraci kako postići ubrzanje metabolizma, što je karakteristika proceduralne tekstne vrste. Uz to svaki je od ovih koraka popraćen znanstvenim činjenicama. U paragrafu u kojem se zagovaraju proteini nalazi se i istraživanje: "Konzumiranje više proteina može privremeno potaknuti vaš metabolizam. Termički učinak hrane (TEF) je povećanje brzine metabolizma nakon ingestije. Protein uzrokuje najveći porast TEF-a, ubrzavajući vaš metabolizam za 15-30 posto", kaže liječnik za SheFinds<sup>12</sup>.

U ovom se članku također nalazi argumentacijska strategija uzroka i posljedice što je vidljivo i iz naslova da prvo moramo poduzeti dvije navike zbog kojih će se naš metabolizam ubrzati za 30%. Isto tako, ne otkrivajući dvije navike u samom naslovu, već izazivanjem znatiželje u čitatelju zbog koje mora kliknuti na naslov, radi se i ovdje o „Clikbaitu“.

Za primjer članka koji objedinjuje instrukcijsku i proceduralnu tekstnu vrstu, članak naslova: „Kako izgraditi mišićnu masu? Evo savjeta trenera za početnike i napredne vježbače, ključna je riječ „Trener“ koja održava kredibilitet sadržaja članka. U uvodu članka navodi se identitet trenera koji će predstaviti svoje savjete te se uz to navode informacije kako su savjeti preuzeti s njegove blog stranice. U članku se nalazi sedam savjeta i svaki od savjeta čini zaseban paragraf. Savjeti su pisani direktno i nedvosmisleno kao što je to karakteristično za proceduralnu tekstnu vrstu. Elementi instrukcijske tekstne vrste isprepliću se s elementima proceduralne tekstne vrste, ali su vidljivi u stilu pisanja kojim se čitatelja ne namjerava uvjeriti u njih, već dostaviti i omogućiti korisne informacije. Također, zaključak ovog članka ima elemente proceduralne tekstne vrste jer donosi dodatno pojašnjenje i nadovezuje se na gore navedene korake:

---

<sup>12</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/lijecnik-tvr-di-da-dvije-navike-mogu-ubrzati-metabolizam-za-30-posto/2572669.aspx> pristupljeno 16.6.2024.

"Zaključno, izgradnja mišićne mase složen je proces koji zahtjeva pažljivo planiranje i disciplinu. Pravilnom prehranom, odgovarajućim programom treninga i adekvatnim odmorom možete postići željene rezultate. Bez obzira na to gdje se trenutno nalazite na svom fitness putovanju, zapamtite da je svaki korak napredak. Uzmite vrijeme da uživajte u procesu i proslavite svoje uspjehe na putu ka snažnijem i zdravijem tijelu"<sup>13</sup>,

Članak sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice, odnosno kako možemo prouzrokovati pozitivne promjene na tijelu pridržavajući se savjeta trenera.

---

<sup>13</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/kako-izgraditi-misicnu-masu-evo-savjeta-trenera-za-pocetnike-i-napredne-vjezbace/2572498.aspx> pristupljeno 16.6.2024.

## 5. TOPOS AUTORITETA UZORA I CELEBRITY ULOGA U RUBRICI „FIT“ PORTALA INDEX.HR

Rubrika „Fit“ portala Index.hr u svojim člancima često spominje slavne osobe, kako hrvatske javne ličnosti tako i one strane. Najčešće se piše o njihovom gubitku određenog broja kilograma te su žene najčešće te koje odaju tajne svog novog izgleda.

Članak naslova: „Kelly Osbourne tvrdi da nije koristila Ozempic. Evo kako je točno skinula 40 kilograma“, u fokusu sadrži slavnú osobu koja opovrgava korištenje kontroverznog lijeka. U uvodu članka daju se znanstvene informacije o lijeku i opisuje se kako lijek djeluje. U tijelu teksta slijedi opovrgavanje Kelly Osbourne: "Imala sam gestacijski dijabetes i morala sam izgubiti kilograme koje sam nakupila tijekom trudnoće. U suprotnom, bila bih izložena povećanom riziku od dijabetesa, što nisam željela. Izbacila sam šećer i ugljikohidrate te brzo smršavjela"<sup>14</sup>.

Članak zatim nastavlja govoriti o negativnim posljedicama koje je spomenuti lijek prouzrokovao Sharon Osbourne, Kellynoj majci, međutim sam članak završava podacima FDA koja je objavila da ova lijek pruža više dobrobiti, nego li samih posljedica. Ukoliko promatramo retoriku navedenog članka i tekstnu vrstu koja prevladava u njemu, budući da se provlače autobiografski elementi, odnosno osobno iskustvo gubitka kilograma, u ovom je članku prevladala tekstna vrsta u obliku dnevnika. Ovaj članak sadrži „Clikbait“ te argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

Sljedeći članak koji također govori o gubitku kilograma slavne osobe naslovljen je: „Christina Aguilera otkrila tajnu gubitka 20 kilograma“, ponovno u fokusu sadrži ženu koja otkriva tajne do njezine nove linije. Članak je započet davanjem informacija o njezinoj dugogodišnjoj borbi s kilogramima, a zatim prelazi na aktivnosti koje ova pjevačica i glumica prakticira da ostane fit. U sljedećem paragrafu slijede informacije o njezinoj trudnoći koja je dovela do skupljanja viška kilograma, a onda autor otkriva i količinu kalorija koje je ona unosila. Svakako taj je broj za svakog individualan, ali trivijalni članci ne prepoznaju problem otkrivanja ovakvih informacija. Riječ

---

<sup>14</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/kelly-osbourne-tvrdi-da-nije-koristila-ozempic-evo-kako-je-tocno-skinula-40-kila/2558779.aspx> pristupljeno 28.6.2024

<https://www.index.hr/fit/clanak/christina-aguilera-otkrila-tajnu-gubitka-20-kilograma/2526214.aspx>

„tajna“ koja se nalazi u naslovu članka tipična je za „Clikbait“. Argumentacijska strategija uzroka i posljedice vidljiva je i u ovom članku.

U sljedećem članku u kojem je slavna osoba u fokusu, također se govori o skidanju kilograma. Naime, članak naslovljen: „Reene Zellweger skinula je više od 12 kilograma uz ove tri namirnice“ opet stavlja usredište zbivanja ženu koja je skidanjem kilograma konačno dobila poželjan izgled. U uvodu članka nalaze se informacije o višku njezinih kilograma koji je proizašao iz pripreme za glumačku ulogu u popularnom filmu: „Dnevnik Bridget Jones“ kako bi što vjerodostojnije utjelovila lik žene kojoj ljubavne, a i životne prilike ne idu na ruku pa se okreće hrani, odnosno emocionalnom jedenju. Drugi paragraf daje informacije kako je uz pomoć treninga i konzumacije manjih porcija ribe, riže i povrća, uspješno skinula višak od 12 dobivenih kilograma unesen prevelikim kalorijskim suficitom. Zadnji odlomak je završio njezinom izjavom kako uvijek kuda god da ode potruđi se pronaći teretanu. Zbog naslova koji ne odaje koje su to točno tri namirnice, radi se o „Clikbaitu“. Uzrok i posljedica kao argumentacijska strategija uočeni su u ovom članku.

Sljedeći članak odnosi se na Lionela Messija, a naslovljen je: „Messi obožava čaj koji djeluje kao Ozempic: Znanstvenici tvrde da topi kilograme“, već je iz samog naslova vidljivo kako će se raditi o nekakvoj promociji čaja, a poznati argentinski nogometaš ima ulogu zaštitnog lica.

„Pun kofeina, čaj Yerba Mate daje sličan energetske poticaj kao kava. Međutim, njegovi zagovornici tvrde da ima čudesan učinak na mršavljenje. Prodavači ga hvale kao alat koji povećava sitost, ubrzava metabolizam i potiče razbijanje masnih naslaga“<sup>15</sup>.

Kada promatramo tekstnu vrstu ovog članka, zbog toga što se prenosi određena poruka od neke organizacije pa do pojedinca, riječ je o transakcijskoj tekstnoj vrsti. Osim što je članak promocija proizvoda, ujedno je i „Clikbait članak“. Uzrok i posljedica kao argumentacijska strategija nalaze se i u ovom članku.

---

<sup>15</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/messi-obojava-caj-koji-djeluje-kao-ozempic-znanstvenici-tvrde-da-topi-kilograme/2561207.aspx> pristupljeno 1.7.2024.



Još jedan članak koji govori o skidanju kilograma slavne osobe naslova: „Suzana Mančić u 30 dana skinula 11 kila, tvrdi da je tajna u poznatoj namirnici“ zbog ključne riječi „tajna“ u naslovu privlači klikove, ali i sve one željne saznanja za brzim i djelotvornim rješenjem gubitka kilograma. U uvodu su navedene informacije kako će u članku biti riječ o najpoznatijoj jugoslovenskoj loto djevojci i njezinoj trenutnoj borbi s kilogramima. Ključ je njezine transformacije dijeta siromašna ugljikohidratima, a tajni trik koji je naučila od Ruskinja za vrijeme dok je živjela u Moskvi jest svakodnevna konzumacija kiselih krastavaca. U članku je prepoznata tekstna vrsta u obliku dnevnika. Članak zbog riječi „tajna namirnica“ sadrži „Klikbait“ kao i argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

Članak naslova: „J. Lo je uz ovu dijetu skinula kilograme nakon trudnoće, ali stručnjaci ju ne vole“ u svom uvodu odmah daje informacije o kojoj je dijete riječ, odnosno kako je poznata pjevačica i glumica izgubila kilograme „Dukanovom dijetom“. Dalje u članku slijedi povijest dijete i postupak upražnjavanja iste, međutim iskustvo J.Lo i njezine izjave o samoj dijete nisu navedene, stoga za razliku od prethodnih članaka koji su analizirani i sadržavali tekstnu vrstu dnevnika, ovdje se radi o ekspozitornoj tekstnoj vrsti s elementima i tekstne vrste kritičkog osvrta jer se na kraju završava s kritičkim osvrtom znanstvenika: „Ako je vjerovati dijetetičarima i nutricionistima, ova dijeta nije na popisu onih koje bi preporučili svojim klijentima. Štoviše, Britansko udruženje dijetetičara uvrstilo ju je na "listu pet pomodnih dijeta koje bi trebalo izbjegavati". Na stranici Healthline ima ocjenu 1.63 od 5“. <sup>16</sup>

Članak sadrži „Klikbait“, a na to nam ukazuje pokazna zamjenica: „Ovu dijetu“, uz to sadrži i argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

Lifestyle magazini kao i portali često u svojim rubrikama sadržavaju članke u kojima se piše o dijetama, a slavne osobe koje već same po sebi predstavljaju ideal prestižne ljepote izvrsna su reklama za neki proizvod za mršavljenje, kao što je to prikazano u članku s Messijem. S druge

---

<sup>16</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/j-lo-je-uz-ovu-dijetu-skinula-kilograme-nakon-trudnoce-ali-strucnjaci-je-ne-vole/2551214.aspx> (pristupljeno 3.7.2024.)

strane, vidljivo je iz gore navedenih članaka kako su upravo žene te koje odlaze na režim prehrane češće, nego li muškarci i vrlo često se gubitak kilograma romantizira i ohrabruje kako bi slavne dame održale sliku poželjnosti i atraktivnosti. S druge strane, nutritivno gledajući radi se o vrlo rigoroznim dijetnim režimima, što predstavlja problem odluči li se netko upražnjavati određen dijetni režim koji neka slavna osoba zagovara. U digitalnom je svijetu važno zaštititi se od konzumacije sadržaja koji ne služi našem mentalnom zdravlju pa tako tema dijeta i dovođenja pojedinca ili u ovom slučaju žene u situaciju da se uspoređuje i teži režimu prehrane poput neke slavne dame, može dovesti do nezadovoljstva samom sobom. Uz to, poseban problem očitava se u činjenici da su ovi članci mahom svima vrlo lako dostupni, a ukoliko ga konzumira neka mlađa osoba koja nema izgrađenu sliku o sebi i svijest o tome kako Internet može biti opasno mjesto za ljudsko samopouzdanje, lako se upada u zamku kako su u ovom slučaju savjeti u vezi gore navedenih dijetnih režima posve ispravni.

## **6. TEME MENTALNOG ZDRAVLJA U RUBRICI „FIT“ PORTALA INDEX.HR**

Teme koje se znaju vrlo često naći na Index-ovoj rubrici „Fit“, jesu teme koje se tiču savjeta za mentalno zdravlje, kao i teme koje se tiču nekih mentalnih bolesti. No, može li jedan novinarski portal kvalitetno i etički potkrijepiti ove teme znanstvenim pristupom?

U članku koji je naslovljen: „Pet načina na koji usamljenost može negativno utjecati na zdravlje“ započinje se definicijom osjećaja usamljenosti koju izriče britanska voditeljica za prevenciju mentalnih bolesti. U sljedećem se paragrafu daju informacije o tome kako dolazi do samog osjećaja usamljenosti, a zatim predstavljajući pet mogućih bolesti koje su proizašle iz osjećaja usamljenosti, slijedi pet zasebnih paragrafa u kojem svaki od njih predstavlja po jednu bolest. Što se tiče tekstne vrste u ovom članku, vidljiva je tekstna vrsta davanja primjera, budući da svaka od navedenih bolesti koju može prouzrokovati osjećaj usamljenosti potkrijepljena i mogućim nuspojavama i disbalansima u tijelu:

- „Kronična usamljenost može uzrokovati psihološki stres, podižući razinu hormona stresa, što s vremenom može oštetiti arterije i dovesti do stanja poput hipertenzije i ateroskleroze“
- „Pojačana upala može pospešiti rast plakova, olabaviti plak u arterijama i izazvati krvne ugruške, što može doprinijeti razvoju i napredovanju bolesti srca i moždanog udara“

- „Pušenje može oštetiti krvne žile i suziti arterije te povećati rizik od srčanog i moždanog udara. Kemikalije u cigaretama, poput nikotina i ugljičnog monoksida, povisuju krvni tlak i smanjuju kisik u krvi, opterećujući srce“
- „Opijanje može dovesti do visokog krvnog tlaka jer stimulira simpatički živčani sustav, što uzrokuje brže kucanje srca i sužavanje krvnih žila“
- „Osjećaj izoliranosti može dovesti do povećanog rizika od problema s mentalnim zdravljem, poput depresije.“
- „Veće razine stresa rezultiraju povišenim razinama kortizola, što može povećati razinu šećera u krvi i inzulinsku rezistenciju te uzrokovati dijabetes tipa 2.<sup>17</sup>“

Zaključak koji bi zaokružio sve gore navedeno, ne nalazi se u članku, međutim uz tekstnu vrstu davanja primjera, vidljiva je također i klasična reporterska tekstna vrsta. Što se tiče pitanja znanstvenog pristupa ovaj članak sadrži izjave farmaceutkinje te gore navedene stručnjakinje za mentalno zdravlje u Velikoj Britaniji. Uočena je argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

Sljedeći je članak naslovljen: „Depresija može pridonijeti gubitku pamćenja i obrnuto, otkrila je studija“, donosi rezultate znanstvenog istraživanja longitudinalnom metodom u trajanju od dva desetljeća kojem je bilo podvrgnuto čak 82 000 Britanaca u dobi od 50 i više godina, dok je prosječna starost dosegla brojku od 64 godine. Tekstna vrsta i u ovom je članku klasična reporterska, odnosno izvjestiteljska.

Tema je ovog članka potkrijepljena izjavama čak četiri skupine znanstvenika: „Ali ne utječe samo depresija na pamćenje, čini se i obrnuto, izvijestili su istraživači u radu koji je objavila Američka liječnička udruga.“ „Brža promjena u pamćenju također je recipročno povezana s bržom promjenom simptoma depresije tijekom vremena“, prema britansko-američkom timu znanstvenika

---

<sup>17</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/pet-nacina-na-koje-usamljenost-moze-negativno-utjecati-na-zdravlje/2578425.aspx> .

i liječnika s University College London, University of Rochester Medical Center i Brighton and Sussex Medical School“<sup>18</sup> Ovaj članak sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

Sljedeći članak koji se tiče kvalitete mentalnog zdravlja nosi naslov: „Neuroznanstvenik upozorava na dva popularna pića koja su loša za zdravlje mozga“, već nam u samom naslovu daje riječ stručnog lica koje će elaborirati navedeni stav kroz čitav članak. Ovaj je članak potaknut Tik Tokom spomenutog neuroznanstvenika dr. Roberta Lovea. U uvodu članka spomenute su neke osnovne miskoncepcije koje većina ljudi ima kada su u pitanju pravilna prehrana i zdrav život te kako izbor istih može puno utjecati na zdravlje našeg srca i mozga. U zasebna dva paragrafa izdvojena su dva napitka za koje navedeni neuroznanstvenik tvrdi kako nimalo ne pogoduju zdravlju srca i zdravlju mozga. Ovaj članak objedinjuje argumentativnu i reportersku tekstnu vrstu. Naslov ukazuje kako se radi i o „Clikbait“ članku te sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

U članku naslova: „Studije: Konzumiranje ovih pet namirnica doprinosi zdravlju mozga“

Također je započeto bazičnim uvodom u kojem se piše o benefitima zdrave prehrane za zdravlje organa, a zatim svaka od navedenih namirnica koja poboljšava funkcije organa poput srca i mozga te ima pozitivan utjecaj na organizam, podijeljena je u zasebni paragraf. U svakom se paragrafu nalazi i podatak o znanstvenicima kao i istraživanjima koja su proveli.

„Prema istraživačima s UCLA-a, konzumacija oraaha dovodi do poboljšanih rezultata na kognitivnim testovima“

- „Borovnice su često popularne zbog svojih antioksidativnih i protuupalnih učinaka. Studije s Tufts sveučilišta također su sugerirale da bi mogle biti učinkovite u poboljšanju ili odgađanju kratkotrajnog gubitka pamćenja.“

---

<sup>18</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/depresija-moze-pridonijeti-gubitku-pamcenja-i-obrnuto-otkrila-je-studija/2577860.aspx>  
(4.7.2024.)

(pristupljeno

- „Studija provedena na Harvard's Brigham and Women's Hospital otkrila je da su žene koje su konzumirale borovnice i jagode dva puta ili više tjedno uspjele odgoditi učinke slabljenja pamćenja do dvije i pol godine.“
- „Prema istraživačima s Haryarda, zeleno lisnato povrće, kao što su kelj i špinat, može pomoći u usporavanju kognitivnog pada zbog velike količine vitamina K, luteina, folata i beta karotena.“
- „Rajčice sadrže kemikaliju zvanu likopen za koju su studije na životinjama pokazale da može zaštititi od razvoja stanja poput demencije“<sup>19</sup>

Što se tiče same retorike teksta, vidljiva je tekstna vrsta ekspozitorna zbog navođenja činjenica o dobrobiti namirnica, ali vidljiva je i uporaba klasične reporterske tekstne vrste. Članak koji u naslovu ne otkriva koje su to točno namirnice, već tjera na klikanje je „Clikbait“ članak. U ovom je članku također korištena argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

Iz članka koji je naslovljen: „Liječnik: Četiri vrste namirnica i dva pića koja koja pomažu u prevenciji demencije, odmah se može iščitati da onom o čemu će se pisati u članku, može se vjerovati jer riječ „Liječnik“ ulijeva osjećaj povjerenja čitateljima. Uvod je započet definicijom o demenciji te kako ona uništava kvalitetu života. Nakon toga spominje se ime liječnika koji zagovara sprječavanje ove bolesti prehranom.

Za razliku od prethodnih članaka koji su se analizirali i koji su sadržavali izdvojene paragrafe s podnaslovom od kojih je svaki predstavljao određenu namirnicu, ovdje također postoje paragrafi

---

<sup>19</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/studije-konzumiranje-pet-namirnica-doprinosi-zdravlju-mozga/2575739.aspx> pristupljeno 4.7.2024

koji su izdvojeni, međutim bez podnaslova. Tekstna vrsta koja prevladava je argumentativna ili drugog naziva persuazivna teksta vrsta.

“Masna riba i morski plodovi odličan su izvor omega-3 kiselina koje pozitivno utječu na zdravlje. "Masna riba, pa čak i ne tako masna riba i morski plodovi, zapravo pomažu očuvati i održati normalni sloj krvnih žila", ističe Li, prenosi Express. Dodaje da je jedenje ove vrste hrane vrlo važno za zdravlje mozga, ne samo za zdravlje srca".<sup>20</sup>

Vidljiva je i izvještajna tekstna vrsta, uz to uočen je „Clikbait“ kao i argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

---

<sup>20</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/lijecnik-cetiri-vrste-namirnica-i-dva-pica-koja-pomazu-u-prevenciji-demencije/2574664.aspx>

## 7. IZVJEŠTAVANJE O TEMAMA VEZANIM ZA ZDRAVLJE

Tema zdravlja i zdravstvene teme skliskio su tlo za novinare te mnogi upravo najčešće griješe pišući o ovoj temi. Kako bi se osigurala maksimalna etičnost, točnost i ispravnost članka potrebno je takav članak naznači izvor informacija i zašto se plasira u javnost. Po pitanju temeljnih ljudskih prava i sloboda Kodeks ukazuje na pojam senzacionalizma; pravo svakog pojedinca je pravo na intimu pa objavljivanje senzacionalističkim informacija koje narušavaju privatnost nije dozvoljeno“ (Čakmak 2021: 16). Ukoliko novinar izvještava o rezultatima neke studije, potrebno je da prikaže sve detalje o studiji od njezinog trajanja pa sve do sudionika studije i opservacija. Još jedna stvar koju mnogi novinari predvide u svojim člancima kada pišu o zdravlju i zdravstvenim temama jest prisutnost korelacije ukoliko se uspoređuju dvije pojave. Sljedeće je da članak koji izvještava o istraživanju koje je trenutno u tijeku, treba naznačiti stadij u kojem je to istraživanje, a ne ga opisati kao dovršenim. Kada se piše o rizicima za zdravlje, većina novinara ne obraća pažnju između razlika apsolutnog i relativnog rizika. Novinar treba ostati nepristran i ne uveličavati znanstvenike o čijem radu piše, dovoljno je citirati njihove rezultate. Ukoliko neka studija ne iznosi savjete za zdravlje koji nisu poduprti istraživanjima nad ljudima, novinar nije taj koji treba pružati savjete. Posebno je bitno obratiti pozornost da se ljudi koji pate od određene bolesti ne stigmatiziraju i ne nazivati lijekom ono što ih neće izliječiti. U naslovima ne bi se smjeli koristiti navodni znakovi jer signaliziraju čitatelju kako se radi o senzacionalističkom članku. Naslov treba sadržavati srž vijesti i mora podupirati one informacije koje će se pronaći u članku.

Dakle, vidljivo je kako rubrika „Fit“ portala Index.hr prilikom izvještavanja o mentalnom zdravlju, neurološkim smetnjama i poboljšanju istog, u svojim člancima prenosi izjave profesionalaca iz oblasti medicine i povezanih znanosti. Ipak, za izvještavanje o temama o mentalnom zdravlju, treba se uzeti u obzir da kod ovakvih tema često vlada nerazumijevanje kao i stigma, a istinito, odgovorno i točno novinarstvo trebaju biti imperativ svakog novinara. Problem i osjetljivost prilikom izvještavanja o ovakvim temama, proizlazi iz činjenice da su mediji skloni senzacionalizmu i trivijalizaciji velikog broja sadržaja, a samim time nažalost i sadržaja koji se tiče brige o mentalnom zdravlju. Neki su od glavnih problema na koje upućuju profesionalci iz oblasti mentalnog zdravlja te novinarska etika: sadržaj koji dovodi do stigmatizacije, predrasuda, i generalizacije, iskrivljeno i netočno prikazivanje, samostigma kod oboljelih osoba i minimiziranje mentalnih bolesti u javnosti.



Kako bi se doskočilo problemu trivijalizacije sadržaja o mentalnom zdravlju, savjetuje se da se novinar bazira na one činjenice koje su potpuno točne, a ne pribjegavanju predrasudama i stereotipima. Uz to, bitno je da novinar konstantno razvija medijsku pismenost, a onda pažljivo bira jezik kojim se koristi prilikom prikazivanja ovako osjetljivih tema. Isto tako, od velikog je značaja kada članak koji govori o temama iz oblasti mentalnog zdravlja, da sadrži relevantne sugovornike, odnosno izjave stručnjaka u okviru ove teme. Još neke od grešaka na koje se valja pripaziti su: površno izvještavanje, netočno predstavljanje uzroka, previše fokusa na pojedine studije, naglasak na negativnom, izostanak informacija o kontekstu vezanog za provedeno istraživanje.

## **8. TOPOS SUPROTNOSTI I ARGUMENTATIVNA TEKSTNA VRSTA U NASLOVIMA SA SUPERLATIVIMA „NAJGORA“ I „NAJBOLJA“ PORTALA INDEX.HR RUBRIKE „FIT“**

Svrha je svakog novinskog naslova da privuče pažnju čitatelja i upravo o njemu ovisi, hoće li se na njega dovoljno puta kliknuti. Novinari su primorani da pomno biraju ključne riječi, koriste određenu interpunkciju ili uvode domišljate izraze koji garantiraju čitanost članka. Naslovi koji sadrže pridjeve pripadaju nominativnim naslovnim vrstama. U lingvistici superlativom se smatra treći stupanj pridjeva i načinskih priloga. Stilska figura koja krasi naslove koji se koriste superlativima, bila bi stilska figura hiperbole.

„Hiperbola je figura kojom se naglašavaju „ideje, emocije i obavijesti pretjerivanjem, koje ističe afektni odnos govornika spram predmeta govora. Pretjerivanjem se mogu uvećati (Vrat mu je dugačak kao u žirafe) ili umanjivati (Manji je od makova zrna) stvarne odlike bića, stvari, pojava ili emocija“ (Trošić, 2020: 37 prema Bagić, 2012: 140).

Članak naslova: „Tri najgore opcije za doručak, prema liječnicima“, napisan je argumentativnom tekstnom vrstom. Uvod je članka započet klasično te se u njemu daju informacije o bitnosti održavanja stabilne razine glukoze u krvi te kako loš doručak može utjecati na kvalitetu iste. Svaki „popularni doručak“ predstavlja zaseban paragraf kao i argumente zbog kojih mu se pripisuje štetno djelovanje za stabilnu glukozu. Ovdje se radi o „Clikbaitu“ posebno jer se koristi hiperbola. Isto tako, kao i većina članaka rubrike „Fit“ i ovdje je sadržana argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

U sljedećem članku koji sadrži superlativ u naslovu, njegov naslov glasi: „Njemački profesor izdvojio vježbe koje su najbolje za snižavanje kolesterola“, uvodni dio članka posvećen je opisivanju funkcije kolesterola u tijelu. Za razliku od prethodnog članka, ovdje vježbe koje

njemački liječnik spominje nisu izdvojene u zasebne paragrafe: „Kao najbolje vježbe izdvojio je hodanje, trčanje ili vožnju bicikla, u trajanju od 30 minuta“.<sup>21</sup>

Tekstne vrsta u ovom su članku argumentativna i reporterska. Uočen je „Clikbait“. Argumentacijska strategija je strategija uzroka i posljedice.

Članak koji sadrži superlativ „Najbolja“ naslova: „Najbolja grickalica koju možete jesti za bolju razinu šećera u krvi“, u uvodu članka opisuje grickanje kao naviku koju čine mnogi ljudi uvečer, a zatim nastavlja govoriti o razini šećera u krvi i kako ju ne ugroziti kasnim konzumiranjem hrane ukoliko se držimo pravih namirnica.

Namirnica koju ova dijetetičarka zagovara jesu bademi, a sredina članka posvećena je argumentima za konzumiranje istih. Svaki argument čini zaseban paragraf. Ovaj članak objedinjuje argumentativnu i reportersku tekstnu vrstu. Članak nema nikakav zaključak koji sumira navedene podatke, ali primjetno je zbog gore navedenih značajki kako se radi upravo o tim dvjema tekstnim vrstama. Članak sadrži „Clikbait“ te koristi argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

„Četiri najbolja pića bogata antioksidansima koja možete piti ako imate dijabetes“, u uvodu članka sadrži informacije o tome što su antioksidansi i kako oni utječu na smanjenje rizika od bolesti kao i od razvijanja dijabetesa. Pića koja zagovara dijetetičarka podijeljena su u četiri zasebna paragrafa u kojima svaki od paragrafa sadrži informacije o nutritivnim blagodatima pića koje se preporučuje čitatelju: „Sadržaj vlakana može podržati regulaciju apetita, zdravlje crijeva i ravnotežu šećera u krvi. Neka istraživanja sugeriraju da spojevi pronađeni u šljivama, kao što su fenolna kiselina i antioksidansi, mogu pomoći u poboljšanju osjetljivosti na inzulin“.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/njemacki-profesor-izdvojio-vjezbe-koje-su-najbolje-za-snazavanje-kolesterola/2579707.aspx> pristupljeno 5.7.2024.).

<sup>22</sup> <https://www.index.hr/fit/clanak/cetiri-najbolja-pica-bogata-antioksidansima-koja-mozete-piti-ako-imate-dijabetes/2578540.aspx> pristupljeno 6.7.2024

<https://www.index.hr/fit/clanak/najbolja-grickalica-koju-mozete-jesti-navecer-za-bolju-razinu-secera-u-krvi/2579239.aspx>

U ovom je članku vidljiva argumentativna tekstna vrsta, reporterska tekstna vrsta. Naslovom koji tjera na klikanje da se saznaju: „Najbolja pića bogata antioksidansima“, ukazuje na Clickbait. Argumentacijska strategija uzroka i posljedice sadržana je u ovom članku.

„7 najboljih zdravih masnih namirnica za mršavljenje i snižavanje kolesterola“, naslov je članka koji sadrži uvod u kojem se pojašnjava značaj zdravih masti za dobrobit organizma. Sedam je namirnica podijeljeno u sedam paragrafa, a u svakom su paragrafu sadržani argumenti zbog kojih je ta navedena namirnica poželjan izvor zdravih masti. Članak sadrži argumentativnu i reportersku tekstnu vrstu. Uočen je i u ovom članku „Clickbait“ kao i argumentacijska strategija uzroka i posljedice.

„Trčanje, vožnja bicikla: Treneri otkrili najbolje fizičke aktivnosti za mršavljenje“, članak je čiji uvod sadrži informacije o tome kako uz pravilnu prehranu i kombinacijom cardio vježbi osoba može postići svoju željenu figuru. U članku se nalazi osam paragrafa i svaki od njih predstavlja po jednu cardio vježbu te benefite za tijelo koje određena vježba pruža. Ovdje su također prisutne tekstne vrste reporterska i persuazivna, odnosno argumentativna tekstna vrsta. Ovaj članak sadrži argumentacijsku strategiju uzroka i posljedice.

Navedeni su članci potvrdili i pokazali kako korištenje superlativa nagovještava i potvrđuje da će članak sadržavati argumentativnu tekstnu vrstu, kao i to da će se raditi o „Clickbait“ članku.

## 9. ZAKLJUČAK

Cilj je ovog rada bio koristeći se tekstualnom lingvistikom i kvalitativnom metodom analize tekstnih vrsta istražiti retoriku rubrike „Fit“ na portala Index.hr. Uz uočavanje tekstnih vrsta, istražiti i strategije pisanja te mogućnost sadržavanja „Clikbaita u člancima. Rad je pokazao kako se neke tekstne vrste češće ponavljaju nego ostale, primjerice argumentativna tekstna vrsta, proceduralna i instrukcijska tekstna vrsta najčešće su zabilježene u člancima rubrike „Fit“ portala Index.hr. Članci koji su korišteni za ovaj rad objavljeni su na portalu Index.hr u periodu od studenog 2023. zaključno do srpnja 2024. Jedan članak u većini je slučajeva napisan bar dvjema tekstnim vrstama.

Retoričkom analizom rad je pokazao koje se tekstne vrste, kao i strategije najčešće pojavljuju u radu, a ukazivanjem na iste, potreba za jačanjem medijske pismenosti kod čitatelja može biti dodatno osviještena. Ovaj je rad također imao potrebu baviti se tzv. mekim novinarstvom i pomnije istražiti njegovu lingvistiku, budući da je novinarstvo s tzv. malim „n“ sveprisutno, čitano i klikano, i dalje mu se nedovoljno posvećuje pažnja na visokim institucijama koje podučavaju novinarstvo. Neki od bitnijih uvida koje je ovaj rad istražio bili su sljedeći: argumentativna je tekstna vrsta najviše puta zabilježena u člancima čiji naslovi sadrže superlative, skoro svaki analizirani članak sadržavao je „Clikbait“ koji se mogao iščitati već iz samog naslova, novinari portala Index.hr koriste se „mamilicama“ od pokaznih zamjenica, hiperbola, superlativa pa sve do zanimljivih riječi koje će probuditi znatiželju u čitatelju, argumentacijska strategija koja je korištena u skoro svim analiziranim člancima je strategija uzroka i posljedice te se najčešće odnosi na zdrave tj. nezdrave navike kojima osoba može poboljšati ili pogoršati svoje zdravlje.

Topos autoriteta uzora i topos autoriteta stručnjaka često su primijećeni u člancima, posebno kod celebrity osoba gdje autoritet uzora otkriva svoje trikove za gubitak kilograma. Topos autoritet stručnjaka sadržan je u velikoj većini analiziranih članaka te se njime postiže vjerodostojnost kod čitatelja.

Topos suprotnosti u člancima portala Index.hr rubrike „Fit“ sadrži argumentativnu tekstna vrstu te je ona najčešće vezana uz one članke čiji naslovi sadrže superlative kao što su: „Najgori“/ „Najgora“, odnosno „Najbolji“/ „Najbolja“.

Članci rubrike „Fit“ svoje uporište najčešće imaju u znanstvenim istraživanjima te je svako istraživanje naznačeno kao i lokacija gdje se odvalo. Celebrity dame u rubrici „Fit“ spominju se najviše u okviru gubljenja kilograma ili pak davanja savjeta za gubitak kilograma. „Klikbait“ je često prisutan u ovakvim člancima. Navedene pravilnosti koje sadrži rubrika „Fit“ portala Index.hr ukazuju da se retorika kao disciplina osim na makrorazinama, može promatrati i na mikrorazini jednog medijskog portala.

Kada se piše o temama vezanim za zdravlje, Indexovi novinari prenose informacije i istraživanja u kojima je navedeni izvor profesionalac iz oblasti medicine ili nekih srodnih znanosti pa se time daje na značaj kredibilitnosti članka.

Uvidom u retoriku kojom se piše u rubrici „Fit“ na portalu Index.hr ovaj rad doprinosi stvaranju kredibilnog i poštenog online novinskog sadržaja te pruža detaljan uvid u bogatstvo tekstnih vrsta sadržanih u rubrici „Fit“ na portalu Index.hr.

## Literatura

### Knjige:

1. Bagić, K. (2012). *Rječnik stilskih figura*. Školska knjiga. Zagreb.
2. Bonačić, M. (1999). *tekst diskurs prijevod*. Književni krug. Spit.
3. Brautović, M. (2011). *Online novinarstvo*. Školska knjiga. Zagreb.
4. Hudeček, L., Mihaljević, M (2009). *Jezik medija*. Hrvatska sveučilišna naklada d.o.o. Zagreb.
5. Oraić Tolić, D. (2021) *Akademsko pisanje*. Naknada Ljevak. Zagreb.
6. Plenković, M. (1993) *Komunikologija masovnih medija*. Barbat. Zagreb.
7. Silić, J. (2006). *Fukcionalni stilovi hrvatskog jezika*. Disput. Zagreb.
8. Škarić, I. (2011). *Argumentacija*. Nakladni zavod Globus. Zagreb.
9. Vasilj, M. (2022). *novinarski žanrovi*. Synopsis. Zagreb.
10. Zgrabljić Rotar, N. (2020). *Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura*. Naklada Jesenski i Turk. Zagreb.

### Zbornici radova:

1. Beck, B., Kanižaj, I., Lechpammer, S. (2021). *Clikabit/mamilica: Deset načina manipulacije kontekstom*. Zbornik radova 10. regionalne znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija. Zagreb. Zaklada: Hanns Seidel; Fakultet političkih znanosti u Zagrebu. 89-101

2. Zagrebačke slavistička škola. (2011). *Sintaksa hrvatskoga jezika: Književnost i kultura osamdesetih. Zbornik radova 39. seminara zagrebačke slavističke škole*. Filozofski fakultet Sveučilište u Zagrebu. Zagreb.

Članak u časopisu:

1. Sapunar, Knežević, A, Togonal, M. (2012). Položaj hrvatskog jezika- jučer, danas, sutra. *Kolo. Časopis matice hrvatske za književnost, umjetnost i kulturu*. 5-6

Članak u elektroničkom časopisu:

1. Brautović, M. (2010). *Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993-2010*. MediAnali: Međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnosti. Vol. 4. No. 8. (2010).
2. Gojević, M. (2009). *Publicistički stil*. Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis, Vol.3 No.3. (2009).
3. Grbeša, M., Volarević, M. (2021). *Media in Croatia: from freedom fighters to tabloid avengers*. Publizistik. Vol.66, 621-636.
4. Peruško, Z. (2019). *Medijalizacija i društvena promjena: prilog istraživanja medijalizacije politike*. Politička misao: časopis za politologiju, Vol.56. No.1, 163-187

Članak na mrežnoj stranici koji nema autora:

1. *Lingvistika tekstnih vrsta* (2005).

<https://hrcak.srce.hr/file/21398> ( pristupljeno 23.7.2024.)



Diplomski i završni radovi:

1. Čakmak, I. (2022). *Nepoštivanje medijskih etičkih kodeksa i propisa u objavama hrvatskih internetskih portala*. Završni rad. Osijek. Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku: Akademija za umjetnost i kulturu: Odsjek za kulturu, medije i menadžment.
2. Hanžek, A. (2023). *Diskurs hrvatskih online medija o inicijativi „Muževni budite“ – mainstreaming konzervativnih ideja*. Diplomski rad. Zagreb. Sveučilište u Zagrebu: Fakultet političkih znanosti.
3. Lukić, M. (2022). *Načini sredstva uvjeravanja i ograđivanja u publicističkom stilu hrvatskog i makedonskog jezika*. Diplomski rad. Zagreb. Sveučilište u Zagrebu . Filozofski fakultet: Odsjek za južnoslavenske jezike i književnost.
4. Markan, A. (2018) *Persuazija u komunikaciji*. Osijek. Sveučilište J.J Strossmayera u Osijeku: Akademija za umjetnost i kulturu: Odjel za kulturologiju.
5. Prgomet, E. (2019). *Retorika - Umijeće persuazije*. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku.
6. Radić, M. (2021). *Sličnosti i razlike u sadržaju i usmjerenosti hrvatskih lifestyle portala*. Koprivnica. Sveučilište Sjever: Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo.
7. Šaina, K. (2016). *Kohezija i koherencija teksta*. Diplomski rad. Pula. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Filozofski fakultet: Odsjek za kroatistiku.
8. Trošić, L. (2020). *Stilske figure na naslovnica Sportskih novosti u nogometnim izvješćima*. Diplomski rad. Zagreb. Sveučilište u Zagrebu: Fakultet političkih znanosti.

Mrežne stranice: Index.hr

1. <https://www.index.hr/fit/clanak/tri-namirnice-koje-su-odlicne-za-zdravlje-crijeva-i-probavu-prema-nutricionistima/2571651.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.

2. <https://www.index.hr/fit/clanak/nutricionistica-otkrila-koje-tri-namirnice-nikad-ne-bi-pojela/2571345.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
3. <https://www.index.hr/fit/clanak/osobni-trener-otkriva-dvije-najbolje-vjezbe-za-zatezanje-trbusnih-misica/2571550.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
4. <https://www.index.hr/fit/clanak/policaajka-jelena-pobjednica-je-utrke-peljeskim-mostom-u-zenskoj-kategoriji/2569630.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
5. <https://www.index.hr/fit/clanak/jessica-simpson-otkrila-koliko-je-koraka-u-danu-radila-kako-bi-skinula-45-kilograma/2569381.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
6. <https://www.index.hr/fit/clanak/ljudi-koji-zive-dulje-jedu-ovu-hranu-pokazuje-velika-36godisnja-studija/2569867.aspx> (pristupljeno 16.6.2025.)
7. <https://www.index.hr/fit/clanak/ovo-je-jedan-od-glavnih-znakova-visoko-funkcionalne-depresije-koji-cesto-ne-uocavamo/2571920.aspx> 4 (pristupljeno 10.6.2024.)
8. <https://www.index.hr/fit/clanak/grkinja-s-otoka-dugovjecnosti-otkrila-koju-neocekivanu-hranu-ondje-svi-jedu/2570362.aspx> (pristupljeno 10.6.2024.)
9. <https://www.index.hr/fit/clanak/nini-iz-zivota-na-vagi-jedna-navika-promijenila-je-zivot-tako-odrzavam-kilazu/2573197.aspx> (pristupljeno 15.6.2024.)
10. <https://www.index.hr/fit/clanak/marylin-monroe-zadivljujucu-figuru-dugovala-je-bizarnim-prehrambenim-navikama/2572858.aspx> (pristupljeno 10.6.2024.)
11. <https://www.index.hr/fit/clanak/keto-dijeta-moze-ubrzati-starenje-organa-pokazuje-istrazivanje/2566504.aspx> (pristupljeno 15.6.2024.)
12. <https://www.index.hr/fit/clanak/zene-imaju-vece-zdravstvene-koristi-od-redovitog-vjezbanjanego-muskarci/2554786.aspx> (pristupljeno 15.6.2024.)
13. <https://www.index.hr/fit/clanak/na-jarunu-odrzan-bezglutenski-piknik-evo-kako-je-bilo/2572323.aspx> ((pristupljeno 16.6.2024.)
14. <https://www.index.hr/fit/clanak/lijecnik-specijaliziran-za-dugovjecnost-kaze-da-ovaj-vitamin-moze-produziti-zivot/2574157.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
15. <https://www.index.hr/fit/clanak/onkolog-otkrio-kada-bol-u-grlu-moze-biti-znak-raka/2574076.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)

16. <https://www.index.hr/fit/clanak/56godisnja-fitness-trenerica-otkrila-koje-namirnice-jede-bas-svaki-dan/2573325.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
17. <https://www.index.hr/fit/clanak/znanstvenici-kazu-da-voce-koje-se-nalazi-u-gotovo-svakoju-trgovini-smanjuje-kolesterol/2573174.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
18. <https://www.index.hr/fit/clanak/dijeteticarka-zelite-ravniji-trbuh-ogranicite-ovu-hranu/2573972.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
19. <https://www.index.hr/fit/clanak/lijecnik-tvr-di-da-dvije-navike-mogu-ubrzati-metabolizam-za-30-posto/2572669.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
20. <https://www.index.hr/fit/clanak/kako-izgraditi-misicnu-masu-evo-savjeta-trenera-za-pocetnike-i-napredne-vjezbace/2572498.aspx> (pristupljeno 16.6.2024.)
21. <https://www.index.hr/fit/clanak/kelly-osbourne-tvr-di-da-nije-koristila-ozempic-evo-kako-je-tocno-skinula-40-kila/2558779.aspx> (pristupljeno 28.6.2024.)
22. <https://www.index.hr/fit/clanak/christina-aguilera-otkrila-tajnu-gubitka-20-kilograma/2526214.aspx> (pristupljeno 28.6.2024.)
23. <https://www.index.hr/fit/clanak/renee-zellweger-skinula-je-vise-od-12-kilograma-uz-ove-tri-namirnice/2562394.aspx> (pristupljeno 28.6.2024.)
24. <https://www.index.hr/fit/clanak/messi-obozava-caj-koji-djeluje-kao-ozempic-znanstvenici-tvr-de-da-topi-kilograme/2561207.aspx> (pristupljeno 1.7.2024.)
25. <https://www.index.hr/fit/clanak/suzana-mancic-u-30-dana-skinula-11-kila-tvr-di-da-je-tajna-u-poznatij-namirnici/2554366.aspx> (pristupljeno 1.7.2024.)
26. <https://www.index.hr/fit/clanak/j-lo-je-uz-ovu-dijetu-skinula-kilograme-nakon-trudnoce-ali-strucnjaci-je-ne-vole/2551214.aspx> (pristupljeno 3.7.2024.)
27. <https://www.index.hr/fit/clanak/pet-nacina-na-koje-usamljenost-moze-negativno-utjecati-na-zdravlje/2578425.aspx> (pristupljeno 3.7.2024.)
28. <https://www.index.hr/fit/clanak/depresija-moze-pridonijeti-gubitku-pamcenja-i-obrnuto-otkrila-je-studija/2577860.aspx> (pristupljeno 3.7.2024.)
29. <https://www.index.hr/fit/clanak/dva-zdrava-napitka-koja-su-zapravo-losa-za-zdravlje-mozga-prema-neuroznanstveniku/2578934.aspx> (pristupljeno 3.7.2024.)
30. <https://www.index.hr/fit/clanak/studije-konzumiranje-pet-namirnica-doprinosi-zdravlju-mozga/2575739.aspx> (pristupljeno 4.7.2024.)

31. <https://www.index.hr/fit/clanak/lijecnik-cetiri-vrste-namirnica-i-dva-pica-koja-pomazu-u-prevenciji-demencije/2574664.aspx> (pristupljeno 4.7.2024.)
32. <https://www.index.hr/fit/clanak/njemacki-profesor-izdvojio-vjezbe-koje-su-najbolje-za-snizavanje-kolesterola/2579707.aspx> (pristupljeno 5.7.2024.)
33. <https://www.index.hr/fit/clanak/tri-najgore-opcije-za-dorucak-prema-lijecnicima/2579742.aspx> (pristupljeno 5.7.2024.)
34. <https://www.index.hr/fit/clanak/najbolja-grickalica-koju-mozete-jesti- navecer-za-bolju-razinu-secera-u-krvi/2579239.aspx> (pristupljeno 5.7.2024.)
35. <https://www.index.hr/fit/clanak/cetiri-najbolja-pica-bogata-antioksidansima-koja-mozete-piti-ako-imate-dijabetes/2578540.aspx> (pristupljeno 6.7.2024.)
36. <https://www.index.hr/fit/clanak/7-najboljih-zdravih-masnih-namirnica-za-mrsavljenje-i-snizavanje-kolesterola/2577708.aspx> (pristupljeno 6.7.2024.)
37. <https://www.index.hr/fit/clanak/trcanje-voznja-bicikla-treneri-otkrili-najbolje-fizicke-aktivnosti-za-mrsavljenje/2577506.aspx> (pristupljeno 6.7.2024.)

## **Sažetak**

Ovaj rad sadržava retoričku analizu jednog od najutjecajnijih tabloidnih portala u Hrvatskoj, Index.hr-a. Index. hr portal je koji sadrži velik broj lifestyle rubrika, a ovaj rad prikazuje retoričku analizu rubrike „Fit“. Svrha je ove retoričke analize ukazati na pravilnosti koje se ponavljaju u člancima rubrike „Fit“ kao i istražiti posjeduju li ovi članci „Clikbait“. U fokusu se ovog rada nalaze članci koji govore o zdravlju, brizi za tijelo i um, gubitku kilograma, savjetima stručnjaka, unaprjeđenju životnog stila te članci vezani uz celebrity osobe i njihove navike koje se tiču ove teme. Metodom retoričke analize obuhvaćeni su Index-ovi članci u okviru razdoblja od studenog 2023. do srpnja 2024. Rad je pokazao zajedničke značajke od tekstnih vrsta pa sve do argumentacijskih strategija te „Clikbaita“ koje se ponavljaju u člancima rubrike „Fit“.

Ključne riječi: fit, clikbait, trivija, zdravlje, prehrana

## **Summary**

This paper contains a rhetorical analysis of one of the most influential tabloid portals in Croatia, Index.hr. Index. hr is a portal that contains many of lifestyle sections, and this paper presents a rhetorical analysis of the "Fit" section. The purpose of this rhetorical analysis is to point out regularities that are repeated in the articles of the "Fit" section, as well as to investigate whether these articles possess "clickbait". The focus of this work is articles that talk about health, care for the body and mind, weight loss, expert advice, lifestyle improvement, and articles related to celebrities and their habits related to this topic. Using the method of rhetorical analysis, Index's articles were covered within the period from November 2023 to July 2024. The work showed common features from text types to argumentative strategies and "clickbait" that are repeated in the articles of the "Fit" section.

Key words: fit, clikbait, trivia, health, nutrition