

Analiza naslova o smrti s portala index.hr 2023.

Franjić, Veronika

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:114:597253>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



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

Veronika Franjić

**ANALIZA NASLOVA O SMRTI S PORTALA
INDEX.HR 2023.**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2024.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

**ANALIZA NASLOVA O SMRTI S PORTALA
INDEX.HR 2023.**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Boris Beck

Studentica: Veronika Franjić

Zagreb

lipanj, 2024.

Izjavljujem da sam diplomski rad *Analiza naslova o smrti s portala Index.hr 2023.*, 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 obveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS-bodove.

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

Veronika Franjić

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. ZNAČAJKE NOVINARSKO-PUBLICISTIČKOG STILA	2
2.1. Žanrovi novinarsko-publicističkog stila	3
2.2. Definiranje novinarskih žanrova.....	5
2.3. Vrste novinarskih naslova.....	7
3. ODABIR TEME NOVINARSKIH TEKSTOVA.....	9
3.1. <i>Kairós</i>	9
3.2. <i>Stasis</i>	10
3.3. Topos	10
4. STILSKE FIGURE U NOVINARSKIM NASLOVIMA.....	12
4.1. Odgovornost korištenja stilskih figura.....	12
4.2. Definiranje stilskih figura	14
4.2.1. Metafora	14
4.2.2. Metonimija	15
4.2.3. Personifikacija	15
4.2.4. Hiperbola	15
4.2.5. Epiteti	16
5. KONCEPT SMRTI.....	17
5.1. Misterioznost smrti	17
5.2. Jezik i iskustvo.....	18
5.3. Smrt u frazeologiji	19
6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	21
7. REZULTATI.....	23
7.1. Analiza naslova o zločinima	23
7.1.1. Značajke naslova o zločinima	24

7.2.	Analiza naslova o nesrećama.....	25
7.2.1.	Značajke naslova o nesrećama	27
7.3.	Analiza naslova o samoubojstvima	28
7.3.1.	Značajke naslova o samoubojstvima	29
7.4.	Analiza naslova o smrti slavnih osoba.....	30
7.4.1.	Značajke naslova o smrti slavnih osoba	32
8.	ZAKLJUČAK.....	34
9.	LITERATURA.....	36
	SAŽETAK.....	44
	SUMMARY	45

1. UVOD

Smrt je neobjašnjiva pojava, a opet svakoga dana čujemo za nju. Život je nepredvidljiv, ali će svakako završiti smrću. Koliko god nerazumljiva bila, svakako se ne može izbjeći. Vijesti o smrti često šokiraju i na većinu njih čitatelji ne mogu ostati ravnodušni. Zbog toga je crna kronika rubrika na koju često bace oko i oni koji izbjegavaju informativne medije. Vijesti o smrti su u suštini ove rubrike, a upravo zato se treba zapitati kako mediji izvještavaju o smrti.

U svakodnevnom govoru se često koriste razni eufemizmi i metafore kojima se nastoji, ponekad svjesno, a ponekad nesvjesno, izbjegavati riječ „smrt“. Tako se ona često naziva odlaskom i krajem, a za osobu koja je umrla često se govori da je više nema ili da je otišla. Jesu li mediji u tome iznimka?

Tema ovoga rada je upravo smrt i način na koji mediji o njoj izvještavaju. Kroz rad će se analizirati naslovi o smrti s portala Index.hr te će se proučiti jezik, struktura i izbor riječi u njima. Za početak je potrebno objasniti temeljne značajke novinarsko-publicističkog stila te sam pojam smrti. Nakon toga slijedi analiza naslova o zločinima, nesrećama, samoubojstvima i smrti slavnih osoba. Metoda istraživanja je kvalitativna analiza stila i retorike. Proučit će se vrsta naslova, topisi u naslovima te stilske figure u njima kao što su metafore, hiperbole i eufemizmi. Svi analizirani naslovi su objavljeni u 2023. godini.

Prema Reutersovom godišnjem istraživanju, Index.hr je bio najčitaniji hrvatski portal u 2023. i 2024. godini pa je upravo on najprikladniji za ovo istraživanje. Osim toga, radi se o mediju koji je tabloid pa će biti zanimljivo vidjeti na koji način takav medij izvještava o ozbiljnoj pojavi kao što je smrt. Tabloidi inače nerijetko trivijaliziraju vijesti i sadržavaju naslove koji će namamiti čitatelje. S druge strane, smrt je pojava koja gotovo uvijek šokira i prema kojoj ljudi osjećaju neku vrstu strahopoštovanja.

Ne postoji puno istraživanja na slične teme poput ove pa ju to čini znanstveno korisnom. Ovo će istraživanje razjasniti kako se mediji odnose prema pojavi smrti te kako ju percipiraju. Osim toga, istraživanje će pokazati i koje se stilske figure koriste pri izvještavanju o smrti.

Sve vijesti koje su poslužile kao jedinice analize ovoga istraživanja su iz 2023. godine, a radi se o vijestima iz Hrvatske i svijeta koje su objavljene na portalu Index.hr.

2. ZNAČAJKE NOVINARSKO-PUBLICISTIČKOG STILA

Novinarsko-publicistički stil je jedan od pet funkcionalnih stilova hrvatskog jezika uz znanstveni, administrativno-poslovni, književno-umjetnički ili beletristički te razgovorni. Kako kaže Josip Silić „novinarsko-publicistički (žurnalistički) stil najsloženiji je funkcionalni stil (hrvatskoga) standardnoga jezika“ (2006: 75). Ovaj je stil karakterističan za novinarstvo, kako mu samo ime i kaže. Novinarstvo obuhvaća tri područja aktualne komunikacije koja uključuju područje pisane, slušane i gledane aktualne komunikacije (Silić, 2006). Iako će se ovaj rad fokusirati na područje pisane komunikacije, „novinarstvo međutim nije samo područje pisane, nego i područje gledane aktualne komunikacije. Ono dakle uključuje i novine, i radio, i televiziju, i internet“ (Silić, 2006: 75).

Novinarsko-publicističkim stilom se aktivno služe novinari i publicisti, a publika koja konzumira medije je njime okružena (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005). „Novinari i publicisti morali bi upotrebljavati jezik usklađen sa zahtjevima standardnojezičnih norma i biti svjesni odgovornosti koja je posljedica činjenice da čitatelji, slušatelji i gledatelji svakodnevno prate njihov jezik i da mnogi od njih tako oblikuju svoju jezičnu svijest“ (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005: 243). Treba napomenuti da čitatelji novina i portala, ali i gledatelji televizije te slušatelji radija svjesno ili nesvjesno prate jezik medija. Posljedica toga je da publika koja konzumira medije, a gotovo da i nema osobe koja ne prati medije, oblikuje svoju jezičnu svijest s obzirom na njih (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005).

U novinarsko-publicističkom stilu se često pojavljuju i obilježja razgovornoga stila pa će se tako u novinarskim tekstovima moći naći i razni žargonizmi (Vrsaljko, 2011). Ipak, kako se ovo istraživanje bavi vijestima o smrti, može se pretpostaviti da izbor riječi ipak neće biti baš toliko slobodan. Kako Vrsaljko ističe, u medijima se često mogu pronaći i riječi koje dolaze iz stranih jezika kao što su primjerice anglizmi (2011). Za razliku od žargonizama, može se reći da su se anglizmi poprilično neprimjetno uvukli u hrvatski jezik i postali sastavni dio razgovornog stila što se očituje i u novinarsko-publicističkom stilu.

Neki mediji su prepoznatljivi po svojem specifičnom stilu. „Čak će se i novinski članci po svojem stilu u velikoj mjeri razlikovati, ovisno o profilu novina u kojima su objavljeni: razlikovat će se npr. članci objavljeni u *Večernjem listu* i *Vijencu*“ (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005: 243). Zapravo, iste autorice kažu da u novinarstvu ima i autora koji imaju

svoj prepoznatljivi stil pisanja po kojemu ih publika lako može prepoznati (2005). Tu je često riječ o kolumnistima koji u svojim tekstovima komentiraju aktualne događaje, pojave i osobe. Publika često redovito prati sadržaje pojedinih autora baš zato što im se sviđa njihov stil pisanja. Ipak, može se zaključiti da definitivno postoje i mediji koji imaju svoje prepoznatljive stilove. Jedna vijest može biti napisana na mnoge različite načine, a svaki način na koji je napisana će privući pozornost različitih profila čitatelja.

Često čitatelji već znaju što mogu očekivati od pojedinih medija. Tako će različite vrste medija na sasvim jedinstvene načine obraditi iste informacije. Primjerice, neki će mediji ozbiljno pristupiti izvještavanju o postupcima pojedine političke osobe koje će temeljito istražiti i analizirati. Drugi će mediji istu vijest obraditi iz neke druge perspektive. Ako se u obzir uzmu i tabloidi, može se pretpostaviti da će oni takvu vijest banalizirati i trivijalizirati, a nerijetko će tekst biti napisan u negativnom kontekstu. Takav tekst će, nažalost, često privući veći broj čitateljima jer je publici zanimljiv i čak i smiješan.

Iako ovakav način „izvještavanja“ negativno djeluje na kvalitetu novinarstva i medija, on je ipak prihvatljiviji u nekim novinarskim žanrovima, dok u drugima za njega nema mjesta. Kako god bilo, publicistika je svakako izvor kreativnosti po pitanju jezika (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005). Kreativniji novinarski sadržaj, a posebice kreativni novinarski naslovi na portalima i u novinama će vjerojatnije privući veći broj čitatelja. „Njihova je uloga takva da vrlo često samo o njima ovisi hoće li se novine pročitati. Zato se i opremaju tako da privuku čitatelje: posebnim pismom, na posebnu (*udarnom*) mjestu, s ključnim riječima (napisa), s riječima ekspresivna značenja, s karakterističnim rečeničnim i interpunkcijskim znakovima itd.“ (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005: 234).

Ti kreativni naslovi ponekad prelaze granice pa postaju *clickbait* naslovi. *Clickbait* naslovi su novinarski naslovi kojima zapravo nije cilj informirati čitatelja nego što dulje zadržati njegovu pozornost (Bazaco, Sánchez-García i Redondo García, 2019). Takva vrsta naslova izaziva znatiželju i ne odgovara novinarskim kriterijima koji se smatraju tradicionalnima (Bazaco, Sánchez-García i Redondo García, 2019). Karakteristike *clickbait* naslova uključuju: nepotpune informacije, privlačne izraze, ponavljanje i objavljivanje informacija koje se nastavlja, pretjerivanje i meke vijesti (Bazaco, Sánchez-García i Redondo García, 2019).

2.1. Žanrovi novinarsko-publicističkog stila

Novinarsko-publicistički stil obuhvaća mnogo žanrova. Kako je već ranije rečeno, postoji više vrsta medija od kojih svaki ima drukčije funkcije. Raznolikost žanrova ovoga stila je

posljedica upravo tih mnogobrojnih funkcija medija u koje ubrajamo informativne, promidžbene, pedagoške, zabavne i sl. (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005).

Novinarski žanrovi se tako mogu podijeliti u dvije okvirne skupine. Prva skupina obuhvaća žanrove kojima je svrha obavijestiti publiku. Tu se ubrajaju vijesti, komentari, kronike, prikazi, intervjui i reportaže (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005). Ova skupina žanrova je posebice važna za ovo istraživanje koje se temelji na vijestima objavljenima u rubrici crne kronike. Teme takvih tekstova čine „bitnije“ vijesti koje se najčešće odnose na politiku, ratove, nesreće, zločine, kriminal i sl. „U žanrovima iz prve skupine, čija je funkcija u prvome redu obavijesna (informativna) te prosvjetiteljska i pedagoška, prevladavaju jednostavne rečenice, nefigurativan i neekspresivan jezik“ (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005: 234).

Ipak, treba napomenuti da se stil članaka razlikuje i od medija do medija. Ovo istraživanje je provedeno na naslovima na portalu Index.hr, ali naslovi nekog drugog portala mogu biti napisani sasvim drukčijim stilom, čak i kada se radi o potpuno istoj vijesti. Međutim, vijesti ne bi trebale biti kreativno napisane.

Važno je da čitatelj odmah shvati smisao napisanog teksta. Štoviše, u novinarskim tekstovima se smisao jezičnog sredstva nalazi u samome tekstu te je smisao izrečen posredno (Silić, 2006). To znači da publika ne bi trebala promišljati da shvati dublje značenje teksta, ono bi trebalo biti jasno samo po sebi. S druge strane, kod književnumjetničkog stila je situacija obrnuta. Ovdje se čitatelj treba više „potruditi“ jer se smisao jezičnog teksta nalazi u podtekstu i iskazan je neposredno (Silić, 2006).

Štoviše, „novinarske procjene i ocjene moraju biti otvorene. U njima se mora vidjeti izravan i točan odnos prema činjenicama“ (Silić, 2006: 77). Naravno, u tom slučaju je moguće da svaki čitatelj smisao teksta shvati na različit način jer čitatelji moraju „čitati između redaka“ da shvate ključnu misao. U kontekstu novinarskih tekstova to nikako nije prihvatljivo. Kada bi novinarski tekstovi bili pisani takvim stilom, došlo bi do kaosa i širenja dezinformacija.

U drugu skupinu žanrova možemo svrstati sadržaje koji imaju karakteristike književnumjetničkog funkcionalnog stila, a u ovu skupinu tako ubrajamo kratke priče, koserije, humoreske, eseje i feljtone (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005). Takvi tekstovi se obraćaju publici koja je zainteresirana za znanost i kulturu te koja ima određeno predznanje zbog kojega će razumjeti igre riječima (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005).

Što se tiče obilježja takvih tekstova, autorice navode da tu spadaju „žanrovi u kojima su u većoj ili manjoj mjeri prisutne i značajke književnoumjetničkoga funkcionalnog stila“ (Frančić, Hudeček i Mihaljević, 2005: 234).

2.2. Definiranje novinarskih žanrova

Za početak je važno definirati novinarske žanrove koji dominiraju rubrikom crne kronike. Crna kronika je rubrika koju često ne preskaču ni oni koji se ne informiraju redovito. Gotovo svaki tekst objavljen u crnoj kronici je o smrti, bilo da se radi o nekoj slučajnoj nesreći, o namjernom zločinu ili o smrti slavne osobe. Kako se radi o temama koje su od velikog javnog interesa, o pojedinom događaju se najčešće neko vrijeme objavljuju najnovije informacije kako bi čitatelji ostali upućeni. Vijest, komentar i kronika su tri novinarska žanra koja dominiraju ovom rubrikom. Iako će ovo istraživanje analizirati samo naslove, a ne i sam sadržaj članaka, svejedno je važno definirati ove pojmove jer se često iz samog naslova članka može zaključiti o kojem se žanru radi.

Vijest je temeljna novinarska forma. Prema Josipu Siliću, vijest je „vrsta kraćeg napisa kojim se priopćava o aktualnim znanstvenim, društvenim, političkim i kulturnim zbivanjima“ (2006: 78). Kako je svrha vijesti informirati čitatelje, jezik kojim je napisana treba biti neutralan i jasan (Silić, 2006). To znači da ga šira publika treba moći razumjeti bez obzira na, primjerice, dob ili stupanj obrazovanja. Zbog toga vijest treba biti sastavljena od jednostavnih rečenica koje će biti svima jasne i razumljive. Vijesti imaju pripovjedni karakter jer se njihov raspored jedinica obavijesnog ustrojstva podudara s rasporedom jedinica njihovog gramatičkog ustrojstva (Silić, 2006).

Ovaj je žanr važan za naše istraživanje jer su svi naslovi iz istraživanja objavljeni u rubrici crne kronike u kojoj većinom prevladavaju vijesti. Osim vijesti tu su i komentari o određenim događajima poput nesreća i zločina.

Ipak, žanr vijesti je također podložan promjenama bez obzira na to što se radi o formi koja je temelj za novinarstvo. Tako Krajina i Perišin upozoravaju na promjene koje sa sobom nosi razvoj tehnologije. Primjerice, razvoj tehnologije je promijenio shvaćanje vijesti kod samih urednika i novinara, ali i kod čitatelja (Krajina i Perišin, 2009). Kako se navodi „promjene su evidentne i u selekciji vijesti, redefinišu se informativne vrijednosti te novinarske vrste i žanrovi“ (Krajina i Perišin, 2009: 951). Oni ističu i pojavu tzv. građanskog novinarstva što znači da praktički svaki čitatelj može u nekom trenutku postati novinar i izvijestiti o nekom događaju. Upravo je to jedna od pojava zbog koje se novinarske forme mijenjaju i novinarsko

izražavanje postaje sve slobodnije umjesto da se drži određene forme (Krajina i Perišin, 2009).

Prema definiciji, komentar je „osvrta na tekst, govor osobe, kulturni, umjetnički, društveni, politički ili kakav drugi aktualan događaj“ (Silić, 2006: 78). Dobar komentar treba biti jednostavno izložen, izrazito je važno da bude objektivna u iznošenju činjenica, a za njega je karakteristična upotreba sinonima jer mu je cilj objasniti sadržaj kojim se bavi (Silić, 2006).

Neki autori smatraju da se ovako slobodni žanrovi poput komentara i kolumni ne mogu svrstati u novinarske žanrove. Tako Obradović kaže da se u novinarskim kolumnama komentira, polemizira, iskazuje te da se pruža autorski pogled na svijet (2008). Ipak, Obradović zaključuje da su kolumne i komentari samo rubrike, ali ne i novinarski žanrovi te zaključuje da se najviše pišu tekstovi o unutrašnjoj politici dok se o crnoj kronici piše najmanje (2008). Napominje i da se komentari često pišu razgovornim stilom što uključuje korištenje dijalektizama i žargonizama (Obradović, 2008).

Još jedan žanr koji je potrebno definirati je svakako kronika. Kronika, osim novinarskog žanra, može biti i književni, ali za ovo istraživanje je najvažnija kronika u kontekstu novinarstva. To je žanr koji donosi „vijesti o (društveno) važnim aktualnim zbivanjima, i to (obično) odgovarajućim redoslijedom“ (Silić, 2006: 78). Kako su činjenice u kronikama često iznesene kronološkim redoslijedom i svakodnevno se nadopunjavaju najnovijim informacijama o događaju koji je aktualan u određenom trenutku, čitatelji moraju redovito pratiti zbivanja kako bi mogli razumjeti sve članke o tom događaju. Slično kao i kod vijesti, kronika mora biti razumljiva širokoj publici pa tako prevladava svakodnevna i jednostavan jezik kako bi različiti profili čitatelja razumjeli sadržaj na isti način (Silić, 2006). Kako Silić dodaje, u kronici se najčešće koriste jednostavne rečenice, dok se od složenih najčešće koriste vremenske zbog opisivanja vremenskog slijeda događaja (2006).

Na kraju, postoji i žanr koji se koristi isključivo kada je u pitanju smrtni slučaj, a riječ je o nekrologu. Prema definiciji, nekrolog je govor ili članak u novinama koji se piše povodom nečije smrti (Silić, 2006). Kako Silić kaže, sadržaj nekrologa je „život, rad i zasluge osobe u povodu smrti za koju se drži govor ili piše članak“ (Silić, 2006: 81). Kaže se da se o mrtvima govori sve najbolje. To je slučaj i kada se govori o ovom novinarskom žanru jer je njegov jezik nesvakodnevna dok je stil pisanja često uzvišen (Silić, 2006). Ipak, ako se ne poštuje granica ukusa i stil postane previše uzvišen, nekrolog se može vrlo lako pretvoriti i u

panegirik, odnosno u hvalospjev kojeg karakterizira pretjerano hvaljenje neke ličnosti (Silić, 2006). Nekrolozi su česti kada je u pitanju smrt slavne osobe.

2.3. Vrste novinarskih naslova

Kako ovo istraživanje analizira naslove o smrti, valja objasniti što su uopće novinarski naslovi i koje sve vrste naslova postoje. Novinarski naslov je „poruka sastavljena od jedne ili više riječi koje najavljuju naslovljeni tekst“ (Ivas, 2004: 10). Ivas novinarske naslove naziva ključnim mjestima teksta jer s obzirom na njih čitatelj donosi odluku hoće li pročitati dotični tekst ili neće (2004). Osim toga, naslovi su i grafički odvojeni od teksta što im daje određenu autonomnost (Ivas, 2004).

Kako je već spomenuto, iz samog naslova se često može zaključiti o kojem žanru se radi, a za različite žanrove su karakteristične i različite vrste novinarskih naslova.

U slučaju ovog istraživanja se radi o naslovima na portalu. Ako čitatelj zaključi prema naslovu da bi članak mogao biti dovoljno zanimljiv, kliknut će na njega. To može rezultirati razočarenjem jer često tekst ne ispunji obećanja koja je naslov dao. Ipak, naslovi su iznimno važni i kada govorimo o novinama. Dobri naslovi na naslovnici često „prodaju“ novine.

Kako Silić navodi, naslovi u medijima su napisani posebnim pismom, u novinama stoje na posebnom mjestu, s ključnim riječima, riječima ekspresivna značenja te s karakterističnim rečeničnim i interpunkcijskim znakovima (2006). Nadalje, Silić naslove dijeli na tri vrste: nominativne, informativne i reklamne (2006).

Nominativni naslovi su oni kojima se imenuje neki sadržaj, a za njih su karakteristične imenske riječi, odnosno imenice i pridjevi (Silić, 2006). Ako se u njima i koriste glagolske riječi i glagolski oblici, onda su oni „obezglagoljeni“, tj. oduzeta im je radnja i vrijeme i to tako da su preoblikovani u glagolske pridjeve i odnosne rečenice (Silić, 2006).

Informativni naslovi prenose neki sadržaj, a za razliku od nominativnih, u njima vodeću ulogu preuzimaju glagoli kao i glagolski oblici, glagolska vremena, upitne riječi, ali i načini prijenosa vijesti o sadržaju rečeničnim znakovima (Silić, 2006). Uskličnici i upitnici često igraju veliku ulogu kada se radi o informativnim naslovima. Uskličnikom se ističe važnost neke informacije, a oni sugeriraju čitatelju da je vijest o kojoj se piše vrijedna čitanja i pažnje. Upitnici se koriste kada je naslov formuliran kao pitanje i započinje upitnom riječi. Ipak, upitnik se može koristiti i kada autor naslova želi izraziti da se još uvijek ne zna točna informacija o nekom događaju.

U reklamnim naslovima glavnu ulogu imaju sugestivne riječi i sredstva jer se u takvim naslovima nudi određeni sadržaj (Silić, 2006). U njima se često koriste imperativi, upitnici, uskličnici i crtice (Silić, 2006). Još jedna od glavnih karakteristika ove vrste naslova je opći vid. To znači da su oni izvan svoga konteksta pa čitateljima nije jasno što oni točno znače. Zato autori uz ovakvu vrstu naslova pišu i podnaslove koji daju do znanja čitatelju o čemu je točno riječ (Silić, 2006).

Reklamni naslovi nisu posebno zanimljivi za naše istraživanje jer možemo pretpostaviti da ih u crnoj kronici baš i nema. Ipak, za reklame je ključna upravo raskošnost jezika i njegovo pametno korištenje (Vrebić i Kesegić, 2014). Vrebić i Kesegić kažu da se reklame odlikuju figurativnim izrazom i ekspresivnošću (2014). Mi nekako možemo pretpostaviti da će informativne naslove više odlikovati neki minimalizam po pitanju korištenja jezika.

U novinarskim naslovima se često javljaju i parafraze narodnih izreka i poslovice kako bi privukli pozornost čitatelja (Kojčinović, 2014). Kako Kojčinović ističe, kraći naslovi su češće i provokativniji te su izvučeni iz konteksta, za razliku od dužih (2014). Prema tome možemo zaključiti da će u crnoj kronici prevladavati duži naslovi jer se radi o ozbiljnim vijestima. Ako su vijesti o smrti i stradanjima lišene konteksta, to može biti vrlo problematično i čak i uvredljivo.

Treba napomenuti i efekt koji izaziva korištenje dvotočja i spojnice u naslovima. Tako spojnica može učinkovitije pojačati stanku i začudnost u čitatelja. Kojčinović ističe da je upravo to razlog zašto se spojnica više koristi od dvotočja na istom mjestu u naslovu (2014).

3. ODABIR TEME NOVINARSKIH TEKSTOVA

Odabir teme o kojoj će se izvještavati može biti puno teži nego što to zvuči. Važno je da je tema o kojoj se piše aktualna u tom trenutku. Pogotovo kada se radi o crnoj kronici. Pisanje vijesti o događajima koji su već „stari“ jednostavno nema smisla. Izrazito je važno pogoditi pravi trenutak kada će se o nečemu izvještavati. O tome piše i Dubravka Oraić Tolić koja ističe tri pojma koja ona naglašava kao izrazito važna u kontekstu retorike, ali su oni neizostavni i kada govorimo o novinarskom izvještavanju.

3.1. *Kairós*

Prvi od pojmova koje Oraić Tolić ističe je *kairós*. Ona objašnjava da je Kairos u grčkoj mitologiji bio bog sretnoga trenutka koji se prikazivao kao mladić s čuperkom na glavi dok mu je stražnja strana glave bila ćelava. Ljudi koji žele iskoristiti sretnu priliku su trebali Kairosa povući za čuperak (Oraić Tolić, 2011). Prema tome, pojam *kairós* označava kvalitativno vrijeme te se odnosi na pravi trenutak u kojem je idealno poduzeti određenu radnju (Oraić Tolić, 2011).

Kao što je ranije spomenuto, kod biranja novinarske teme je jako važno izabrati pravi trenutak. Pogotovo kada se radi o rubrici crne kronike koja je važna za ovo istraživanje. Čitatelji očekuju da će što prije biti informirani o svim novim događajima. Kako se najčešće ne znaju svi detalji o objavljenoj vijesti, mediji moraju konstantno objavljivati nove informacije. Oraić Tolić ističe da je upravo *kairós* nezaobilazna tehnika kod izbora teme jer ona mora biti izabrana u pravom trenutku i na pravom mjestu (2011).

Ipak, treba napomenuti da ne zahtijevaju sve teme da budu objavljene što prije i u pravom trenutku. Kada govorimo o crnoj kronici, *kairós* je svakako važan, ali kada govorimo o nekim lakšim i slobodnijim rubrikama, nije uvijek tako. Primjerice, teme iz rubrike zabave i mode ne moraju uvijek biti hitno objavljene. Istraživanje koje su proveli Benković i Balabanić 2009. godine je pokazalo da je na portalu Index.hr čak 24,49 posto objavljenih članaka o zabavi i šoubiznisu, dok je o kriminalitetu njih 10,71 posto (2010). Ipak, kriminalitet, odnosno crna kronika je treća najčešća tematika na portalu Index.hr, ali i na ostalim hrvatskim portalima koji su te godine bili najposjećeniji (Benković i Balabanić, 2009) što znači da je *kairós* izrazito važan za novinarstvo u općenitom smislu.

3.2. Stasis

Stasis se odnosi na četiri temeljna pitanja kojima se određuje predmet rasprave (Oraić Tolić, 2011). Ovu je tehniku utemeljio Hermagora iz Temna, a koristila se u kontekstu prava (Oraić Tolić, 2011). Kod tehnike *stasisa* se ističu četiri stavke: nagađanje, definicija, kvaliteta i djelovanje. Oraić Tolić objašnjava svaku od ovih stavki pa tako kaže da se nagađanje odnosi na pitanja o činjenicama, odnosno postoji li nešto, je li se to dogodilo i koji je uzrok tom događaju. Definicija objašnjava što je to, dok kvaliteta propituje svojstva predmeta rasprave, primjerice je li taj predmet dobra ili loša stvar (Oraić Tolić, 2011). Posljednje je djelovanje koje postavlja pitanja što točno treba učiniti po pitanju dotičnog predmeta i koje su radnje moguće i poželjne, a koje nisu (Oraić Tolić, 2011).

Iako se čini nepobitnim da se novinarsko izvještavanje temelji na činjenicama, o tome se često da raspravljati. U idealnim situacijama novinar zna da je ono o čemu piše istina jer je to istražio i vidio vlastitim očima. Međutim, u stvarnom svijetu to ipak ne funkcionira uvijek tako.

Gordana Vilović ističe koliko je važno da novinar sam istraži određenu informaciju. Iako se podrazumijeva da će vijesti iz crne kronike svakako biti istražene, ona kaže: „velika većina medijskih teoretičara ili učitelja novinarstva slaže se s ocjenom da je svaka dobra novinarska praksa istraživačko novinarstvo,, (Vilović, 2003: 964). Kao primjer ističe i to da bi novinari trebali istraživati i neke banalnije stvari o kojima pišu, primjerice cijene namirnica na tržnicama (Vilović, 2003).

3.3. Topos

Od ova tri navedena pojma, *topos* je najvažniji za ovo istraživanje. Naime, termin *topos* je književni i retorički pojam, kako to navodi Oraić Tolić. U kontekstu književnosti on označava opću temu ili motiv, dok u smislu retorike označava pronalaženje argumenata (Oraić Tolić, 2011). Shema klasičnih općih *toposa* obuhvaća pet *toposa*: definiciju, usporedbu, odnos, okolnosti i svjedočanstva (Oraić Tolić, 2011).

Kod definicije je ključno definirati temeljne pojmove dotične teme te se osloniti na deduktivno zaključivanje. Podtoposi koji ovdje pripadaju su rod i podjela, a to znači da je potrebno nabrojiti i dijelove predmeta kako bi se tema razjasnila (Oraić Tolić, 2011).

Usporedba uključuje tri podtoposa: sličnost, razliku i stupanj. Kod uspoređivanja se uspoređuje poznato i nepoznato te se prema tome predmeti određuju po svojoj sličnosti, razlici i stupnju (Oraić Tolić, 2011).

Topos odnosa obuhvaća četiri podtoposa: uzrok i posljedicu, antecedens i konsekvens, kontrarnost i suprotnost. Uzrok i posljedica su temeljni toposi kada govorimo o jezičnim praksama dok se antecedens i konsekvens odnose na ono što prethodi i ono što slijedi te se prema njima utvrđuje odnos uzroka i posljedice (Oraić Tolić, 2011).

Topos okolnosti uključuje moguće i nemoguće te prošlo i buduće. Ovaj topos naglašava da, ako je moguća jedna od sličnih stvari, moguća je i druga (Oraić Tolić, 2011). Topika prošlih činjenica se oslanja na empirijske dokaze, a kod topike budućih događaja zaključuje se prema vjerojatnosti (Oraić Tolić, 2011).

Svjedočanstva obuhvaćaju autoritet, svjedodžbe, statistiku, maksime, zakone i primjere (Oraić Tolić, 2011). Toposi svjedočanstva se temelje na vanjskim dokazima za razliku od definicije koja se temelji na unutarnjim dokazima. Tako se tu često radi o svjedočenjima u obliku autoriteta stručnjaka, svjedodžbama u korist nečega u smislu preporuka, statističkim podacima, maksimama kao što su poznate izreke ili očite istine, zakona u smislu prava te primjerima iz prošlosti (Oraić Tolić, 2011).

Tu se opet možemo vratiti na važnost istraživačkog novinarstva i na pouzdanost izvora informacije. Topos svjedočanstva je izrazito važan jer novinar treba pronaći vjerodostojan izvor koji će potvrditi informacije o kojima piše. Kako Vilović kaže, ponekad to može biti rizično i za samog novinara i za njegov izvor (2003). Ipak, zbog pritiska da se sve objavi što je brže moguće, informacije se često objave bez da su u potpunosti provjerene i bez izvora koji će ih potvrditi (Vilović, 2003).

Kako je svrha novinarstva informiranje javnosti, toposi su izrazito važni kada se o njemu govori. Dobar novinarski tekst mora čitatelja informirati o dotičnom događaju, ali ga i uputiti u sam kontekst čitavog zbivanja. Kako je već ranije spomenuto, tekstovi u crnoj kronici najčešće prate slijed događaja te informiraju čitatelje o najnovijim saznanjima o nekom zbivanju. Prvi članak najčešće donosi samo temeljne informacije o događaju koje su do tog trenutka poznate. Nakon toga se piše o uzrocima i posljedicama događaja, o sličnim događajima iz prošlosti, komentarima stručnjaka te o svjedočanstvima osoba s mjesta događaja.

4. STILSKE FIGURE U NOVINARSKIM NASLOVIMA

Novinarski naslovi imaju dvije uloge: pragmatičku i semantičku. Pragmatička uloga se odnosi na postizanje efekta kod samog čitatelja dok se semantička uloga odnosi na to koliko se naslov referira na sadržaj teksta (Iarovici i Amel, 1989 prema Ivas, 2004). U kontekstu njegove semantičke uloge, naslov je poput simbola jer obavještava čitatelja, a u pragmatičkoj ulozi je poput signala jer privlači pozornost i pobuđuje znatiželju (Iarovici i Amel, 1989 prema Ivas, 2004).

Veliku važnost kod pisanja novinarskih naslova ima figurativnost, pogotovo kada se govori o njegovoj pragmatičkoj ulozi. Korištenje figura u naslovima je izrazito važno kada se samim naslovom želi zadobiti pažnja čitatelja, ali ga i zabaviti. Figura je „rezultat posebnog izbora iz jezika i/ili posebnog raspoređivanja dijelova poruke u cjelinu“ (Ivas, 2004: 12). Korištenjem figura se odnos forme i sadržaja donosi na neki novi i neobičan način što rezultira privlačenjem pozornosti na poruku (Ivas, 2004).

U moru novih informacija, vijesti i tekstova, autori pokušavaju smisliti nove načine kako da privuku pozornost baš na svoj tekst, kao što i različiti mediji pokušavaju navesti čitatelje da čitaju baš njihov sadržaj. Figure u ovom slučaju mogu biti vrlo korisne. Čak i moćne. Ipak, kako smatra Ivas, njihova upotreba često može biti i kockanje (2004). Naime, uspješno korištenje figura može uvelike pridonijeti postizanju cilja, ali autor naslova treba u obzir uzeti nekoliko stvari. Koliko god korištenje figura u naslovima može biti kreativno i zabavno za čitatelje, uvijek postoji rizik da čitatelj možda neće shvatiti što je autor htio reći. Da bi čitatelj razumio figure u novinarskim naslovima, on mora poznavati opću kulturu, mora biti informiran o temi o kojoj se piše te mora imati sposobnost apstraktnog razmišljanja što je povezano s njegovom inteligencijom (Ivas, 2004).

Igre riječima i jezikom mogu uzrokovati i probleme. Autor bi pri pisanju naslova i samog teksta trebao osjećati moralnu odgovornost kako se ne bi činilo da se s nečime izruguje.

4.1. Odgovornost korištenja stilskih figura

Stilske figure pridonose pisanju zanimljivih i kreativnih naslova, ali one mogu i negativno utjecati na kvalitetu novinarstva. Iako će njihovim korištenjem naslovi definitivno biti zanimljiviji, one mogu biti vrlo riskantne.

Iako se može činiti da se naslovom ne može počinuti velika šteta jer se on ponekad sastoji od svega nekoliko riječi, to ipak nije istina. Naslovi mogu ostaviti popriličan dojam na čitatelje pa zbog toga na leđima njihovih autora počiva velika odgovornost.

U novinarsko-publicističkom stilu se često pronalaze i obilježja razgovornog stila. Vrsaljko navodi da se to odnosi na gramatičke konstrukcije i na leksik (2011). Štoviše, novinarsko-publicistički stil je često na rubu te za njega Vrsaljko kaže: „nejasnim se uzima položaj slobodnijih žanrova novinarsko-publicističkoga stila. Svaki stil ima svoje zakonitosti, ali osim onoga što ga čini posebnim, od ostalih stilova različitim funkcionalnim stilom, svaki od stilova ima i ono što je zajedničko, a to je stilski neutralni dio standardnoga jezika“ (Vrsaljko, 2011: 118).

U medijima se često upotrebljavaju žargonizmi, ali i riječi stranoga podrijetla, posebice anglizmi (Vrsaljko, 2011). Tu su naravno i stilske figure. Vrsaljko ističe da se ova obilježja zapravo najčešće pojavljuju u slobodnijim novinarskim žanrovima (2011). Stilske figure se vrlo često pojavljuju u medijima i rubrikama koje se tiču mode (Vrsaljko, 2011). Moda je prilično laka tema za razliku od smrti pa se trebamo zapitati koliko je uopće etički prihvatljivo koristiti stilske figure pri izvještavanju o smrti.

Figurativni naslovi su tu da bi zabavili i zainteresirali, a upravo oni mogu puno učinkovitije odraziti autorov svjetonazor nego nefigurativni (Ivas, 2004). Figurativnost može negativno vrednovati određeni predmet o kojemu se govori, a to se posebno vidi u naslovima u kojima se metonimijom i prevelikom generalizacijom čitavoj društvenoj skupini može pripisati neko ponašanje (Ivas, 2004). U takvim se slučajevima djelo pojedinca može generalizirati kao djelo cijele skupine kojoj taj pojedinac pripada.

Štoviše, novinari često nesvjesno koriste stilske figure kojima samo „potpiruju vatru“. Primjerice, vrlo je često nesvjesno korištenje ratne metaforike kada se piše o nekim sukobima, svađama ili sportu (Ivas, 2004). Tako se utakmica između dva kluba često naziva bitkom, a svađa između dvije javne osobe ratom. Ipak, korištenje takvih metafora doprinosi senzacionalizmu za što Ivas kaže da je sklonost „da se svugdje nađe nešto loše te da se loše prikaže stravičnim ili katastrofalnim“ (2004: 26).

Ranka Kojčinović kaže da je novinarsko-publicistički stil najbliži književnoumjetničkom stilu pa se u njemu prirodno pronalaze obilježja koja se inače mogu pronaći upravo u književnoumjetničkom stilu (2014). Ona opisuje novinarski stil kao „vrela jezične

kreativnosti“ te navodi da je riječ o stilu koji „normu najbolje ovjerava i najlakše razara. Glavna značajka publicističkog stila koja ga obilježava jest jezična živost i težnja ovjerenosti upotrijebljenih jezičnih jedinica“ (Kojčinović, 2014: 49).

Ivas smatra da bi novinari trebali humorom pokušavati stvoriti što ugodniji prostor za komunikaciju (2004). Nadalje, on nadodaje i da bi se, gledajući iz te perspektive, duhoviti naslovi mogli smatrati vrednijima od onih koji to nisu. Ipak, možemo zaključiti da humor nije uvijek najbolji izbor, pogotovo kad su u pitanju ozbiljne vijesti.

Stilske figure mogu proizlaziti iz poetičnosti i mogu oživjeti dobro raspoloženje te u tom slučaju igranje riječima može zabaviti publiku (Ivas, 2004). Ipak, figure mogu imati i negativne aspekte. Primjerice, ako ih autor nespretno upotrijebi, publici to može zvučati kao da se izruguje s predmetom ili osobom o kojoj se piše (Ivas, 2004). Također, ako je riječ o osobi, ona se može osjećati uvrijeđenom i oštećenom. Treba biti pažljiv i kod pisanja naslova o događajima jer pretjerana figurativnost može uzrokovati da zvuči kao da autor naslova trivijalizira i banalizira dotični događaj.

Kako god bilo, ne možemo ignorirati činjenicu da se stilske figure često koriste pri pisanju novinarskih naslova, čak i u rubrikama kao što je to crna kronika.

4.2. Definiranje stilskih figura

4.2.1. Metafora

Metafora se smatra „zamjenom imena ili prenošenjem imena s jedne stvari na drugu i prenošenjem značenja s jedne riječi na drugu“ (Ivas, 2004: 15). Neke od temeljnih osobina metafore su slikovitost i apstraktnost, a ona koristi osjetilne modalitete kako bi približila kontekste i predmete (Ivas, 2004). Neke metafore se toliko često koriste u medijima, ali i u svakodnevnom govoru da ih Ivas naziva stalnim metaforama. To primjerice uključuje nazivanje aktualne svađe između dvije osobe ratom ili bitkom, nazivanje teške situacije paklom i križnim putem i pogoršanje nečega bolešću i zarazom. Na ovim primjerima možemo vidjeti zašto je za razumijevanje metafore potrebno određeno predznanje. Ako neku situaciju nazovemo križnim putem, moguće je da osobe koje nisu kršćani neće shvatiti takav naslov. Zato treba promisliti prije korištenja metafora.

Metafora je izrazito moćna stilska figura koja se vrlo često koristi u novinarstvu. Ipak, kod njezinog korištenja treba biti vrlo oprezan jer ona može utjecati na promjenu razmišljanja ili prosuđivanja kod čitatelja. Upravo o tome pišu Kristina Štrkalj Despot i Ana Ostroški Anić.

One su istražile konceptualne metafore koje su se koristile pri pisanju o pandemiji koronavirusa. Njihovo je istraživanje pokazalo da se pandemija COVID-19 uokvirivala kao borba i rat zbog čega se kod čitatelja može pojačati strah i tjeskoba (Štrkalj Despot i Ostroški Anić, 2021). Međutim naglasile su i da često sama „metafora“ nije štetna i neprikladna sama po sebi nego je štetan kontekst u koji je ona smještena kao i način na koji se koristi (Štrkalj Despot i Ostroški Anić, 2021).

Na portalu Index.hr metafora se vrlo često koristi pri izvještavanju o smrti. Često se ubojica metaforički naziva čudovištem i monstroom. Također, kod izvještavanja o smrti slavne osoba, smrt se metaforički prikazuje kao odlazak i gubitak.

4.2.2. Metonimija

Metonimija označava „uporabu riječi u prenesenom značenju pri čemu se značenje jedne riječi proširuje i prenosi s jedne na drugu u skladu s nekim stvarnim odnosima“ (Kojčinović, 2014: 41). Kojčinović nadodaje da se kod metonimije za jedan pojam koji ima neko značenje koristi drugi pojam koji je u vezi s prvotnim (2014).

Primjer za metonimiju s portala Index.hr je naslov koji glasi: *Potresni prizor ispred škole na Vračaru: S ograde vise baletne papučice*. Baletne papučice su metonimija jer one označavaju djetinjstvo.

4.2.3. Personifikacija

Personifikacija ili poosobljenje je figura kojom se „neživom predmetu pridaju obilježja živog bića ili se ne-ljudskom daju ljudska obilježja“ (Ivas, 2004: 18). Radi se o vrsti skraćene alegorije. Kao primjer personifikacije, Ivas navodi naslov iz novina *Ortynsky: Smijenio me organizirani kriminal* (2004). Jasno je da je riječ o personifikaciji jer kriminal nije osoba koja može nekoga smijeniti. To mogu učiniti samo osobe koje su u njega uključene.

Ova stilska figura se na portalu Index.hr može naći u naslovima o nesrećama. U tim slučajevima se personificira sama smrt, predmet ili pojava koja je „skrivila“ nesreću. Tako se za lift piše da je ubio staricu iako lift ne može počinuti ubojstvo. Za ljude se kaže da su pobijedili smrt iako ona nije osoba s kojom se može natjecati.

4.2.4. Hiperbola

Hiperbola je „isticanje odabranog obilježja do te mjere da mora biti jasno da je figurativno“ (Ivas, 2004). Jukić kaže da je hiperbola figura koja postoji od kad postoji i retorika te da je ona zastupljena u svim područjima čovjekova djelovanja (2021). Hiperbola se koristi u svim

funkcionalnim stilovima, a posebice u publicističkom. Ona najčešće veže pozitivne konotacije, ali kada je riječ o publicističkom funkcionalnom stilu, te konotacije ponekad mogu biti i negativne (Jukić, 2021). Njezinim se korištenjem često pokušava ostvariti duhovitost, ali zbog negativnih konotacija se može izroditi i sarkazam (Jukić, 2021).

Na portalu Index.hr, hiperbola se često koristi kako bi se dočarale neke nesreće ili katastrofe. Primjerice, pri izvještavanju o velikom požaru na Havajima, naziva ga se apokalipsom i ratnom zonom. S druge strane, Havaje se naziva rajem na zemlji kako bi se dočarao kontrast.

4.2.5. Epiteti

Epiteti se najčešće vezuju uz poeziju, ali se nerijetko koriste i u prozi. Štoviše, često se koriste i u novinarskim naslovima i tekstovima. Epitet je „pridjev koji pobliže određuje imenicu s ciljem da se naglasi kakvo svojstvo ili da izraz bude slikovitiji, međutim epitet u širem smislu može biti bilo koja riječ koja karakterizira“ (Baković, 2019: 168). Epiteti su zanimljivi za analiziranje jer se u njima odražava ukus i kriteriji samog autora koji ih je napisao (Antoš, 1974 prema Baković, 2019).

Epiteti postoje kako bi pojačali efekt i što učinkovitije ostavili onakav dojam na čitatelja kakvom se sam autor nada. Njihovo korištenje u crnoj kronici može biti vrlo sklizak teren jer se njima može pretjerivati i prenaglašavati što može djelovati neukusno. Kod izvještavanja o smrti na portalu Index.hr se pojavljuju epiteti poput *stravično*, *jezivo* i *potresno* kako bi se opisala ubojstva. Njihova svrha nije informativna, nego samo pojačavaju dramatičnost.

5. KONCEPT SMRTI

5.1. Misterioznost smrti

Potrebno je kratko sagledati koncept smrti i s filozofske strane. Ljudima je teško objasniti nešto što sami nisu iskusili. Zato se treba zapitati je li uopće moguće spoznati i zamisliti smrt, je li moguće znati kako je to biti mrtav i je li uopće moguće zamisliti vlastitu smrt (Biondić, 2023). Iako se na nju gleda kao na neku misterioznu pojavu, zapravo bi se dalo raspravljati o tome koliko je smrt uopće misteriozna. Kako Biondić kaže, u smrti zapravo nema ničeg što je nužno misteriozno ili kontradiktorno (2023). Zapravo, on smatra da smrt uopće nije nedokučiva, nego da je u dohvat ljudskog razuma kao i bilo koja druga pojava, samo što je ona ljudima psihološki vrlo uznemirujuća (Biondić, 2023).

Na smrt se najčešće gleda jednostavno kao na prestanak postojanja te se prema tome poistovjećuje s krajem (Stamenković, 2014). Upravo iz te pretpostavke proizlaze sve one metafore o smrti koje su se ustalile u jeziku. Kako je zamisao na prestanak postojanja pomalo zastrašujuća, često se koriste i eufemizmi koji nastoje ublažiti tjeskobu koju razmišljanje o umiranju može izazvati.

Ono što je jako zanimljivo istaknuti vezano za smrt je jednakost i nejednakost. Naime, „univerzalna jednakost“ po pitanju smrti je u tome što će svi ljudi umrijeti, baš kao i životinje i biljke, odnosno sva živa bića koja postoje (Stamenković, 2014). Međutim, o nejednakosti se može raspravljati u kontekstu negativnih i manje negativnih ili čak i pozitivnih stavova prema smrti (Stamenković, 2014). Negativne stavove o smrti tako imaju oni koji je se boje, dok manje negativne stavove imaju oni koji prihvaćaju smrt bez većeg straha (Stamenković, 2014).

Govoreći o nejednakim stavovima, moguće je povući i paralelu sa stavovima o smrti u crnoj kronici. Primjerice, čitatelji lakše prihvaćaju vijest o smrti osobe koja je ubojica ili zločinac. Ili kada neki vozač skrivi prometnu nesreću u kojoj poginu nedužni ljudi, ali i on sam. Prema smrti osobe koja je namjerno neoprezno i brzo vozila će ljudi imati manje negativan stav, dok će prema smrti osobe koja je pri nesreći poginula imati negativan stav i osjećat će veće žaljenje.

5.2. Jezik i iskustvo

Smrt je tabu tema jer ljude često prođe jeza od same pomisli na nju. Ona se doživljava kao kraj jer se njome završava ljudski život. Iako se često o njoj govori, ne može se reći da ju se potpuno razumije jer se radi o iskustvu koje ljudi nisu iskusili, a oni koji ga zaista i jesu iskusili ga ne mogu opisati. Prema tome se da zaključiti da se o smrti može samo nagađati.

Kako Virna Karlić navodi, ljudi uspostavljaju pojmove o svijetu oko sebe na temelju svojih iskustava, bilo da se radi o fizičkim, osjetilnim, emocionalnim ili pak intelektualnim iskustvima (2018). Ona ističe da konkretne pojave ljudi doživljavaju izravno, dok sve ono što im je previše apstraktno doživljavaju preko poznatih iskustava (Karlić, 2018). Kako živi smrt nisu doživjeli, uspoređuju je s iskustvima koja jesu doživjeli, a za koja smatraju da su na neki način slična smrti. Zbog toga je metaforika smrti toliko zanimljiva za proučavanje jer se smrt često doživljava kao odlazak ili vječni san.

Iako se može činiti da je teško pronaći prave riječi da se opiše iskustvo koje ljudi nisu iskusili, neki teoretičari tvrde da to zapravo uopće nije problem jer jezik dolazi prije samog iskustva. O tome pričaju zagovornici nativističkih teorija koji smatraju upravo to, da jezik prethodi iskustvu jer njegova svojstva kao što su kompleksnost i apstraktnost jednostavno moraju prvo pretpostaviti da postoje neki univerzalni principi i parametri prema kojima govornici onda usvajaju sam jezik (Chomsky, 1965, 1972, 1975, 1981 i Pinker, 1994 prema Geld, 2006).

S druge strane, postoji i konstruktivistički pristup koji kaže upravo suprotno od nativističkih teorija, a to je da jezik proizlazi iz prethodnog iskustva. Ovaj pristup istražuje kako je jezik povezan s kognicijom. Osim toga, konstruktivisti kažu da su pravilnosti u strukturi kod pojedinca rezultat izloženosti tog pojedinca tom jeziku te sveukupne analize njegovih distribucijskih obilježja koja traje cijeli život (Geld, 2006). Kada je riječ o smrti, u jeziku se često izbjegava sama ta riječ. Također, izbjegava se i riječ kao što je *umiranje* pa se o tome često govori u prenesenom značenju. To preneseno značenje se toliko ustalilo u jeziku da je normalno za pokojnika reći da je otišao ili da je zauvijek usnuo jer će svi znati da je osoba o kojoj se govori zapravo preminula. Iako ljudi sami nisu iskusili smrt, doživjeli su je kroz jezik i prihvatili sva prenesena značenja koja o njoj postoje.

Ono što je još zanimljivo istaknuti kada se govori o konceptu smrti i umiranja je konstruiranje značenja. Konstruiranje značenja riječi znači da se „objektivno ista situacija vidi na različite načine“ (Geld, 2006: 185). Dakle, radi se o procesu razumijevanja neke pojave i izgradnje

njezinog značenja. Tu je najvažnije iskustvo samog govornika o čemu ovisi njegovo razumijevanje neke pojave (Geld, 2006).

5.3. Smrt u frazeologiji

Često se u jeziku koriste metafore, metonimije, frazemi i eufemizmi u komunikaciji vezanoj za smrt i umiranje. Kako je smrt nezaobilazna tema u rubrici crne kronike, potrebno je istražiti hrvatski frazeološki korpus koji se uz nju veže.

Barbara Kružić i Goran Tanacković Faletar u svojem istraživanju daju pretpostavku da je ljudima traumatično govoriti o smrti pa zato pronalaze blaže izraze kojima ostvaruju, kako oni to nazivaju, „konceptualni bijeg iz traumatičnog područja“ (2019: 39). Oni naglašavaju da je smrt u nekim kulturama izrazito tabuizirana pa postoje čitave komunikacijske strategije kojima se ljudi služe kako bi o njoj komunicirali (Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Također, važno je spomenuti i koliku snagu imaju same riječi jer one ne postoje samo kako bi se njima prenosile činjenice o izvanjezičnoj stvarnosti, već one postoje i kako bi se na neki način mijenjala ta ista stvarnost (Kružić i Tanacković Faletar, 2019). To mijenjanje stvarnosti s obzirom na izbor riječi koje se koriste je zanimljivo proučiti iz novinarske perspektive jer novinar samim izborom riječi može činjenicama promijeniti prizvuk, a da svejedno kaže istinu.

Riječi se često poistovjećuju s činjenicama, odnosno ono što je izrečeno se nerijetko smatra i činjenicom koja se ostvaruje. O tome pričaju Kružić i Tanacković Faletar koji kao primjer za tu tvrdnju ističu razne religijske i magijske obrede (2019). Upravo zato govorenje o smrti izaziva nelagodu jer se u mnogim kulturama svjesno ili nesvjesno doživljava da govor o smrti može tu smrt i prizvati (Kružić i Tanacković Faletar, 2019).

Teško je povjerovati da će novinar izbjegavati riječ *smrt* jer se boji da će ju prizvati. Međutim, ono što se može pretpostaviti je to da je izbjegavanje korištenja te riječi toliko ukorijenjeno u jezik da je postalo dio normalne komunikacije o toj temi.

Potrebno je spomenuti i korištenje eufemizama koji se u slučaju komunikacije o smrti i umiranju koriste kako bi tu komunikaciju učinili prihvatljivom. Štoviše, na taj se način može izraziti i određeno strahopoštovanje prema smrti i samom pokojniku jer eufemizmi omogućuju da govornik izbjegne neprikladan stil obraćanja ili pogrešno imenovanje (Pasini, 2003 prema Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Kako kažu Opašić i Gregorović, kada se priča o smrti, jako se često koriste eufemizmi zbog duboko usađenog straha od smrti (2010).

Istina je da je se svi boje. Neki malo više, neki malo manje. Ipak, kako Opašić i Gregorović kažu, ljudi pokušavaju strah od smrti prebroditi tako što sami sebe uvjeravaju da smrt nije kraj, nego da je ona zapravo početak novoga života (2010).

Ipak, kada se smrt želi učiniti još strašnijim pojmom, često se koriste i disfemizmi. Svrha eufemizama je da ublaži određenu riječ, dok disfemizmi rade ono suprotno te ju dodatno otežavaju. Dakle, disfemizmi su zapravo izrazi s konotacijama koje se smatraju uvredljivima (Alan i Burrige, 2006:26 prema Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Na portalu Index.hr se disfemizmi često koriste kod izvještavanja o ubojstvima. Tako se oni nazivaju pokoljem i masakrom, a pucnjava rešetanjem.

Osim eufemizama i disfemizama, nemoguće je ne spomenuti i metafore o smrti. Smrt se tako konceptualizira i svrstava u neku kategoriju zbog lakšeg shvaćanja (Brozović Rončević i Žic Fuchs, 2003). Razumijevanje ovako apstraktnih pojava kao što je smrt je i kulturološki uvjetovano, a kultura tako pruža sustav koncepata koje ljudi onda „uprizoruju“ i svrstavaju ih u neke okvire (Filmore, 1997 prema Brozović Rončević i Žic Fuchs, 2003). Baš se zato uz smrt vežu brojne metafore koje su se već „udomaćile“ u jeziku.

Silaški navodi četiri konceptualne metafore koje se vežu uz smrt: gubitak, putovanje ili odlazak, kraj i san, a napominje da se često koristi i personifikacija smrti (Silaški, 2011 prema Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Širu priču o metaforama smrti pričaju Lakoff i Turner koji navode čak devet konceptualnih metafora, a neke od njih se podudaraju s onima koje navodi Silaški. Oni tako ističu smrt kao gubitak, odlazak, san, noć, hladnoću, tišinu, osobu, krajnje odredište i oslobođenje (Lakoff i Turner, 1989 prema Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Drugi pak autori metafore smrti svrstavaju u četiri domene: gubitak, briga o duši, putovanje i početak novog života (Allan i Burrige, 1991 prema Kružić i Tanacković Faletar, 2019).

6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Cilj ovoga istraživanja je prvenstveno istražiti rubriku crne kronike i istražiti kako se izvještava o smrti koristeći metodu kvalitativne analize sadržaja. Rubrika crne kronike i smrt su dva pojma koja su zapravo neodvojiva jer je smrt glavna tema crne kronike. Jedinice analize su novinarski naslovi. Dakle, na sami novinarski tekst se neće obraćati pažnja. Naslovi su ključni kod novinarskih tekstova jer upravo oni „prodaju“ taj tekst i o njima ovisi hoće li taj isti čitatelj pročitati određeni tekst ili neće (Ivas, 2004).

Istraživanjem se nastoji odgovoriti na pitanje koje se značajke novinarsko-publicističkog stila očituju u rubrici crne kronike te koja uopće vrsta novinarskih naslova ondje prevladava. Inače, crna kronika je rubrika za koju se može pretpostaviti da u njoj nema puno mjesta za kreativnost i igre riječima. Što se tiče vrste naslova, očekuje se da će prevladavati informativni naslovi, a analizirat će se i korištenje interpunkcija u njima.

Istražit će se i *kairós* i *topos*. *Kairós* je iznimno važan za crnu kroniku jer je, kako je Oraić Tolić istaknula, važno uhvatiti pravi trenutak za pisanje o odabranoj temi (2011). Kada je riječ o sadržaju u crnoj kronici, pravi trenutak je apsolutno najvažniji. Nema smisla pisati o događajima koji su prestari jer javnost želi biti informirana o svim važnim događajima što je prije moguće. Što se tiče *toposa*, analizirat će se kako je pojedina informacija argumentirana u naslovu i kako je potkrijepljena.

Kako je već istaknuto, može se pretpostaviti da u crnoj kronici jednostavno nema mjesta za kreativno izražavanje autora i za igranje riječima. Međutim, ne treba zaboraviti na problematiku samog koncepta smrti. Kako se smrt doživljava kao apstraktna pojava, prirodno je da se koriste stilske figure kako bi se ona opisala. U jeziku postoje neke ustaljene stilske figure koje se koriste kada se govori o smrti i umiranju, posebno metafore i eufemizmi, ali i disfemizmi (Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Zato treba istražiti koje stilske figure se koriste kada se izvještava o smrti te jesu li one korištene kako bi se поближе opisao neshvatljivi pojam smrti ili su tu kako bi bolje „prodale“ tekst.

Svi novinarski naslovi koji su korišteni za istraživanje su s portala Index.hr i objavljeni su u 2023. godini te je svima tema smrt. Također, treba napomenuti da su svi odabrani naslovi podijeljeni u četiri kategorije, a to su: naslovi o zločinima, nesrećama, samoubojstvima i o

smrti slavnih osoba. Iz svake kategorije će se analizirati nekoliko naslova te zaključiti koje su razlike kod pisanja naslova iz svake od spomenutih kategorija.

Što se tiče odabira portala, Index.hr nije slučajno odabran. Riječ je o najčitanijem hrvatskom portalu u 2023. i 2024. godini prema Reutersovom izvješću. Portal Index.hr je ujedno i tabloid te ima odvojenu rubriku crne kronike. Činjenica da se radi o tabloidnom portalu je već dovoljno zanimljiva da se ovakva vrsta istraživanja provede upravo na njemu. Naime, novinari koji pišu za tabloide su posebno slobodni kada su igre riječima i poigravanje s novinarskim naslovima u pitanju. Iz tog razloga je zanimljivo istražiti kako portal takve vrste koji često ima slobodniji pristup izvještava o ozbiljnoj temi kao što je smrt. Kako je već ranije naglašeno, smrt je ljudima psihološki duboko uznemirujuća pojava (Biondić, 2023). Zato treba istražiti kako Index.hr pristupa tako uznemirujućoj temi.

Ono što ovo istraživanje nastoji je analizirati rubriku crne kronike na portalu Index.hr kroz naslove novinarskih tekstova te se s obzirom na to može postaviti nekoliko istraživačkih pitanja: Koji tip naslova dominira u crnoj kronici? Koji se topisi pojavljuju u naslovima? Koje stilske figure se koriste? Kako je prikazana smrt? Kako se prikazuju različite vrste smrti?

Posljednjim pitanjem o različitim vrstama smrti će se zapravo istražiti postoje li različiti pristupi prema konceptu smrti s obzirom na različite vrste smrti. Primjerice, kakav je pristup prema smrti kada se radi o ubojstvu i kada se radi o smrti slavne osobe.

7. REZULTATI

7.1. Analiza naslova o zločinima

Kod naslova o zločinima u fokusu su ubojstva, bilo da se radi o jednostrukim ubojstvima, bilo da je riječ o masovnim pucnjavama u kojima ima smrtno stradalih. Tip naslova je informativni, a od interpunkcijskih znakova prevladavaju dvotočja, točke i zarezi. Ne koriste se uskličnici i upitnici. Kako uskličnici i upitnici povećavaju dramatičnost (Silić, 2006), može se zaključiti da ih se s razlogom izbjegava pri izvještavanju o ovakvoj temi koja je već sama po sebi jako potresna.

- *Detalji stravičnog trostrukog ubojstva u BiH: „Ubijao je ciljano iz osvete“*

Kada se govori o pojačavanju dramatičnosti, treba spomenuti epitete kojih su naslovi o zločinima jednostavno prepuni. Kako je već ranije objašnjeno, epiteti su ukrasni pridjevi kojima se pobliže opisuje neki predmet (Baković, 2019). U ovom se slučaju epiteti koriste kako bi se naglasila težina počinjenog zločina. Ovaj naslov to odlično pokazuje. Isti bi naslov bio jednako informativan i da nema tog epiteta *stravično*, međutim on je tu zbog efekta.

- *Detalji jezivog masakra u Srbiji: „Žrtve ga molile da prestane, on ih šutke ubijao“*
- *Potresni prizor ispred škole na Vračaru: S ograde vise baletne papučice*

Sličnog su koncepta i ova dva naslova. U prvom ulogu epiteta preuzima riječ *jezivo*. U drugom naslovu se koristi riječ *potresno* čime se pojačava učinak koji ovakav naslov ima na čitatelja. Štoviše, epiteti poput *jezivo*, *strašno*, *stravično* i *potresno* su vrlo česta pojava kada se radi o izvještavanju o zločinima. Baletne papučice u drugom naslovu su metonimija jer one označavaju djetinjstvo.

- *Kolegice ubijene Nizame: Ubojica nije bio čovjek, već monstrum koji ju je izmučio*
- *Vučić: Ni onaj mali monstrum ni onaj nešto veći monstrum neće izaći iz zatvora*

U naslovima o ubojstvima je jako često istaknut lik ubojice kojeg se naziva imenima i često ga se dehumanizira. Imena koja mu se najčešće pripisuju su *monstrum* i *čudovište*, a u jednom slučaju se ubojicu naziva i *smećem*. U prvom naslovu možemo vidjeti taj kontrast kojim se direktno naglašava dehumanizacija počinitelja, a treba istaknuti i primjer toposa

svjedočanstva jer kolegice stradale žrtve daju izjavu o počinitelju. Počinitelja se tako naziva monstroomom što je hiperbola i metafora.

Odličan primjer za dehumanizaciju počinitelja je i drugi naslov u kojem predsjednik Vučić dječaka koji je pucao na svoje kolege naziva *malim monstroomom*, a spominje se i *nešto veći monstroom* što čini kontrast. U naslovu se također ističe i topos autoriteta.

- *Zašto je smeće koje je usmrtilo curu uopće bilo na slobodi?*

Ovakav tip naslova je vrlo zanimljiv za analizu jer nije karakterističan za ovu rubriku. Iz njega se odmah može zaključiti da se radi o tekstu koji je komentar, a ne vijest kao ostali naslovi koje smo spomenuli. Formuliran je poput pitanja s upitnikom, a autor je bio dovoljno slobodan da ubojicu metaforički nazove *smećem* čime ga opet dehumanizira.

- *Mladić masovnom ubojici u SAD-u uzeo pušku nakon pokolja, snimljena borba*

U naslovu se masovno ubojstvo naziva *pokoljem* što je disfemizam jer zvuči puno grublje, a čitatelju se obećava i snimka na kojoj je prikazana borba mladića i ubojice. Epitet koji opisuje ubojicu je riječ *masovni*. Spominjanje snimki i fotografija se često smatra karakterističnim za *clickbait* naslove. Može se zaključiti i da se ova vijest o masovnom ubojici u SAD-u nastavlja na prethodne vijesti o tom događaju, ali ne donosi informacije o novim saznanjima. Kako bi se navelo čitatelje da kliknu na članak, spominje se video, iako su oni već informirani o tome i iako je očito da iz njega neće saznati nikakve nove informacije.

- *Objavljen video, policija izrešetala ženu koja je pobila učenike u SAD-u.*

Čini se kako autori novinarskih naslova o ubojstvima definitivno ne iskazuju milost kod biranja riječi. Iz ovog naslova se može zaključiti da je policija više od jednog puta upucala ženu koja je usmrtila učenike, a ta je pucnjava policije nazvana *rešetanjem* što ostavlja snažniji dojam na čitatelja. Osim toga, to *rešetanje* je prikazano kao kazna za ženu koja je počinila isti zločin nad učenicima zbog čega čitatelj može osjećati da je na taj način pravda zadovoljena.

7.1.1. Značajke naslova o zločinima

Iz navedenih primjera se može zaključiti da se kod novinarskih naslova o zločinima često koriste grube riječi, ali iz različitih razloga. Ponekad se one koriste kako bi dočarale koliko je težak zločin koji je zadesio žrtvu, a u drugim slučajevima se koriste kako bi osudile počinitelja i naglasile težinu njegovog djela. Za to se koriste disfemizmi koji označavaju

namjernu upotrebu grublje riječi (Kružić i Tanacković Faletar, 2019) i epiteti koji poblizje opisuju dotični predmet (Baković, 2019). Tako se od difemizama koriste riječi poput *pokolj*, *rešetanje*, *masakr* i slično. Od epiteta se koriste riječi poput *stravično*, *jezivo* i *potresno*.

Zanimljivo je i to što autori naslova počinitelje nazivaju pogrđnim imenima i dehumaniziraju ih. Tako ih se naziva *monstrumima* i *čudovištima*, ali i *smećem*. Može se pretpostaviti kako možda autori žele na taj način zadovoljiti pravdu i „izvrijeđati“ počinitelje. Također, čini se kako je ljudima teško prihvatiti da bi tako potresne zločine mogao počiniti običan čovjek pa ga zbog toga lišavaju ljudskih osobina.

Što se tiče odnosa prema smrti, o njoj se piše uglavnom u negativnom smislu, ali u jednom slučaju ima čak i pozitivan prizvuk. Kada se piše o smrti žrtve, na nju se gleda kao na nešto tužno i nezasluženo te se može zaključiti da autor žali žrtvu. Međutim, u primjeru kod naslova o ženi koju je policija upucala nakon što je ona sama pucala na učenike, smrt počinitelja se prikazuje kao kazna na što u tom primjeru ukazuje riječ *rešetanje*.

Treba se zapitati i jesu li mnogi od ovih naslova i neke umjerenije verzije *clickbait* naslova jer nam obećavaju nove informacije, a u jednom slučaju se čak nudi i video kao dokaz. Što se tiče videa, treba spomenuti i *stasis* nagađanja za koji Oraić Tolić kaže da postavlja pitanje je li se nešto dogodilo (2011). U tom slučaju se ne mora nagađati i vjerovati izvorima jer je video dokaz.

Što se tiče toposa, u primjerima se često pojavljuje topos svjedočanstva. Bilo da se radi o svjedočanstvu osobe koja je poznavala žrtvu, osoba koje su bile na mjestu zločina ili se pak radi o svjedočanstvu nekog autoriteta. U naslovu o dječaku koji je pucao na svoje školske kolege u školi u Srbiji, svoj komentar na situaciju daje upravo predsjednik Srbije Aleksandar Vučić koji ga naziva *monstrumom*. U tom slučaju se radi o toposu autoriteta.

Iz ovih naslova se mogu vidjeti i temeljne značajke rubrike crne kronike. Jako je važan vremenski slijed događaja što potvrđuju i ovi primjeri (Silić, 2006). Iz spomenuti naslova se može zaključiti da se o svim ovim događajima već pisalo te da ih se sada samo nadopunjuje novim informacijama koje prije nisu bile poznate.

7.2. Analiza naslova o nesrećama

Kod smrtnih slučajeva koji su slučajne nesreće nema počinitelja, odnosno nema namjernog krivca. Kada je riječ o nesrećama, ova analiza obuhvaća slučajne nesreće kao što su nesreće u prometu, požaru, ali i prirodne katastrofe.

- *Golman PSG-a bio je u komi i pobijedio smrt. Nakon 82 dana napustio je bolnicu*

Kako je već istaknuto, kod slučajnih nesreća nema počinitelja, dakle nema „negativnog lika“. Ipak, u ovom je slučaju taj negativan lik, odnosno počinitelj sama smrt. Smrt je pojava, to nije osoba koju netko može pobijediti, ali je ona ovdje personificirana. Personifikacija je stilsko figura kojom se neživim predmetima, ili u ovom slučaju pojavi, pridaju karakteristike živoga (Ivas, 2004). Naslov je informativan i čitatelj od njega može očekivati da će u tekstu saznati ono što mu se i obećava. Ovaj je primjer nekako karakterističan za crnu kroniku jer se u samom naslovu donosi ono što se dogodilo, a to je da je golman doživio nesreću, ali je sada u stabilnom stanju jer je napustio bolnicu.

- *Lift ubio staricu u domu u Osijeku. Prizor je bio stravičan, vatrogasci rezali pod*

Ovaj je naslov još jedan primjer personifikacije, ali ovdje je riječ o predmetu, a ne o pojavi. Dakle, autor osobine živoga bića pridaje liftu za kojeg kaže da je ubio staricu. Ubojstvo je zločin, a kako lift nije živo biće koje ima vlastitu volju, on ne može počiniti ubojstvo. Treba istaknuti i korištenje epiteta *stravičan* koji je ovdje samo zbog ostavljanja dojma na čitatelja jer bi sam naslov bez njega bio jednako informativan.

- *Velika tragedija u Kalniku, ljudi pale svijeće za tri mladića: „Bili su sjajni dečki“*

Treba naglasiti i da se vrlo često koristi riječ *tragedija*, što kod analize naslova o zločinima nije bio slučaj. Ipak, ovdje se koristi upravo ta riječ kako bi se dočaralo koliko je događaj tragičan jer se radi o nesretnom slučaju koji se vjerojatno nije mogao spriječiti. Tu je i topos svjedočanstva gdje osoba bliska stradalim mladićima govori kakvi su oni bili. Iz samog se naslova može iščitati žaljenje.

- *Ovo su otac i sin poginuli u imploziji Titana: „Neshvatljiva tragedija“*

Implozija podmornice koja je istraživala Titanik je bila jedna od najupečatljivijih vijesti u 2023. godini. Međutim, kako se može primijetiti i iz ovog naslova, puno se pisalo o ocu i sinu koji su bili u toj podmornici. Kako se radi o dvije osobe koje su bili članovi obitelji, to samo još više izaziva žaljenje pa je s razlogom upravo to istaknuto u naslovu. Također, ovdje se ističe i topos svjedočanstva te se opet ponavlja riječ *tragedija*.

- *Tragedija u Crnoj Gori, poginuo mladi bračni par. Došli na odmor, čekali su bebu*

Sličnih karakteristika je i ovaj naslov jer se ističe da je stradali bračni par čekao dijete te se također taj događaj opet naziva *tragedijom*. Treba napomenuti i da se u ovom i prošlom primjeru koristi riječ *poginuli* koja je zapravo malo blaži izraz od *umrli*.

- *Požar sruvao grad na Havajima sa zemljom, najmanje šest mrtvih: „Apokalipsa“*
- *Najmanje 67 mrtvih na Havajima, stotine nestalih. „Raj je u trenu postao ratna zona“*

Ova dva primjera su naslovi o požaru koji je zadesio Havaje, a oba naslova karakterizira vrlo kreativno korištenje jezika. Autori koriste hiperbole kako bi opisali dvije krajnosti. Prvi naslov je iz vremena kada je to još bila svježija vijest i kada nije bilo poznato puno informacija. Osim što se ističe topos svjedočanstva, ovaj se požar naziva *apokalipsom*, odnosno sudnjim danom kako bi se dočarao kaos i patnja. Tu je i jedan disfemizam, a to je da je grad *sruvjen sa zemljom* što je grublji način da se kaže da je uništen.

U drugom naslovu se opet pojavljuje hiperbola *raja* kojom se nazivaju Havaji jer su na glasu kao lijepo mjesto gdje turisti odlaze kako bi se odmorili, zabavili i uživali i, s druge strane, hiperbola *ratne zone* koja je potpuna suprotnost. Također, opet se pojavljuje topos svjedočanstva, a može se pretpostaviti da izjava pripada osobi koja je bila na mjestu događaja. Treba naglasiti i kako su *raj* i *apokalipsa* biblijski pojmovi.

- *WHO: Leševi nakon prirodnih katastrofa ne šire bolesti, nisu posebno opasni*
- *Katastrofa u Libiji: Gradonačelnik se boji da ima 20.000 mrtvih. More izbacuje leševe*

Kod ova dva naslova je zanimljivo što se ne piše o mrtvima, poginulima ili o ljudskim tijelima, već o *leševima*. Taj izraz čitatelja navodi na to da o mrtvima razmišlja kao o nekim objektima, a ne o ljudima koji su jednom zaista bili živi. Prvi od ova dva naslova zapravo uopće ne izaziva sažaljenje. U drugom se opet pojavljuje topos autoriteta te se koristi riječ katastrofa koja je disfemizam.

7.2.1. Značajke naslova o nesrećama

U naslovima o nesrećama se disfemizmima i hiperbolama nastoji dočarati tragičnost određene nesreće. Uglavnom se indirektno iskazuje žaljenje prema žrtvama, a zanimljivo je istaknuti i primjer u kojem se nekoj stvari ili samoj smrti pridaju osobine čovjeka te se na njih gleda kao na krivce.

Svi naslovi su informativni i ne skrivaju informacije što znači da je gotovo sve rečeno u samom naslovu, a od teksta čitatelj može očekivati detalje. Osim toga, i ovdje se očituje

karakteristika crne kronike u kojoj se prati vremenski slijed događaja. Lako se može zaključiti da se o svim ovim vijestima već ranije pisalo, ali i da ovi tekstovi donose najnovije informacije o tim temama.

U većini se spomenutih naslova izražava poštovanje i suosjećanje prema žrtvama, međutim ovdje se očituje manja doza dramatičnosti. Što se tiče odnosa prema smrti, ovdje ipak ima malo više cenzure i ne opisuje se toliko detaljno kako ljudi stradavaju kao što je to slučaj kod zločina. Možda je razlog tome zato što su ljudi pomireni s time da na slučajne nesreće i prirodne katastrofe ne mogu utjecati i nemaju koga za njih kriviti dok su kod ubojstava krivci poznati.

7.3. Analiza naslova o samoubojstvima

Kod naslova o samoubojstvima se odmah na početku može primijetiti da je upotreba jezika puno manje kreativna nego kod ostalih naslova. Smrt je općenito tabuizirana tema, ali samoubojstvo je vjerojatno još veći tabu pa je za izvještavanje o njemu potrebno posebno oprezno birati riječi.

- *Ubila se žena iz Banje Luke koja je snimljena kako obavlja nuždu na ulici*
- *Gradonačelnik u SAD-u se ubio nakon što su procurile njegove fotke u ženskoj odjeći*

Blaži izraz se ne koristi ni u ova dva primjera nego je samo direktno izrečeno da su se žena i gradonačelnik *ubili*, a ne *izvršili samoubojstvo*. Iako su to činjenice, ovakav način izražavanja u nekim slučajevima može zvučati kao da se prema pokojnoj osobi ne iskazuje dovoljno poštovanja. Pogotovo zato što u drugom dijelu naslova pišu razlozi zbog kojih su oni otprije poznati javnosti.

- *Trostruki ubojica iz BiH se ubio pred policajcima*

Ovaj kratki informativni naslov govori da se radi o događaju o kojem se već izvještavalo. Može se pretpostaviti da čitatelji već znaju o kojem je točno trostrukom ubojici riječ. Baš zbog toga nema ni potrebe za dužim naslovom. Također, može se pretpostaviti da se još uvijek ne znaju svi detalji o njegovom samoubojstvu, već se sigurno radi o kratkoj vijesti. Ni ovaj put nije korišten blaži izraz za čin samoubojstva već je direktno rečeno da se počinitelj ubio što može zvučati pomalo brutalno.

- *Obitelj u BiH počinila kolektivno samoubojstvo*

Za razliku od prethodnih primjera, ovdje je u naslovu upotrijebljena riječ *samoubojstvo* pa se čini kako sam naslov izražava više poštovanja prema osobama koje su si oduzele život. Osim toga, naslov je izrazito kratak i informativan bez interpunkcija zbog čega se može pretpostaviti da je tekst vjerojatno samo kratka vijest i da se još uvijek ne znaju detalji o događaju.

- *Radnik aerodroma u SAD-u kojeg je usisao motor aviona počinio je samoubojstvo*

U ovom primjeru se također radi o još jednom naslovu u kojem je na najjednostavniji mogući način izrečeno što se točno dogodilo. I ovaj se tekst nastavlja na vijesti koje su već prije objavljene o ovom događaju te je njegova svrha informirati čitatelja o najnovijim saznanjima. Treba istaknuti i da se koristiti izraz *počiniti samoubojstvo* što zvuči bolje nego naslovi u kojima je rečeno da se osoba *ubila*. Ipak, ovdje je to možda tako rečeno jednostavno zbog formulacije cijelog naslova, a ne zato što je autor naslova pokušavao iskazati poštovanje.

- *Istraživanje: Više od 15% LGBTQIA osoba u Hrvatskoj je pokušalo suicid*

Posljednji primjer je naslov o temi koja baš nije česta u rubrici crne kronike. Dakle, ne radi se o vijesti o nekom događaju, već o rezultatima istraživanja. Sam naslov nas obavještava koliki je postotak pripadnika LGBTQIA zajednice pokušalo počiniti samoubojstvo koje se u ovom slučaju naziva *suicidom*. *Suicid* je riječ vuče korijen iz stranog jezika pa ona može biti manje uznemirujuća za čitatelje od riječi *samoubojstvo*. Također, naslov je vrlo informativan i zbog njega čitatelj možda uopće neće imati potrebu otvoriti članak jer je već saznao koji je postotak osoba.

7.3.1. Značajke naslova o samoubojstvima

Kako je već istanuto, samoubojstvo je vrlo osjetljiva i tabuizirana tema koja za neke može biti jako uznemirujuća. Iz tog razloga novinari moraju biti jako pažljivi kada o njemu pišu i paziti da se ne izraze krivo. Vjerojatno zato naslovi o samoubojstvima nisu bili toliko zanimljivi za analizu. U njima nije bilo stilskih figura. Tu se ističe odgovornost korištenja stilskih figura u naslovima za koje Ivas upozorava da može biti problematično jer je figurativni naslov zanimljiv za čitatelja, ali u njemu se često obećava nešto što u samom tekstu onda nije ispunjeno (2004). Naravno, može se postaviti pitanje smiju li naslovi o smrti uopće biti figurativni s obzirom na to da se radi o ozbiljnim i uznemirujućim temama, ali čini se da se kod pisanja o samoubojstvima na Index.hr ipak vodi računa o izražavanju. Također, kod naslova o samoubojstvima nema baš toposa svjedočanstva, a kod prošlih analiza ih je bilo

napretek. Osim toga, svi naslovi su kraći, informativni i u njima je izrečeno samo ono što se dogodilo i o čemu tekst izvještava. Naslovi takve vrste se mogu očekivati u crnoj kronici i činjenica da ih nema više malo iznenađuje.

Ipak, zanimljivo je prokomentirati da u nekim naslovima piše da je osoba počinila samoubojstvo ili suicid što zvuči malo blaže. U drugim je naslovima opet direktno izrečeno da se osoba ubila što može zvučati grubo i surovo. Također, treba napomenuti i da većina ovih naslova izvještava o događajima koji su već poznati javnosti pa sada obećavaju najnovije informacije o njima.

7.4. Analiza naslova o smrti slavnih osoba

Naslovi o smrti slavnih osoba imaju sasvim drugačije karakteristike nego ostali naslovi o smrti. U takvim se naslovima izražava žaljenje za preminulom osobom te se piše o njezinoj karijeri, radu i postignućima. Mnogi od takvih naslova su pretvoreni u hvalospjeve, ali definitivno se može primijetiti da se ne piše o smrti svake slavne osobe na isti način.

- *Otišao je Ćiro, trener svih trenera. S bijelim šalom oko vrata gazio je suparnike*

Kako je već ranije istaknuto, o smrti se često govori kao o odlasku (Silaški, 2011 prema Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Ovdje možemo vidjeti upravo takav primjer. Čini se kako je to zato što je ljudima preteško direktno za nekoga reći da je umro, pogotovo kada se radi o osobi koja im je bila bliska ili koja je bila omiljena u javnosti, kao što je to ovdje slučaj. Osim metafore odlaska, treba još napomenuti da je cijeli naslov malo preuveličan. Ćiru se tako naziva *trenerom svih trenera* i govori se da je *gazio sve suparnike*. Također, nije spomenuta niti jedna loša stvar o njemu. Po vrsti, ovaj je naslov informativni, ali se može zaključiti kako se ovdje ne radi o vijesti o njegovoj smrti, već o nekrologu koji vjerojatno daje pregled Ćirinog života i karijere.

- *Dalić na rubu suza: Ćiro, čekaju te anđeli i gube 2:1. Samo ti možeš to preokrenuti*

Drugi naslov o Ćirinoj smrti je zapravo topos svjedočanstva u kojem njegov kolega žali za njime. Također, opet se radi o hvalospjevu i čak se ističe da je *Dalić na rubu suza. Anđeli koji gube 2:1* su također metafora o njegovoj smrti i uspjesima koje je ostvario za života. Ovdje treba istaknuti i korištenje interpunkcija koje često pojačavaju stanku (Silić, 2006), a u ovom slučaju je njihov zadatak naglasiti emocije.

- *Berlusconi i mrtav dijeli Italiju*

Ne izvještava se o smrti svake osobe na isti način. Kada su političari u pitanju, analiza je posebno zanimljiva. Većina političara je za života prilično omražena i, nažalost, njihovi politički protivnici jednostavno nikada neće imati ništa lijepo za reći o njima. Ovaj naslov savršeno potkrepljuje onu teoriju da je kraći naslov provokativniji i interesantniji (Kojčinović, 2014). Izrazito je kratak, ali i maksimalno provokativan, a u njemu se čak osjeti i dašak humora. Sastavljen je od svega nekoliko riječi, ali ima jaki učinak. Također, može se pretpostaviti da ovdje vjerojatno nije riječ o vijesti s novim informacijama o Berlusconijevoj smrti, već je možda riječ o komentaru autora članka o događajima nakon njegove smrti.

- *Boban: Ne znam kako će Bog i Berlusconi podijeliti vlast na nebu*

Kada se ovaj naslov uspoređi s naslovom u kojem Dalić komentira smrt Ćire Blaževića, možemo vidjeti veliki kontrast. I ovdje se radi o toposu svjedočanstva, odnosno o komentaru i opet se osjeti dašak humora. Također, za Berlusconija se pretpostavlja da je otišao na nebo, ali da će se ondje posvađati s Bogom za vlast. To je veliki kontrast u usporedbi s naslovom o Ćiri za kojeg Dalić kaže da će pomoći anđelima da pobijede, a ne da će se s njima posvađati. Upravo prema tome se mogu vidjeti različiti stavovi prema smrtima različitih javnih osoba. U ovom se slučaju potvrđuje ona teorija o jednakosti i nejednakosti po pitanju smrti. Prema smrti nekih osoba ljudi mogu imati pozitivniji stav, nego prema smrti nekih drugih (Stamenković, 2014). Na primjeru ova dva analizirana naslova o Berlusconijevoj smrti se može zaključiti da mnogi prema njoj imaju pozitivniji stav nego prema smrti nekih pjevača ili glumaca.

- *Joey se oprostio od Chandlera: „Znači, zadržat ćeš onih 20 dolara što mi duguješ...“*

Ono što je posebno zanimljivo kod ovoga naslova jest to što se glumac Matt LeBlanc oprašta od pokojnog kolege Matthewa Perryja. Međutim, u naslovu su korištena imena likova koje su njih dvojica utjelovili u seriji *Prijatelji*. Iz naslova se jasno vidi da se podrazumijeva da su čitatelji upoznati sa spomenutom serijom i da dobro znaju tko su Chandler i Joey te da znaju za dug od 20 dolara. Ovdje se opet pojavljuje topos svjedočanstva, a treba napomenuti da se smrt opet metaforički prikazuje kao odlazak jer piše da se jedna osoba oprašta od druge.

- *Kolege i fanovi opraštaju se od Sinead O'Connor: „Ovaj odvratni svijet ju je lomio“*

Opet se ističe metafora odlaska jer se u naslovu ističe da se ljudi opraštaju od preminule pjevačice. I u ovom slučaju se pojavljuje topos svjedočanstva gdje sugovornik govori o tome kakva je ona bila. Treba napomenuti da je vrlo lako primijetiti kako ovo nije prvi članak o

smrti Sinead O'Connor. Vjerojatno je već ranije bila objavljena vijest s detaljima o njezinoj smrti, a ovaj je članak napisan kad su već svi za to znali. U naslovima o smrti slavni osoba su često navedene i izjave osoba koje su im bile bliske.

- *U Dubrovniku održana komemoracija za Milu Hrnića: „Puno je izgubio ovaj grad“*

Na ovom se primjeru može vidjeti da se smrt metaforički prikazuje i kao gubitak. Također, još jednom se pojavljuje topos svjedočanstva, a zapravo se radi o tekstu o komemoraciji za Milu Hrnića, a ne o informacijama o njegovom životu i smrti. Naslov je po vrsti informativan i vrlo jednostavan te je po formi vrlo sličan prethodnom o Sinead O'Connor.

7.4.1. Značajke naslova o smrti slavni osoba

Naslovi o smrti slavni osoba se uvelike razlikuju od ostalih koji su analizirani u ovom istraživanju. U njima se vrlo često koriste metafore kako bi se opisala smrt, a može se pretpostaviti da je to tako zato što su osobe koje su preminule vrlo drage javnosti pa se o njima piše s najvećim poštovanjem. Negdje to već prelazi i u poetičnost. O smrti se piše kao o odlasku pa je tako primjerom potkrijepljena podjela metafora o smrti (Silaški, 2011 prema Kružić i Tanacković Faletar, 2019). Vrlo često se piše da se ljudi opraštaju od preminule osobe što zvuči kao da je osoba otputovala na mjesto s kojeg se više nikada neće vratiti.

Treba napomenuti i da se na različit način piše o različitim poznatim osobama. Tako se o glazbenicima i glumcima koji su preminuli piše s najvećim poštovanjem i izražava se iskreno žaljenje. Međutim, kada je bila riječ o političaru, naslov je odmah obojen humorom te mu se nije iskazalo poštovanje. Ta razlika se vidi kod naslova o smrti Ćire Blaževića koji će pomoći anđelima da pobijede i o smrti Silvija Berlusconija koji će se na nebu posvađati s Bogom zbog vlasti.

Također, u naslovima se ističe i nešto po čemu je preminula osoba bila poznata pa se tako glumac Matthew Perry naziva Chandlerom jer je to uloga po kojoj je svakako najpoznatiji. Tako napisani naslovi su još emotivniji jer su mnogi obožavatelji sentimentalno povezani s tom serijom. Iz samih naslova se može zaključiti da su neki od ovih tekstova nekrolozi, a koji su zapravo tekstovi u kojima se odaje počast preminuloj osobi i njezinom radu (Silić, 2006). Kako je ranije objašnjeno, nekrolozi često mogu postati previše uzvišeni (Silić, 2006). Jedini naslov za koji se može reći da ima potencijala prijeći granice ukusa je onaj o Ćiri Blaževiću gdje ga se naziva *trenerom svih trenera koji je gazio sve protivnike s bijelim šalom oko vrata*.

Na kraju se još može istanuti kako se čini da se autori gotovo boje upotrijebiti riječ *smrt* koju su u prošlim naslovima upotrebljavali bez ikakve zadržke. Čak i kad se pisalo o samoubojstvu, često bi koristili izraz *ubiti se*, a ne *počiniti samoubojstvo*. Ipak, ovdje poprilično bježe od direktnog izražavanja o smrti i radije koriste metafore.

8. ZAKLJUČAK

Izvještavanje o smrti je tema koja je izrazito zanimljiva za istraživanje. Ono što se definitivno može zaključiti jest da se o različitim vrstama smrti izvještava na različite načine te dominiraju sasvim različite stilske figure. Tako se u naslovima o zločinima često ubojica naziva pogrdnim i neljudskim imenima kao što su *monstrum* i *čudovište*. Osim toga, često se koriste i epiteti koji zapravo pojačavaju dramatičnost i čine naslov još potresnijim za čitatelje. Neki od epiteta koji se često koriste su: *jezivo*, *potresno* i *stravično* te se koriste disfemizmi poput *pokolj* i *masakr*. Treba istaknuti da su vrlo česti i toposi svjedočanstva u kojima svjedoci s mjesta zločina ili osobe bliske žrtvi daju svoju izjavu. Također, u naslovima o zločinima prevladavaju teške riječi kojima je cilj izazvati negativne i snažne emocije kod čitatelja.

Kod naslova o zločinima se o smrti piše direktno i bez cenzure. Autori ne pokušavaju pronaći blaže izraze. Baš naprotiv, čini se kako su birali najsnažnije moguće riječi koje u čitateljima izazivaju jezu i gađenje. Treba napomenuti i da se ponekad u naslovima ističe i da postoji videozapis o nekom nasilnom događaju o kojem se piše kako bi se privukli čitatelji.

Iako nema klasičnih *clickbait* naslova, ponekad se mogu prepoznati neke od njihovih karakteristika što je malo neočekivano za rubriku crne kronike.

Naslovi o slučajnim nesrećama su također potresni i također ih obilježava korištenje teških riječi, samo što u takvim slučajevima nema krivaca. Kako bi se to nadoknadilo, u naslovima se ponekad personificiraju predmeti koji su „krivi“ za nečiju smrt, ali se personificira i sama smrt koja „oduzima živote“. Ono što se još može primijetiti je i to da se tijela ljudi koji su masovno poginuli u nekoj katastrofi naziva leševima. Stilska figura koja je karakteristična za izvještavanje o nesrećama, pogotovo kada su u pitanju prirodne katastrofe je hiperbola. U primjerima korištenima za ovo istraživanje su se koristile hiperbole inspirirane pojmovima iz Biblije kao što su *raj na zemlji* i *apokalipsa*.

Naslovi o samoubojstvima nisu ni izdaleka toliko kreativni u smislu upotrebe jezika. Zapravo, vrlo su „sterilni“. Kako je već ranije istanuto, to može biti zbog toga što je samoubojstvo jako tabuizirana tema i može biti izrazito uznemirujuća za čitatelje. Čini se kako su autori naslova o samoubojstvima posebno pazili na to da ne koriste stilske figure ili bilo koje druge

„pojačivače“. Ipak, ono što se može primijetiti je to da se često za ljude koji su počinili samoubojstvo direktno i bez cenzure kaže da su se ubili što može zvučati grubo i bezosjećajno. Izrazi poput *počiniti samoubojstvo* ili *izvršiti suicid* su ipak nešto blaži i vjerojatno bi bili prikladniji i profesionalniji.

Svrha tekstova o smrti slavnih osoba nije samo informirati čitatelja o tom događaju, nego i odati počast preminuloj osobi. Iz samih naslova se može vidjeti da je često riječ o nekrolozima. Ovdje se smrt metaforički prikazuje kao odlazak i oproštaj što je potpuno različito od direktnog pisanja o smrti kao što je to slučaj kod, primjerice, naslova o zločinima. U naslovima se često spominje i po čemu je preminula slavna osoba najpoznatija i spominju se njezina djela. Tako se u naslovu o smrti Matthewa Perryja o njemu piše kao o Chandleru, liku kojeg je glumio u seriji. Treba još istaknuti i to da se ne piše o smrti svake slavne osobe na isti način. Primjer su dva naslova o smrti Silvija Berlusconija koja su pomalo humoristična i ne izražavaju poštovanje prema njemu.

Svi analizirani naslovi su bili informativne vrste i većina njih je bila poduža. Ipak, to nikako ne mora značiti da nisu bili provokativni. Ono što se može primijetiti je to da se često koriste snažne riječi koje povećavaju dramatičnost, a mogu izazvati i paniku. Zato je bilo zanimljivo istraživati naslove objavljene upravo na portalu Index.hr jer se radi o portalu koji je sklon dramatičnosti.

9. LITERATURA

Knjige i znanstveni članci

Baković, Ivona (2019) Sintaktostilemi u romanima hrvatske proze u trapericama. *Hum*, 14 (22): 156-170.

Bazaco, Angela; Redondo García, Marta; Sánchez-García, Pilar (2019) Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74: 94-115.

Benković, Vanesa; Balabanić, Ivan (2010) Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala. *Medijska istraživanja*, 16 (2): 43-56.

Biondić, Marin (2023) Analitički egzistencijalizam: misterioznost smrti, transhumanizam i narativno jastvo. *Bogoslovska smotra*, 93 (4): 587-602.

Brozović Rončević, Dunja; Žic Fuchs, Milena (2003) Metafora i metonimija kao poticaj u procesu imenovanja. *Folia onomastica Croatica*, 12/13: 91-104.

Frančić, Anđela; Hudeček, Lana; Mihaljević, Milica (2005) *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Geld, Renata (2006) Konceptualizacija i vidovi konstruiranja značenja: temeljne kognitivnolingvističke postavke i pojmovi. *Suvremena lingvistika*, 62 (2): 183-211.

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

Jukić, Martina (2021) Figurativna uporaba riječi i ekspresivnost teksta. *Hum*, 16 (25): 21-41.

Karlić, Virna (2018) Metafora i konceptualizacija smrti u romanu „Proljeća Ivana Galeba“ Vladana Desnice. U: Cvijović Javorina, Ivana; Roksandić, Drago (ur.), *Smrt u opusu Vladana Desnice i europskoj kulturi: poetički, povijesni i filozofski aspekti* (191-201). Zagreb: FF Press.

Kojčinović, Ranka (2014) Leksička obilježja jezika u novinskim tekstovima i naslovima. *Hrvatistika*, 7 (7): 39-50.

Krajina, Zlatan; Perišin, Tena (2009) Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo. *Društvena istraživanja*, 18 (6): 935-956.

Kružić, Barbara; Tanacković Faletar, Goran (2019) Metafora, metonimija, frazem i eufemizam: o čemu govorimo kada govorimo o smrti?. *Jezikoslovlje*, 20 (2): 391-498.

Obradović, Đorđe (2008) Kolumne nisu novinski rod. *MediAnali*, 2 (3): 13-38.

Opašić, Maja; Gregorović, Maja (2010) Smrt u hrvatskoj frazeologiji. *Croatica et Slavica Iadertina*, 6 (6): 55-72.

Oraić Tolić, Dubravka (2011) *Akademsko pismo: Strategije i tehnike klasične retorike za suvremene studentice i studente*. Zagreb: Ljevak.

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

Stamenković, Marko (2014). Thanatological Pluralism and the Epistemic Openness of „Death“. *Synthesis philosophica*, 29 (2): 373-386.

Štrkalj Despot, Kristina; Ostroški Anić, Ana (2021) A War on War Metaphor: Metaphorical Framings in Croatian Discourse on Covid-19. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, 47 (1): 173-208.

Vilović, Gordana (2003) Istraživačko novinarstvo, tabloidizacija i etika. *Društvena istraživanja*, 12 (6): 957-974.

Vrebić, Jasmina; Kesegić, Tomislava (2014) Minimalizam i/ili raskoš jezika u televizijskim i radijskim reklamama. *Hrvatistika*, 7 (7): 51-62.

Vrsaljko, Slavica (2011) Pregled suodnosa razgovornoga stila i slobodnijih žanrova novinarsko-publicističkoga stila (na primjeru ekspresivnosti izraza). *Magistra Iadertina*, 6 (1): 117-124.

Mrežne stranice

Reutersinstitute.politics.ox.ac.uk (2023) Croatia - Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/croatia> (pristupljeno: 11. rujna 2024.)

Reutersinstitute.politics.ox.ac.uk (2024) Croatia - Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/croatia> (pristupljeno: 11. rujna 2024.)

Izvori s portala

Detalji stravičnog trostrukog ubojstva u BiH: „Ubijao je ciljano iz osvete“

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/detalji-stravicnog-trostrukog-ubojstva-u-bih-ubijao-je-ciljano-iz-osvete/2486798.aspx?fbclid=IwAR3ISciJQp0AsfKhTAeFOWkXH4KtY1O7gTMaxNcTjCFIkFh4IsYq52Jic18> (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Detalji jezivog masakra u Srbiji: „Žrtve ga molile da prestane, on ih šutke ubijao“

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/detalji-masakra-u-srbiji-uros-21-je-pucaao-u-ranjene-iako-su-molili-da-prestane/2509745.aspx?fbclid=IwAR2oITj42jkqLnqKe4W8y97JOh6DeZZZgxx2rwwdygyLZn2LNihrTN99pPo> (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Potresni prizor ispred škole na Vračaru: S ograde vise baletne papučice

https://www.index.hr/vijesti/clanak/foto-potresni-prizor-ispred-skole-na-vracaru-s-ograde-vise-baletne-papucice/2460403.aspx?fbclid=IwAR1zkm_gPomGxWU9-Sq8a3UiOQcCk4EECH3xE8UBm0nM_7t25L8jNcWDY_w (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Kolegice ubijene Nizame: Ubojica nije bio čovjek, već monstrum koji ju je izmučio

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/kolegice-zrtve-ubojice-u-bih-drzava-je-nije-zastitila-bila-je-vrijedna-radnica/2486981.aspx?fbclid=IwAR2hqjwwm1-x96uUbWY3TanqweUJulm-OdCvG0CJzOWkXUWZioDIay7Xmpo> (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Vučić: Ni onaj mali monstrum ni onaj nešto veći monstrum neće izaći iz zatvora

https://www.index.hr/vijesti/clanak/video-vucic-predlozio-sam-vracanje-smrtne-kazne-vlada-me-odbila/2460749.aspx?fbclid=IwAR1kQOSx61JV12x9MIlyNfy8fm3JT8ZaZZYiKOO_Z34G0DVd0QW4UzgUs0 (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Zašto je smeće koje je usmrtilo curu uopće bilo na slobodi?

https://www.index.hr/vijesti/clanak/zasto-je-smece-koje-je-usmrtilo-curu-uopce-bilo-na-slobodi/2522513.aspx?fbclid=IwAR1X9DpY6z3JAWsAcJboY5qM8M5PfETtclzC3mUeC79tWGG7fajC_SIHXwg (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Mladić masovnom ubojici u SAD-u uzeo pušku nakon pokolja, snimljena borba

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/video-mladic-masovnom-ubojici-u-sadu-uzeo-pusku-nakon-pokolja-snimljena-borba/2431870.aspx?fbclid=IwAR1zYsHi2boF9q6FcmEz8bCLsnvnpXmrdbGnzQR4dm54FNOWgLif2qUfkAM> (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Objavljen video, policija izrešetala ženu koja je pobila učenike u SAD-u

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/uznemiruje-objavljen-video-policija-izresetala-zenu-koja-je-pobila-ucenike-u-sadu/2450347.aspx?fbclid=IwAR2aMCoiX-5K4xHvvt5oTkD1JHZKd4-4uD-COU5XVbAH2lz6RK7GmU2szE> (pristupljeno: 8. svibnja 2024.)

Golman PSG-a bio je u komi i pobijedio smrt. Nakon 82 dana napustio je bolnicu

<https://www.index.hr/sport/clanak/golman-psga-bio-je-u-komi-i-pobijedio-smrt-nakon-82-dana-napustio-je-bolnicu/2488466.aspx?fbclid=IwAR0qI39b0jThGK1JTO1YpA6IQ2xef8Fa3LyYZA2CfDBCLEvusAA0CvenzQ> (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Lift ubio staricu u domu u Osijeku. Prizor je bio stravičan, vatrogasci rezali pod

https://www.index.hr/vijesti/clanak/lift-ubio-staricu-u-domu-u-osijeku-prizor-je-bio-stravican-vatrogasci-rezali-pod/2522201.aspx?fbclid=IwAR35lp6mGLIfEX2Djk8dGIPEdHjQVtJkrX-ivBTI_Fz7exT9sgDZZIpcpIk (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Velika tragedija u Kalniku, ljudi pale svijeće za tri mladića: „Bili su sjajni dečki“

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/velika-tragedija-u-kalniku-ljudi-pale-svijece-za-tri-mladica-bili-su-sjajni-decki/2494411.aspx?fbclid=IwAR2Z15ndmMDjJiw0nsYCl0uTnhtG4R7OR6UTSA9jdajNCWU-cmJ-HE1GSMs> (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Ovo su otac i sin poginuli u imploziji Titana: „Neshvatljiva tragedija“

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/ovo-su-otac-i-sin-poginuli-u-imploziji-titana-neshvatljiva-tragedija/2473899.aspx?fbclid=IwAR3ISciJQp0AsfKhTAeFOWkXH4KtY1O7gTMaxNcTjCFlkFh4IsYq52Jic18> (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Tragedija u Crnoj Gori, poginuo mladi bračni par. Došli na odmor, čekali su bebu

https://www.index.hr/vijesti/clanak/bracni-par-poginuo-u-nesreci-u-crnoj-gori-eldina-je-bila-trudna-isli-su-lijecniku/2524066.aspx?fbclid=IwAR2jzPNjioo0pqTVxWhc9RiKA4E_8AMEnJrwBn8bZXc22ysJhugaCKLyqtA (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Požar sraunio grad na Havajima sa zemljom, najmanje šest mrtvih: „Apokalipsa“

https://www.index.hr/vijesti/clanak/video-pozar-sravnio-grad-na-havajima-sa-zemljom-najmanje-sest-mrtvih-apokalipsa/2486300.aspx?fbclid=IwAR3wpUYzM_NNT3FvDchLIN_plp4qf9x81CRk6EG5G8ddDsftU-DkfEqhQiU (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Najmanje 67 mrtvih na Havajima, stotine nestalih. „Raj je u trenu postao ratna zona“

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/najmanje-67-mrtvih-na-havajima-stotine-nestalih-raj-je-u-trenu-postao-ratna-zona/2486586.aspx?fbclid=IwAR2Z15ndmMDjJiw0nsYCl0uTnhtG4R7OR6UTSA9jdajNCWU-cmJ-HE1GSMs> (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

WHO: Leševi nakon prirodnih katastrofa ne šire bolesti, nisu posebno opasni

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/who-lesevi-nakon-prirodnih-katastrofa-nisu-posebno-opasni-za-zdravlje/2496495.aspx?fbclid=IwAR1eJRJv-BNi7CtMASfAKiMGd7cpOwLHrmDEVDPatp5lQlvMZnElOiSvpg> (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Katastrofa u Libiji: Gradonačelnik se boji da ima 20.000 mrtvih. More izbacuje leševe

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/katastrofa-u-libiji-strahuje-se-da-ima-20000-mrtvih-more-stalno-izbacuje-leseve/2495190.aspx?fbclid=IwAR0Ww->

[4EaSSOgGELRA9cEFclwHI4Pi_Mbv1zpjJWIwQsqJXIXimUuRFOrzE](#) (pristupljeno: 10. svibnja 2024.)

Ubio se ruski ročnik jer nije htio u Ukrajinu: „Želim umrijeti bez krvi na rukama“

https://www.index.hr/vijesti/clanak/ubio-se-ruski-rocnik-jer-nije-htio-u-ukrajinu-zelim-umrijeti-bez-krvi-na-rukama/2438541.aspx?fbclid=IwAR2asTigm22daM8OwGiLVvaihDRqHI9HrCL3uLJT4tE9d-2IMKf_ZXPjpZk (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Ubila se žena iz Banje Luke koja je snimljena kako obavlja nuždu na ulici

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/ubila-se-zena-iz-banje-luke-koja-je-snimljena-kako-obavlja-nuzdu-na-ulici/2510225.aspx?fbclid=IwAR2Z15ndmMDjJiw0nsYCl0uTnhtG4R7OR6UTSA9jdajNCWU-cmJ-HE1GSMs> (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Gradonačelnik u SAD-u se ubio nakon što su procurile njegove fotke u ženskoj odjeći

https://www.index.hr/vijesti/clanak/gradonacelnik-u-sadu-se-ubio-nakon-sto-su-procurile-njegove-fotke-u-zenskoj-odjeci/2510081.aspx?fbclid=IwAR1X9DpY6z3JAWsAcJboY5qM8M5PfETtclzC3mUeC79tWGG7fajC_SIHXwg (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Trostruki ubojica iz BiH se ubio pred policajcima

https://www.index.hr/vijesti/clanak/trostruki-ubojica-iz-bih-se-ubio-pred-policajcima/2486727.aspx?fbclid=IwAR2UhW8Cj8SifZtmGTxdh_Velc2rVSHFe6DcW8KuKD72PIFOFGExdacJRcU (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Obitelj u BiH počinila kolektivno samoubojstvo

https://www.index.hr/vijesti/clanak/obitelj-u-bih-pocinila-kolektivno-samoubojstvo/2525224.aspx?fbclid=IwAR2vzie7FY8CxB2zCYn8DMsbBdjgdtW_e_CbHZ9gxoKp3wTrXFGjfnjlwPc (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Radnik aerodroma u SAD-u kojeg je usisao motor aviona počinio je samoubojstvo

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/radnik-aerodroma-u-sadu-kojeg-je-usisao-motor-aviona-pocinio-je->

[samoubojstvo/2475029.aspx?fbclid=IwAR1IAMXiN4HjBE0oo2ws0TQVmyu3KtYcq72rDY9MJy6FOwCt3pqDKnwoJ5o](https://www.index.hr/vijesti/clanak/samoubojstvo/2475029.aspx?fbclid=IwAR1IAMXiN4HjBE0oo2ws0TQVmyu3KtYcq72rDY9MJy6FOwCt3pqDKnwoJ5o) (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Istraživanje: Više od 15% LGBTQIA osoba u Hrvatskoj je pokušalo suicid

https://www.index.hr/vijesti/clanak/istrazivanje-vise-od-15-lgbtqia-osoba-u-hrvatskoj-je-pokusalo-suicid/2445032.aspx?fbclid=IwAR3qvsoyY29acpb_FT2YGiC5SSeKz3OCp5Ga_3A2jIWJKRFhOrdNMPouU5A (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Otišao je Ćiro, trener svih trenera. S bijelim šalom oko vrata gazio je suparnike

<https://www.index.hr/vijesti/clanak/s-bijelim-salom-okoko-vrata-gazio-je-suparnike-i-donio-dinamu-naslov-nakon-24-godine/2318777.aspx?fbclid=IwAR2LpSyFGEDnbxpHnxXKx8YiP4tVuCX1LcZAd2YpehsSbawguqGrNP98wbl> (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Dalić na rubu suza: Ćiro, čekaju te anđeli i gube 2:1. Samo ti možeš to preokrenuti

https://www.index.hr/sport/clanak/dalic-na-rubu-suza-ciro-cekaju-te-andjeli-i-gube-21-samo-ti-mozes-to-preokrenuti/2438518.aspx?fbclid=IwAR3AJbV-PbgNwdIUEQ58wm7Avm_d06go-5y2rEudaRePa4FDXCBFrqGTVtw (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Berlusconi i mrtav dijeli Italiju

https://www.index.hr/vijesti/clanak/berlusconi-i-mrtav-dijeli-italiju/2471530.aspx?fbclid=IwAR19svwZPXspnSa0iNzm9-u_vN1MG-843iayjbzVKgggLDuR90w9JxwUQCo (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Boban: Ne znam kako će Bog i Berlusconi podijeliti vlast na nebu

https://www.index.hr/sport/clanak/boban-ne-znam-kako-ce-bog-i-berlusconi-podijeliti-vlast-na-nebu/2471107.aspx?fbclid=IwAR1guQFK8AOMkTZN_NamdfCM2fYPRAHCwRxUhdd0MRPBERQhaS97ISm2RSw (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Joey se oprostio od Chandlera: „Znači, zadržat ćeš onih 20 dolara što mi duguješ...”

https://www.index.hr/magazin/clanak/joey-se-oprostio-od-chandlera-znaci-zadržat-ces-onih-20-dolara-sto-mi-dugujes/2512569.aspx?fbclid=IwAR3AJbV-PbgNwdIUEQ58wm7Avm_d06go-5y2rEudaRePa4FDXCbFrqGTVtw (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

Kolege i fanovi opraštaju se od Sinead O'Connor: „Ovaj odvratni svijet ju je lomio“

https://www.index.hr/magazin/clanak/kolege-i-fanovi-oprastaju-se-od-sinead-oconnor-ovaj-odvratni-svijet-ju-je-lomio/2482835.aspx?fbclid=IwAR0-yxSXXYEHYY-uhsvh9SrqiY7gn68YSEQVjR6f21K8V1uj6_ytTwWUPrM (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

U Dubrovniku održana komemoracija za Milu Hrnića: „Puno je izgubio ovaj grad“

https://www.index.hr/magazin/clanak/u-dubrovniku-odrzana-komemoracija-za-milu-hrnica-puno-je-izgubio-ovaj-grad/2499471.aspx?fbclid=IwAR0Ww-4EaSSOgGELRA9cEFclwHI4Pi_Mbv1zpjJWIwQsqJXIXimUuRForzE (pristupljeno: 12. svibnja 2024.)

SAŽETAK

Ovaj rad istražuje naslove o smrti na portalu Index.hr. Cilj istraživanja je bio saznati kako portal Index.hr izvještava o ozbiljnoj temi kao što je smrt te kako ju percipira. Istraživanjem su analizirani naslovi o smrti objavljeni na portalu Index.hr u 2023. godini te su se proučili jezik, struktura naslova, izbor riječ te stilske figure koje su se koristile. Metoda analize je bila kvalitativna analiza stila i retorike. Naslovi o smrti su bili podijeljeni u četiri kategorije: naslovi o zločinima, nesrećama, samoubojstvima i smrti slavnih osoba.

Analiza je pokazala da su se u naslovima o smrti često koriste stilske figure. Kada je riječ o naslovima o zločinima, u njima često postoji lik negativca, točnije ubojice koji se metaforički naziva pogrđnim imenima kao što su *monstrum*, *čudovište* i *zvijer*. U naslovima o nesrećama je vidljiva personifikacija smrti ili predmeta koji su „krivi“ za smrt ljudi. Naslovi o samoubojstvima su najmanje kreativni po pitanju upotrebe jezika i u njima se ne koriste stilske figure. U naslovima o smrti slavnih osoba je čest metaforički prikaz smrti kao odlaska te se odaje počast preminuloj osobi.

Naslove iz svih spomenutih kategorija, osim o samoubojstvima, karakterizira upotreba epiteta kojima se izaziva jeza, strah i žaljenje. Također, često se koriste i disfemizmi, odnosno grublje riječi kojima je cilj šokirati čitatelja.

Ključne riječi: smrt, crna kronika, stilske figure, novinarski naslovi, novinarsko-publicistički stil

SUMMARY

This paper analyzes headlines about death on the news portal Index.hr. The goal of the research was to find out how the Index.hr reports on a serious topic such as death and how it is perceived. The research analyzed headlines about death published on the Index.hr in 2023 and studied the language, structure of the headlines, choice of words and figures of speech used. The method of analysis was a qualitative analysis of style and rhetoric. Headlines about death were divided into four categories: headlines about crimes, accidents, suicides and celebrity deaths.

The analysis showed that figures of speech are often used in headlines about death. When it comes to crime titles, they often feature a villain, or rather a murderer, who is metaphorically referred to by derogatory names such as *monster* and *beast*. In headlines about accidents is visible the personification of death or objects that are "to blame" for the death of people. Suicide headlines are the least creative in their use of language and do not use figures of speech. In headlines about celebrity deaths, there is often a metaphorical representation of death as a departure, and tributes are paid to the deceased person.

Headlines from all the mentioned categories, except for suicides, are characterized by the use of epithets that evoke creeps, fear and mourning. Also, dysphemisms are often used, i.e. harsher words aimed at shocking the reader.

Keywords: death, death news, figures of speech, news headlines, the newspaper functional style