

# Stilske figure u naslovima sportskih rubrika na web portalima

---

**Vujević, Ingrid**

**Undergraduate thesis / Završni 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:114:322057>

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

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



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Prijeđiplomski studij novinarstva

Ingrid Vujević

**STILSKE FIGURE U NASLOVIMA SPORTSKIH RUBRIKA  
NA WEB PORTALIMA**

**ZAVRŠNI RAD**

Zagreb, rujan 2024.

Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Prijediplomski studij novinarstva

STILSKE FIGURE U NASLOVIMA SPORTSKIH RUBRIKA  
NA WEB PORTALIMA

Završni rad

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

Studentica: Ingrid Vujević

Zagreb, rujan 2024.

Izjavljujem da sam završni specijalistički rad Stilske figure u naslovima sportskih rubrika na web portalima , koji sam predao/la na ocjenu mentoru/ici izv.prof.dr.sc. Borisu Becku , napisao/la samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao/la ECTSbodove. Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao/la etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Ingrid Vujević

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. NOVINARSKO-PUBLICISTIČKI STIL I ONLINE NOVINARSTVO .....	2
3. DIGITALNO SPORTSKO NOVINARSTVO .....	3
3.1. Vrste naslova .....	3
3.2. Stilske figure u naslovima sportskih rubrika na web portalima .....	5
3.2.1. Sintaktičke figure .....	6
3.2.1. a Elipsa .....	6
3.2.1. b Epitet .....	8
3.2.1. c Esklamacija.....	10
3.2.1. d Retoričko pitanje.....	11
3.2.2. Semantičke figure .....	13
3.2.2.a Metafora .....	13
3.2.2.b Metonimija.....	16
4. ZAKLJUČAK.....	19
5. LITERATURA .....	20

## SAŽETAK

Cilj ovog istraživanja je bio analizirati prisutnost stilskih figura u naslovima sportskih rubrika na web portalima s fokusom na portale 24sata i Večernji list. Digitalni mediji postali su ključan izvor informacija, a naslovi imaju presudnu ulogu u privlačenju čitatelja. Istraživanje je obuhvatilo utvrđivanje najčešće korištenih stilskih figura i njihov mogući učinak na čitatelje. Korištena je kvalitativna metoda analize sadržaja i stila, a naslovi su prikupljeni u razdoblju od 1. svibnja do 1. lipnja 2024. godine. Rezultati su pokazali da su najzastupljenije stilske figure metafora, metonimija, retoričko pitanje, epiteti i elipsa, a njihova uporaba nije istodobna sa senzacionalizmom, iako pretjerana uporaba može imati takav učinak. Glavni zaključak istraživanja je da stilske figure značajno doprinose atraktivnosti sportskih naslova. Ova analiza pridonosi razumijevanju stilistike u sportskom novinarstvu i ukazuje na potrebu balansiranja kreativnosti i informativnosti.

Ključne riječi: sportsko novinarstvo, stilske figure, naslovi, stilistika, web portali

# 1. UVOD

Tema ovog rada je istražiti stilske figure u naslovima sportskih rubrika na web portalima. Digitalni mediji postaju sve dominantniji izvor informacija, a sukladno tome, web portali su postali neophodan medij za informiranje. Sportske rubrike su oduvijek bile popularne, a s obzirom na nepresušan izvor informacija današnjice, cilj im je privući čitatelje svojim dinamičnim i kreativnim naslovima. Naslovi sami po sebi trebaju biti što originalniji jer su prvi kontakt čitatelja s vijesti te prema naslovu uglavnom odlučuju hoće li je pročitati ili ne. U hrvatskom jeziku stilske figure uvelike doprinose kreativnosti i privlačnosti naslova te ih urednici često koriste. One obogaćuju jezik i čine naslov emocionalno nabijenim i atraktivnim. Mnogo istraživanja posvećeno je stilskim figurama u novinarstvu, no relativno malo u sportskom novinarstvu, gdje se vrlo često koriste i dodatno doprinose ionako privlačnim rubrikama. Razlog pisanja ovog rada je to što je ovo područje posebno zanimljivo za istraživanje stilskih figura. Cilj ovog istraživanja je analizirati naslove sportskih rubrika web portala kroz određeno odabrano razdoblje te donijeti zaključke o tome koje se stilske figure najčešće koriste, kakav učinak mogu imati na čitatelje te kojom su se strategijom urednici mogli voditi. Klasifikacija naslova prema vrstama i razinama, kao i podjela stilskih figura, olakšava razumijevanje njihove uporabe. Novinar predlaže naslov koji urednik sportske redakcije može prihvatiti ili odbiti. Iako naslovi pružaju veliku slobodu izražavanja, često se koriste ustaljene fraze i stilske figure. Prepoznavanje zanimljivih i kreativnih metoda postizanja figurativnosti u naslovima može pomoći u njihovom oblikovanju. U ovom radu korištena je kvalitativna metoda – analiza sadržaja i stila naslova na portalima 24sata i Večernji list, u razdoblju od 1. svibnja do 1. lipnja 2024. godine s obzirom da su se u to vrijeme igrale završnice velikih natjecanja kao što su Liga prvaka (LP), Europska liga (EL), Supersport prva liga (1.HNL). U fokusu rada bit će identifikacija najčešće korištenih stilskih figura i analiza konteksta u kojem se one pojavljuju. Prepostavka je da će portal 24sata imati više stilskih figura u svojim naslovima te će naslovi biti senzacionalističkiji od onih na portalu Večernjeg lista.

## 2. NOVINARSKO-PUBLICISTIČKI STIL I ONLINE NOVINARSTVO

Hrvatski standardni jezik polifunkcionalan je, odnosno funkcionira različito u različitim sektorima: znanost, ured, novinarstvo, književnost, svakodnevni razgovor. Takve funkcije jezika nazivaju se funkcionalnim stilovima, ima ih pet i to su: znanstveni, administrativno-poslovni, novinarsko-publicistički, književnoumjetnički i razgovorni (Silić, 2006: 36).

Silić (2006.) o novinarsko-publicističkom stilu piše da je najsloženiji funkcionalni stil jer uključuje ne samo pisani dio, nego i radio, televiziju i Internet. Nadalje, piše o osnovnim funkcijama medija te u njih ubraja sljedeće: „informativna, propagadna, popularizatorska, prosvjetiteljska, agitativna, pedagoška i zabavna“. Osnovne funkcije medija zahtijevaju uporabu stilski neutralnih, ali i uporabu ekspresivnih jezičnih sredstava. Neutralna sredstva su povezana s informativnim, popularizatorskim, prosvjetiteljskim i pedagoškim žanrovima, a ekspresivna u propagandnim, agitativnim i zabavnim žanrovima (Silić, 2006: 77). Frančić, Hudeček i Mihaljević za publicistički funkcionalni stil kažu da je to stil javnog priopćavanja koji se ostvaruje u pisanome i govornome mediju kojim se služe novinari i publicisti. Oni imaju odgovornost služenja jezikom koji odgovara zahtjevima standardnojezičnih norma i jezičnih žanrova. Nadalje, autorice naglašavaju da se publicistički funkcionalan stil približava književnoumjetničkom više nego ostalim žanrovima (2005: 243-244).

Online mediji omogućuju suradnju s korisnicima – anketa, slanje foto/video ili tekstualnog materijala – user generated content. Sa stajališta tradicionalnih medija postavlja se pitanje koliko daleko treba omogućiti sudjelovanje korisnika. Publika je mnogo vidljivija i važnija za novinare te se istodobno povećavaju očekivanja ljudi prema novinarima i njihovim izvještavanjima. Suradnja s publikom u tradicionalnim medijima nije imala veliku ulogu, novinari nisu bili naviknuti uključivati svoju publiku u radni proces. Urednici i korisnici se sve više susreću, u mnogim situacijama ravnopravno, što u tradicionalnim medijima nije bio slučaj. Uglavnom, komunikacija s publikom je postala vrlo važan zadatak za novinare u trenutnom medijskom sustavu. Cilj je medijske teme pretvoriti u što atraktivnije vijesti. Novinari se publici obraćaju subjektivno i vrlo osobno. U svakom slučaju, odnos s publikom je puno izravniji u umreženo doba (Mast, 2018: 337-368).



### 3. DIGITALNO SPORTSKO NOVINARSTVO

Sportsko novinarstvo na web portalima postao je jedna od najpopularnijih rubrika zbog već spomenutih prednosti online novinarstva, prednosti su brojne: brzina objavljivanja, multimedijalnost, interaktivnost, mogućnost izbora vijesti, ekonomičnost, ali ima i svoje nedostatke: zahtijeva pozornost i aktivnost, loša kvaliteta multimedijalnih sadržaja, nepouzdana izvori, površnost (Vasilj, 2014: 213). Nadalje, Vasilj ukazuje na to da je način pisanja u online novinarstvu jezgrovit, izravan i pojednostavljen. Neke od uputa za kreativno pisanje u online novinarstvu koje je dao Richard Craig su: slikovito izlaganje, anegdote i stilske figure. Stilske figure naziva „otrcanim frazama“ čija upotreba mora imati „dovoljno dobar razlog“ (2014: 213). Ipak, činjenica je da sportske rubrike, kako u tisku tako i na web portalima, učestalo koriste stilske figure. Vasilj za sportsko novinarstvo kaže da gotovo ima poseban status. Ruši sve rekorde slušanosti, gledanosti i čitanosti, budi emocije u čitateljima. Jesu li toliko čitani zbog samog sadržaja i zanimacije čitatelja o temi ili zbog atraktivnih naslova bogatih stilskim figurama imaju svoj doprinos čitanosti?

#### 3.1. Vrste naslova

Miroslav Vasilj, autor knjige Sportsko novinarstvo, za naslove piše da naslov ima svoju autonomiju te je preporuka da naslov treba sažeti cijeli tekst u jednu rečenicu. Treba izbjegavati senzacionalizme, naslovi trebaju biti u aktivu, te naslov otkriva kakav stav ima redakcija prema nekom pitanju ili problemu u sportu (2014: 125).

Pravi naslov treba sadržavati sljedeće:

1. Najjaču činjenica, glavni podatak
2. Dominantnu misao
3. Ideju koja rezimira i ujedinjuje poruku
4. Najemotivniju sliku (Bobić prema Vasilj, 2014: 125).

Navodi pet vrsta naslova u sportskom novinarstvu: informativni, citatni, igra riječima, upitni, konkluzivni. Za informativne naslove piše da se najčešće koriste u vijestima i izješćima s natjecanja, ali se može upotrijebiti u reportažama ili člancima. Sadrži neke osnovne informacije kao što su: tko je pobijedio, je li srušen neki novi rekord ili slično (Vasilj, 2014: 125). Slijedi nekoliko primjera informativnih naslova na izabranim portalima:

- Olympiacos i Fenerbahçe izborili plasman u Final Four (VL, 9.5. 2024.)
- Leverkusen nastavlja neporaženi niz! Vatreći asistira za pobjedu na Olimpijcu (VL, 2. 5.2024.)
- Zverev izvukao 1-4 u petom setu i izborio osminu finala u Parizu (24sata, 1. 6.2024.)
- Sandra Elkasević druga u Oslu (24sata, 30.5.2024.)

Slijede citatni naslovi koji u sebi sadrže izjavu, odnosno najvažniji citat koji je važan za poruku teksta. Vrlo su važni za članke koji su intervju ili razgovor te su vrlo popularni u sportskim rubrikama (Vasilj, 2014: 126). Slijedi nekoliko primjera citatnih naslova na izabranim portalima:

- Bivši vatreći otvoreno o teškoj bolesti: 'Moram biti pozitivan zbog svojih kćeri. Ne želim ležati i tugovati' (VL, 30.5.2024)
- Željko Sopić: 'Ja sam kriv, presudile su dječje pogreške' (VL, 11.5.2024.)
- Ivanušec: Sad imam puno veću odgovornost nego ranije, a Pašaliću bih 'uzeo' taj udarac (24sata, 29.5.2024.)
- Dubois: Hrgović ide u mirovinu. Neka počne tražiti novi posao (24sata, 29. 5.2024.)

Naslovi koji u sebi sadrže igre riječima također su popularni za sportske rubrike, a moglo bi se reći i specifični za njih. Njihovo pretjerano korištenje može zasmetati čitateljima i nije primjereno vijestima, ističe Vasilj, no igra riječi je dopuštena ako je originalna, željena i zabavna (Vasilj, 2014: 126). Slijedi nekoliko primjera naslova koji sadrže igre riječima na izabranim portalima:

- Dinamov naslov čist kao suza, farmaceuti, pripremite špalir za prvaka! (VL, 11.5.2024.)
- Nevjerojatni Modrić pokazao da je čudo, u leđa mu sada gledaju legende Realu (VL, 01.5.2024.)
- Plavi mercato: Stranac stiže na lijevi bok, prekrižen Bišćanov miljenik, želje stoperi Rijeke... (24sata, 29.5.2024.)
- Pljusak kao dar s neba: Fett u drugom kolu Roland Garrosa! (24sata, 26. 5. 2024.)

Nadalje, upitni naslovi se koristi samo onda kada se cjelokupno čitateljstvo pita određeno pitanje, obično kod iščekivanja rezultata, transfera, tko će biti domaćin sportskih događaja i slično (Vasilj, 2014: 127). Slijedi nekoliko primjera upitnih naslova na izabranim portalima:

- Ovime se samo rijetki mogu pohvaliti: Hoće li Modrić nastaviti veliku tradiciju hrvatskog nogometa? (VL, 8. svibnja 2024.)
- Veliko ime iz Njemačke na putu za Split! Je li ovo novi trener Hajduka? (VL, 30. svibnja 2024.)
- Prijeteći scenarij: Hrvatska prvi puta neće imati tenisača u singlu na Olimpijskim igrama!? (24sata, 26. svibnja 2024.)
- Olympiacos - Fiorentina: Tko će osvojiti trofej u Ateni? (24sata, 25. svibnja 2024.)

Naposljetku, imamo konkluzivan naslov za kojeg Vasilj kaže da se koristi kao zaključak nekog događaja ili pojave, zna biti provokativan i nije primjeren u vijestima (Vasilj, 2014: 127). Slijedi nekoliko primjera konkluzivnih naslova na izabranim portalima:

- Potpuni apsurd HNL-a: Treneri lete bez milosti, a polovica lige ne bori se ni za što (VL, 11.5.2024.)
- Dinamo je bio prežaljen, na minus 12 iza Hajduka! Jakirovića su smjenjivali, a onda se sve okrenulo (VL, 22.5.2024.)
- Sjajne vijesti za europske nade u Osijeku. 'Bijelo-plavima' je pomogao Hrvat u Azerbajdžanu (24 sata, 26.5.2024.)
- Dinamo je izvukao nemoguće: Modri bez prepoznatljive igre, ali Jakirović mora ostati trener! (24sata, 23.5.2024.)

### 3.2. Stilske figure u naslovima sportskih rubrika na web portalima

Autorice Hudeček i Mihaljević navode da su u novinskim naslovima prisutne sve stilske figure, uključujući kontrast, metaforu, personifikaciju, frazeme, oksimoron i metonimiju. Također su česte igre riječima i aluzije na naslove poznatih filmova (2009: 192). Ekspresivnost korištenih riječi i uočljiva jezična sredstva najviše privlače čitateljevu pažnju. Silić piše da se

ekspresivnost postiže formalnim sredstvima, odnosno figurama i tropima. Stilske figure kojima se privlači čitateljeva pažnja uključuju poredbu, metaforu, metonimiju, alegoriju, simbol, aluziju, antifrazu, antitezu, kontrast, paradoks, emfazu, hiperbolu, antonomaziju, eufemizam, ironiju, litotu, perifrazu i igru riječima (2006: 81).

Načelno možemo razlikovati dva određenja stilskih figura. Prvo određenje stilskih figura je da predstavljaju oblik kojim izražavamo misao, dok drugo određenje definira figuru kao razumno odstupanje u značenju ili govoru od uobičajenog i jednostavnog načina izražavanja (Bagić, 2012:7). Već spomenute figure i tropi dvije su osnovne kategorije stilskih figura. Tropi su karakterizirani zamjenom riječi, dok figure uključuju promjene u rasporedu elemenata izraza (Bagić, 2012:10)

Autorica Katnić-Bakaršić klasificira figure prema razini jezičnog odstupanja. Prema toj klasifikaciji, figure se dijele na fonetsko-fonološke, sintaktičke i semantičke (1999: 115). U analizi stilskih figura u naslovima sportskih rubrika odabranih portala u ovom radu koristit će se klasifikacija Katnić-Bakaršić. No, budući da su u istraživanju najviše pronađene figure iz druge dvije kategorije, fonetsko-fonološke figure nisu obuhvaćene u ovoj analizi.

### 3.2.1. Sintaktičke figure

Sintaktičke figure utječu na sintaksu, odstupajući od standardnog načina sastavljanja rečenica. Među brojnim sintaktičkim figurama ističu se:

- *Figure dodavanja* koje proširuju osnovni iskaz, uključujući kumulaciju, distribuciju, sinatrezu i epitet.
- *Figure iterativnog dodavanja* koje se odlikuju ponavljanjem leksičkih elemenata, kao što su anafora, epifora, simploka i ciklos.
- *Figure oduzimanja* koje reduciraju iskaz, kao što su elipsa, asindet, reticencija i zeugma.
- *Figure zamjene* koje koriste specifične sintaktičke konstrukcije umjesto neutralnih, kao što su retoričko pitanje i esklamacija.
- *Figure permutacije* koje se temelje na promjenama u položaju elemenata, uključujući inverziju, paralelizam i parcelaciju.

#### 3.2.1. a Elipsa

Ova vrsta figura predstavlja odstupanja od sintaktičke norme. Iako odstupaju od uobičajenog oblika rečenice, značenje se još uvijek može razumjeti, jer se izostavljeni dijelovi mogu

rekonstruirati iz konteksta ili komunikacijske situacije. To se očituje izostavljanjem glagola ili korištenjem skraćenih glagolskih oblika. Najčešći je primjer ovih figura u analiziranim nogometnim naslovima, gdje gotovo uvijek nedostaje pomoćni glagol, a često se izostavlja i cijeli glagol (Bagić, 2012: 92). Osim glagola, mogu se izostavljati imenice, priloz i zamjenice, kao i predikat, subjekt i objekt.

Primjeri elipse na portalu Večernjeg lista:

- Petra Martić dobila četvrtu pozivnicu (VL, 2.6.2024.)
- Korent, Šulekić i Žugec u finalu Svjetskog kupa u Koprnu (VL, 31.5.2024.)
- UniSport Finals 2024: Spektakl studentskog sporta u Poreču! (VL, 29. 5.2024.)
- Pobjeda Petre Martić na Roland Garrosu, poraz Ćirić-Bagarić (VL, 28. 5.2024.)
- Nizozemcima za EURO otpao De Roon (VL, 28.5.2024.)
- Rijeka fantastična protiv Slavena. Sezonu zaključili s visokih 4-0 (VL, 26. 5.2024.)
- Sandra četvrta u Eugeneu, veliki uspjesi hrvatske atletike diljem svijeta (VL, 25.5.2024.)
- ABA liga, finale: Sedmi trofej za Crvenu zvezdu (VL, 20.5.2024.)
- Rastanak u stilu: Platilo rundu piva za 80.000 (VL, 19.5.2024.)
- Velika vijest iz Torina! Legendarni trener napušta Juventus (VL, 16.5. 2024.)

Primjeri elipse na portalu 24sata:

- Životna priča Luke Dončića (24sata, 2.6.2024.)
- Sandra Elkasević druga u Oslu (24sata, 30.5.2024.)
- Dupla kruna na Poljudu: Jadran prvi puta prvak Hrvatske (24sata, 30.5. 2024.)
- Hrvatska boksačica na korak od plasmana na Olimpijske igre (24sata, 29. 5.2024.)
- Vaterpolistice Jadrana prvakinja Hrvatske: Brilljrale Buljac i Butić (29. 5.2024.)
- Pobjeda Petre Martić na Roland Garrosu, a poraz Ćirić-Bagarić (24sata, 28. 5.2024.)
- Stigao kod Halilovića: Erceg novi napadač Fortune Sittard (24sata, 28. 5.2024.)
- Boston u finalu NBA lige, Tatum i Brown pomeli Indianu (24sata, 28. 5.2024.)
- Izvrsni rezultati jahača KK Istra na Bavaria Endurance Festivalu (24sata, 27. 5.2024.)
- Ferrari slavi, Charles Leclerc prvi u kvalifikacijama za VN Monaka (24sata, 25.5.2024.)
- Rijeka - Dinamo 1-3: Dominacija 'modrih' za trostruku krunu! (24sata, 22. 5.2024.)

Najčešća funkcija elipse je prikazivanje suprotnog, spontanog, emotivnog i nepripremljenog govora. Istovremeno, često stilizira razgovorni stil i njegovo nastojanje da maksimalno smanji

suvišnost. U primjerima *'Petra Martić dobila četvrtu pozivnicu'* (Večernji list) ili *'Životna priča Luke Dončića'* (24sata) vidimo da je portalima u naslovu sažet tekst. Izostavlja neke detalje ili jednostavno skraćuje bitnu informaciju. Isto tako, elipsa je prilično efektan u ovim primjerima: *'Korent, Šulekić i Žugec u finalu Svjetskog kupa u Kopru'* (Večernji list) i *'Sandra Elkasević druga u Oslu'* (24sata).

Kraći naslovi postižu figurativnost sažimanjem, a elipsa je figura koja može objediniti nekoliko različitih sadržaja u jednom naslovu, ostavljajući čitateljima prostor za razmišljanje (Katnić-Bakaršić, 1999: 94).

Oba medija koriste elipsu kako bi saželi informacije i privukli čitatelje, no razlikuju se u stilu i tonu. Večernji list ima tendenciju prema formalnijem i detaljnijem pristupu, dok 24sata koristi dinamičniji, emotivniji stil koji je prilagođen širem čitateljstvu. Interpunkcija i emotivni izrazi su prisutniji u naslovima 24sata, čime se postiže efekt privlačenja pažnje i dramatičnosti.

### 3.2.1. b Epitet

Epitet je pridjev koji se dodaje imenici kako bi se istaklo određeno svojstvo, vrijednost ili pojava, čime se izraz čini snažnijim, uvjerljivijim i slikovitijim (Bagić, 2012: 110). Ovaj stilski oblik ostvaruje se dodavanjem pridjeva koji bliže opisuje imenicu uz koju stoji (Katnić-Bakaršić, 1999: 116). Bagić (2012: 110) naglašava važnost razlikovanja epiteta od atributa, koji su usmjereni na sužavanje i preciziranje značenja imenice.

Epitet može biti svaka riječ ili rečenica koja karakterizira neki pojam ili pojavu, a nije nužno da bude samo pridjev niti da stoji uz imenicu. Prema definiciji, on predstavlja dodatak imenici ili njezinom ekvivalentu radi isticanja osobine ili karakteristike koja je značajna za pojedinca ili vrstu (Simeon, 1969, cit. prema Bagić, 2012: 110).

Primjeri epiteta na portalu Večernjeg lista:

- *Nevjerojatni* Real slomio Borussiju i osvojio 15. naslov prvaka Europe! (0:2) (VL, 1. 6.2024.)
- Vatreći poslije šest godina napušta *kulturni* europski klub. Poznato je gdje će nastaviti karijeru (VL, 1.6.2024.)

- *Legendarni* napadač objavio da završava reprezentativnu karijeru: 'Imao bih tisuću stvari za reći...' (VL, 30. 5.2024.)
- *Sjajan* nastup Sandre pred Euro: 'Zadovoljna sam, a sada se fokusiran na ono gdje sam nepobjediva' (VL, 30. 5.2024.)
- *Najljepša* tenisačica u povijesti ponovo očarala obožavatelje. Čak i s 54 izgleda *nevjerojatno* (VL, 29. 5.2024.)
- *Nevjerojatni* Ivan Perišić napravio je nešto što će oduševiti sve hrvatske navijače (VL, 27.5.2024.)
- Boysi nisu povezani s napadom na igrača Hajduka. *Sramotni* napad odjeknuo je Hrvatskom (VL, 26.5.2024.)
- Zagrebaši ostvaruju *nevjerojatne* rezultate. Čak i moćna Barcelona ima manje trofeja (VL, 25.5.2024.)
- *Atraktivna* kći Željka Sopića plijenila pažnju na Rujevici, pogledajte tko je još na derbiju (VL, 22. 5.2024.)
- Dinamo priprema *spektakularnu* proslavu naslova prvaka u središtu Zagreba. Navijače čeka ludnica (VL, 21.5.2024.)

Večernji list epitete poput *nevjerojatni*, *sjajan*, *legendarni*, *spektakularna* koriste se za pojačavanje emocija i dramatizaciju događaja. Primjeri takvih naslova: '*Zagrebaši ostvaruju nevjerojatne rezultate. Čak i moćna Barcelona ima manje trofeja*' i '*Dinamo priprema spektakularnu proslavu naslova prvaka u središtu Zagreba. Navijače čeka ludnica*'.

Isto tako, koristi epitete kao što su *atraktivna* i *najljepša* za privlačenje pažnje čitatelja da otvori članak: '*Atraktivna kći Željka Sopića plijenila pažnju na Rujevici, pogledajte tko je još na derbiju*', '*Najljepša tenisačica u povijesti ponovo očarala obožavatelje. Čak i s 54 izgleda nevjerojatno*'.

- Smatraju je *najljepšom* tenisačicom ikad. Danas ima 54, fanovi u šoku: 'Pa ti ne stariš!' (24sata, 29.5.2024.)
- *Gospodske* riječi Ancelottija: 'Luka Modrić i Kroos još su mi ključni igrači iako dolaze mlađi' (24sata, 28.5.2024.)
- *Legendarni* Bill Walton igrao je i za Zadar: Dali su mi dres klinca, a navijači me nosili i skandirali! (24sata, 28.5.2024.)
- *Uspavani* Zagreb se probudio: Dinamo će biti samo bolji, a to je problem za Hajduk i Rijeku! (24sata, 27. 5.2024.)

- Dončić i Irving odigrali *čudesnu* utakmicu za prvu meč loptu (24sata, 27. 5.2024.)
- Zadrani izjednačili u finalnoj seriji! Božić je bio *nezaustavljiv* (24sata, 26. 5.2024.)
- Bayern je *glatko* odbio ponudu Dinama za Gabriela Vidovića! (24sata, 25. 5.2024.)
- *Odlično* ozračje u Varaždinu, Jana Koščak dijelila medalje (24sata, 24. 5.2024.)
- Hrvatski paraatletičar ostvario *sjajan* plasman na SP-u u Kobeu (24sata, 24. 5.2024.)
- Hrvatska U17 - Danska U17 2-2: *Čudesni* Mikić zabio i asistirao, Danci ipak do remija (24sata, 23.5.2024.)

Vrlo slično je i kod 24sata. Koriste epite za dramtizaciju događaja: '*Hrvatska U17 - Danska U17 2-2: Čudesni Mikić zabio i asistirao, Danci ipak do remija*' te one za privlačenje čitatelja da otvore članak: '*Smatraju je najljepšom tenisačicom ikad. Danas ima 54, fanovi u šoku: 'Pa ti ne stariš!'*'. Isto tako, koriste uglavnom pozitivne epite kao što su *odlično, gospodski, sjajan...*

### 3.2.1. c Esklamacija

Esklamacija je rečenica s uskličnom intonacijom, a služi za pojačavanje izražajnosti, prikazivanje osjećaja i duševnog stanja govornika te naglašavanje misli i usmjeravanje percepcije iskaza (Bagić, 2012: 90). U naslovima izvještaja prije utakmica često se koristi kako bi se izrazio optimizam i prenijele motivacijske poruke.

- 'Dalić govori o budućnosti Hajduka? Neka onda stavi Baturinu umjesto Modrića na Euru!' (VL, 27.5.2024.)
- Objava s Poljuda: Mindaugas Nikoličius više nije sportski direktor Hajduka! (VL, 26.5.2024.)
- Sprema se fešta za povijest, iz Dinama stigao proglas koji će mobilizirati navijače: 'Zaplavimo grad!' (VL, 24.5.2024.)
- Dinamo je odlučio o Jakirovićevoj sudbini, doznajemo ostaje li trener! (VL, 24.5.2024.)
- Dinamo je smijenio Vlatku Peras! (VL, 23. 5.2024.)
- 'Kad sam ostao bez prsta, svi su govorili da ne mogu biti isti kao prije. Tad je proradio moj inat!' (VL, 22. 5.2024.)
- Gvardiol očarao Engleze! Pohvale ne staju: 'On će pokoriti svijet!' (VL, 20. 5.2024.)
- Pogledajte kako je nevjerojatni Kramarić utrpao tri gola Bayernu! (VL, 18. 5.2024.)
- Kako je Ćiro nasjeo na lukavu fintu uoči Eura? 'Prosinečki i ja trebali smo biti potjerani!' (VL, 17.5.2024.)



- Šok u Barceloni, predsjednik poludio nakon što je čuo Xavijeve riječi: 'Dovedite mi novog trenera!' (VL, 17.5.2024.)
- Udruga realovaca u Hrvatskoj: 'I Luka Modrić je naš član, a svi nas obožavaju zbog Hrvatske!' (24sata, 2.6.2024.)
- Navijači Zadra preplavili parket, Božić završio u zraku! (24sata, 2.6.2024.)
- Zadar ima najboljeg trenera, najbolje igrače, pa i navijače. Jedinu u našoj košarci ima sve! (24sata, 2.6.2024.)
- Florentino Perez: Luka Modrić ostaje u Realu još jednu sezonu! (24sata, 2.6.2024.)
- Trajkovski: Hrvatska? Volio bih da osvojite Europsko prvenstvo! (24sata, 2.6.2024.)
- Stižu nove ulaznice za navijače? Modriću najviše karata za Euro, sedmorici tek po osam ulaznica! (24sata, 2.6.2024.)
- Dinamo slavi povijesni uspjeh: Ide u play-off Lige prvaka i već ima osiguranih 13 milijuna eura! (24sata, 1.6.2024.)
- Hrvat iz Novog Zelanda u Londonu navija za Modrića: 'On ima sve, zabit će ga u finalu!' (24sata, 1.6.2024.)
- Luka, igra i za 'svoj' Dinamo! (24sata, 1.6.2024.)
- Karabatić se oprostio od klupskog rukometa, nokautirao protivnika zadnjim udarcem! (24sata, 31.5.2024.)
- Malo nade za one s pretpoziva: Odluka o Vlašiću kroz par dana, svi uvjereni da će Niksi na Euro! (24sata, 31.5.2024.)

### 3.2.1. d Retoričko pitanje

Retoričko pitanje je komunikativna figura u kojoj se na postavljeno pitanje ne očekuje odgovor, ali ono izaziva osjećaje i potiče na razmišljanje. Time se zamjenjuje objektivni način govora subjektivnim, dajući prednost učinku nad sadržajem, te konotaciji nad denotacijom (Bagić, 2012: 271).

Retorička pitanja u naslovima ova dva portala mogu se podijeliti u nekoliko kategorija: kategoriju privlačenja pažnje čitatelja, stvaranje napetosti i intrige, emocionalni učinak, kritički ton i informativnost.

U sljedećim primjerima vidi se kako se retoričko pitanje koristi za privlačenje pažnje čitatelja:

- Hrgović razmišljao i da otkáže borbu, a borio se bolestan jer je putovao kući vidjeti kćkericu?! (24sata, 2.6.2024.)
- Prvo pojačanje na Maksimiru: Igra za Švedsku, 'ubojica' je na lijevoj strani i stiže u Dinamo? (24sata, 1.6.2024.)
- Večernji doznaje: Veliko ime iz Njemačke na putu za Split! Je li ovo novi trener Hajduka? (VL, 30.5.2024.)
- Osijek sprema veliki transfer! Klupu preuzima senzacionalni talijanski trener? (VL, 27.5.2024.)

Retoričko pitanje se često koristi za stvaranje napetosti i intriga:

- Cirkus u Rijadu: Wilder ne smije pobijediti! Hrgović zbog njega ostaje bez meča s Joshuom?! (24sata, 1.6.2024.)
- Barišić napušta Škotsku: Ide u nekadašnji klub Nenada Bjelice? (24sata, 1.6.2024.)
- Gvardiol nakon velike greške postao glavna tema na BBC-u: 'Što on to radi?' (VL, 25.5.2024.)
- Hrgović se bori 1. lipnja, hoće li to biti borba za titulu svjetskog prvaka? (VL, 20.5.2024.)

U ovim primjerima retoričko pitanje može imati emocionalan učinak na čitatelja:

- Pozadina Xavijeve odlaska iz Barcelone: Odrekao se milijuna, presudio mu je Laportin šogor?! (24sata, 29.5.2024.)
- Zaista? Zadrani uložili žalbu zbog prevelike buke u dvorani!?! (24sata, 30.5.2024.)
- 'Napad na Krovinovića bio je sramotan! Ali čudi me jedna stvar. Zašto je baš on napadnut?' (VL, 27.5.2024.)
- Kako su 'huligani' koje je Mamić nazivao pogrđnim imenima stvorili klub za uzor cijeloj Hrvatskoj? (VL, 20.5.2024.)

Retorička pitanja često su kritičkog tona:

- Hrgović nakon poraza jako pao na ljestvici. Treba li dobiti novu priliku za uspon na svjetski vrh? (24sata, 2.6.2024.)

- Igrač Hajduka dobio poziv za Olimpijske igre! Hoće li ga Splićani pustiti u Pariz? (24sata, 29.5.2024.)
- Dragan Stojković produžio ugovor sa Srbijom. Ostat će jedan od najskupljih izbornika svijeta? (VL, 23.5.2024.)
- Modrić i Ćorluka na krovu, legende među navijačima... Sjećate se zadnje Dinamove fešte na Trgu? (VL, 22.5.2024.)

Ova stilska figura može biti informativna

- Željko Sopić odlazi, a Mišković je već našao novog trenera?! (24sata, 24.5.2024.)
- Na izlaznim vratima: Nexeu 200.000 eura za Kuzmanovića? (24sata, 31.5.2024.)
- Pred zaključenjem je jedan od najvećih poslova u povijesti nogometa. Konačno rješenje već danas? (VL, 21.5.2024.)
- Večernji doznaje: Veliko ime iz Njemačke na putu za Split! Je li ovo novi trener Hajduka? (VL, 30.5.2024.)

Portal 24sata koristi retorička pitanja kako bi privukli pažnju čitatelja, stvorili intrigu i naglasili emocionalne i kontroverzne teme, slično kao Večernji list. Ova strategija učinkovito angažira čitatelje, potičući ih na daljnje čitanje i emocionalnu uključenost. Retorička pitanja sugeriraju da članci sadrže važne informacije ili ekskluzivne vijesti, što motivira čitatelje da saznaju više.

### 3.2.2. Semantičke figure

U semantičke figure spadaju tropi i semantičke figure u užem smislu koje se „odlikuju specifičnim odnosima leksema koje ih čine“ (Katnić-Bakaršić, 1999: 113). To su metafora, metonimija, hiperbola, personifikacija i poredba.

Pretpostavka je da su od semantičkih figura u naslovima koji su predmet analize u ovom radu, najviše zastupljene metafora i metonimija te će se ovaj rad fokusirati najviše na te dvije figure.

#### 3.2.2.a Metafora

Metafora je figura koja se koristi kao skraćeno poređenje, pri čemu se jedan izraz koristi umjesto drugog na temelju sličnosti između njih, po principu odabira (paradigmatskog). Jednostavnije rečeno, metafora je način prenošenja značenja jedne riječi na drugu (Katnić-Bakaršić, 1999: 113).

Bagić piše da je metafora “kraljica figura” i da “reorganizira naše viđenje svijeta, pokreće imaginaciju, obogaćuje percepciju, a iskazu priskrbljuje neposrednost i slikovitost”. Isto tako, piše da bi metafore u medijskom svijetu trebale biti zavodljive i uvjerljive, kako bi privukle pozornost i djelovale poput argumenta. Nadalje, naslovi su puni metafore što je plod novinarske strategije pa tako čitatelj čitajući tekst razrješava dvosmislenost i otkriva metaforičku pozadinu naslova (2012:188).

S obzirom na različite stupnjeve metaforičnosti, tipove diskurza u kojima se koriste ili karakter značenja, razlikujemo tri vrste metafore: spoznajnu, ekspresivnu i poetsku (Bagić, 2012:186). U medijskom diskursu koji je relevantan za ovaj rad, koristi se najčešće ekspresivna metafora, a ponekad i poetska.

Iako se često kritizira šabloniziranost izraza u govoru na sportskim novinskim stranicama, s druge strane, takav stil pojednostavljuje razumijevanje napisanog teksta i omogućuje novinarima da ga brzo sastave (Katnić-Bakaršić, 1999: 60).

Večernji list i 24sata često koriste metaforu u naslovima kako bi dramatično i slikovito prikazali događaj s ciljem pojačanja doživljaja i interesa čitatelja. Stvaraju jasne slike u umu čitatelja, čime se vjerojatno povećava angažiranost i emocionalna povezanost s temom.

Večernji list se pokazao kao veliki izvor metafora u naslovima u analiziranom periodu. Tako imamo nekoliko kategorija u koje možemo svrstati korištene metafore. Najprije imamo metafore koje naglašavaju moć i snagu:

- *Modrić je zatvorio usta kritičarima i poslao moćnu poruku. Pogledajte što je rekao hrvatski virtuoz* (VL, 2.6.2024.),
- *Ovo je automobil koji je pokosio ljude u publici, ima više od 1000 konjskih snaga* (VL, 2.6.2024.).

Uporaba takvih metafora naglašava dramatičnost situacije i ‘šokira’ čitatelja navodeći ga da pročita cijeli članak.

Zatim imamo metafore koje spominju bogatstvo ili novac:

- *Hrgović je inkasirao veliki novac unatoč teškom porazu u meču karijere. Evo koliko je zaradio Hrvat* (VL, 2.6.2024.),

- *U Dinamu odlučili: Jedan od dragulja odlazi s Maksimira! Od tog plana svi će imati koristi* (VL, 31.5.2024.).

Javnost voli čitati o temama koje uključuju novac, to doprinosi glamuroznosti teme i čini ju zanimljivijom.

Vrlo česte metafore su one koje sadrže borbu ili konflikt:

- *Panathinaikos detronizirao kraljevski klub iz Madrida, Hezonja krivio sebe* (VL, 26.5.2024.),
- *Odluka pada na Višnjiku: Zadrani protutnjali Gripama, MVP izdominirao za izjednačenje na 2:2* (VL, 31.5.2024.),
- *Hrvat se slomio nakon izgubljene bitke za europski tron: 'Ja sam kriv za ovo, moram to reći...'* (VL, 27.5.2024.).

To uvelike doprinosi dramatičnosti situacije i stvaranju jasne slike koje potiču emocionalnu povezanost čitatelja s temom.

Riječi poput 'as', 'legenda', 'zvijezda', 'dragulj' korištene su kao 'mamac' da čitatelj klikne na naslov i pročita cijeli članak. Iz ovih naslova nije jasno o kome se radi te uporaba takve metafore uvelike doprinosi angažiranosti čitatelja.

- *Nema igrača koji je u Hrvatskoj napredovao više od njega. S našim asom ima posebnu vezu* (VL, 31.5.2024.)
- *Hrvatski dragulj već je među najskupljim igračima svijeta. Pogledajte najnoviji popis* (VL, 29.5.2024.)
- *Legenda objasnila razliku između njega i Modrića: 'On i ja na stvari gledamo malo drugačije'* (VL, 28.5.2024.)
- *Zvijezda Manchester Uniteda objavila fotografiju s Dinamove proslave, jasno je i zašto* (VL, 28.5.2024.)

Što se tiče 24sata, njihovi naslovi također su bogati metaforama i mogu se podijeliti u slične kategorije kao i oni kod portala Večernjeg lista. Ono što možemo odmah primijetiti, je da u naslovima 24sata gdje god je metafora, obično se koriste navodni znakovi. To se može smatrati dobrom praksom, jer čitatelja navodi da je nešto u prenesenom značenju, iako to čitatelj može i sam shvatiti.

Prisutne su metafore koje sadrže intenzivnu emociju i dramatičnost. Naslovi 24sata obiluju riječi 'ludnica':

- *'Ludnica u Madridu: Real i Modrić proslavili naslov LP-a'* (24sata, 2.6.2024.)
- *'Ludnica na Višnjiku: Slavi se, pije i pjeva! Zadar i Split u majstorici za prvaka Hrvatske'* (24sata, 2.6.2024.)
- *'Ludnica u Grčkoj: Olympiacos ispisao povijest, nekoliko tisuća ljudi feštalo je cijelu noć!'* (24sata, 30.5.2024.)
- *'Olympiacos - Fiorentina 1-0: Ludnica u Ateni! Grci zabili u 116. minuti za prvi europski trofej'* (24sata, 29.5.2024.)

Nadalje, riječima 'srušio', 'deklasirao', naglašava se pobjeda ili trijumf, što čini naslove atraktivnijima čitateljima:

- *'Evo kako je Real u dva poteza srušio Borussiju u finalu'* (24sata, 1.6.2024.)
- *'Zadar deklasirao Split i izborio majstoricu u finalu prvenstva'* (24sata, 31.5.2024.)

### 3.2.2.b Metonimija

Metonimija je stilistička figura u kojoj se jedna riječ zamjenjuje drugom na temelju njihove logičke povezanosti, poput vremenske ili prostorne bliskosti (Bagić 2012: 199). Za razliku od metafore koja se temelji na sličnosti, metonimija koristi riječ koja označava nešto što je povezano s njezinim uobičajenim značenjem. Na primjer, kad kažemo "kruna" umjesto "kralj", koristimo metonimiju.

Ustaljene metonimije često se koriste u jeziku za stvaranje raznih igara riječima i dosjetki. Njihov humorni potencijal proizlazi iz izigravanja uobičajenog značenja. Glavni učinci metonimije uključuju individualizaciju izraza, sugestivan i aluzivan govor, naglašavanje određenih aspekata stvarnosti, sažimanje poruka, te privlačenje pažnje, što je posebno važno u medijima (Bagić, 2012: 200-203).

Zamjene prostora za stanovnike ili ljude koji se nalaze na određenom mjestu, uočene su u naslovu:

- *'Šibenčani pobijedili u Gradskom vrtu i vratili se u elitni rang!'* (24sata, 2.6.2024.)

Imena država mogu stajati umjesto igrača ili momčadi nogometnih reprezentacija:

- *'Trener Futsal Dinama izazvat će Hrvatsku u kvalifikacijama EP-a'* (24sata, 30.5.2024.)

- *Hrvatski odbojkaši nastavljaju s pobjedama: Pala je i Sjeverna Makedonija, i to nakon velikog preokreta* (VL, 31.5.2024)

Prostor kao zamjena za ustanovu najčešće se pojavljuje u naslovima koji izvještavaju o utakmicama na stadionima:

- *Odluka pada na Višnjiku: Zadrani protutnjali Gripama, MVP izdominirao za izjednačenje na 2:2* (VL, 31.5.2024)
- *U Dinamu odlučili: Jedan od dragulja odlazi s Maksimira! Od tog plana svi će imati koristi* (VL, 31.5.2024)
- *Prvo pojačanje na Maksimiru: Igra za Švedsku, 'ubojica' je na lijevoj strani i stiže u Dinamo?* (24sata, 1.6.2024.)
- *Cirkus u Rijadu: Wilder ne smije pobijediti! Hrgović zbog njega ostaje bez meča s Joshuom?!* (24sata, 1.6.2024.)

U metonimijskom iskazu mogu biti i nazivi klubova ili organizacija koji predstavljaju ljude iz organizacije, uprave, igrače i sl. Takva uporaba metonimije je najčešća, što vidimo u mnogobrojnim primjerima:

- *Fifa kaznila Partizan: Ne može dovesti igrače do 2026. godine* (24sata, 1.6.2024.)
- *Osijek produžio s Matkovićem! Veliki talent pozirao s čovjekom koji proživljava teške dane...* (24sata, 29.5.2024.)
- *Savez pobjesnio nakon poraza Hrvatice: Najgori način, sudačka namještaljka!* (VL, 31.5.2024)
- *Solin smijenio Luku Bonačića jer je kritizirao rad Hajduka: 'Oni su nesposobni, naštetili su nam'* (24sata, 31.5.2024.)
- *Rijeci se smiješi velika šansa u Europi. Dijeli je jedno mjesto* (24sata,31.5.2024.)

Novinari u nogometnom žargonu koriste i metonimijske nazive za „pojedine momčadi, koji upućuju na boju dresa, sponzora, lokaciju i sl. “, a takvi su nadimci dobro prihvaćeni čitateljima (Bagić, 2012: 200).

- *Vraća li se Vatreći u HNL? Nema dileme, bio bi to sjajan posao, ali postoji jedna 'kvaka'...* (VL, 30.5.2024.)

- *'Bivši 'Vatreni' iznenadio Luku Modrića uoči finala LP-a: 'Što ima, kume, jesi dobar?'*(24sata, 31.5.2024.)
- *"'Vatreni' pljeskali mladoženji, na trening stigao i Niko Kranjčar'* (24sata, 30.5.2024.)
- *'Strani mediji otkrivaju kojega igrača želi Dinamo, Plavi su već poslali ponudu!'* (24sata, 1.6.2024.)
- *Perišić oduševio i na košarci! Sjajna atmosfera na treningu 'Vatrenih', trojica se priključila* (24sata, 31.5.2024.)
- *Stigao je Joško Gvardiol! Pogledajte trening 'Vatrenih'*(24sata, 31.5.2024.)



## 4. ZAKLJUČAK

Web portali postali su neophodan medij za informiranje. Novinarstvo je sada dostupnije i neposrednije. Sportske rubrike oduvijek su bile popularne, a s razvojem sporta, sve je više vijesti i sportskih izvještaja. No u moru informacija, vijesti i priča na web portalima, vrlo je bitno imati efektan, dinamičan i kreativan naslov da bi se privuklo što više čitatelja. Naslovi trebaju biti što originalniji jer su prvi kontakt informacije s čitateljem. Prema Vasilju, postoje pet vrsta naslova: informativni, citatni, igra riječima, upitni, konkluzivni. Svaka od tih kategorija vidljiva je u analiziranim naslovima u ovome radu.

Stilske figure uvelike doprinose kreativnosti i privlačnosti, ali često imaju i negativnu konotaciju među čitateljstvom ako su naslovi senzacionalistički ili nisu kompatibilni s tekстом. Cilj ovog istraživanja je bilo analizirati naslove dvaju web portala – 24sata i Večernjeg lista i uvidjeti u kolikoj su mjeri prisutne stilske figure prema podjeli autorice Katnić-Bakaršić. Kvalitativnom metodom analize sadržaja i stila naslova na portalima 24sata i Večernjeg lista, u razdoblju od 1. svibnja do 1. lipnja 2024.godine uviđeno je da su sve figure zastupljene i pretpostavka da portal 24sata više koristi stilske figure nije točna. U analiziranim naslovima pronađen je velik broj stilskih figura, ponajviše metafora i metonimija kojima se urednici i novinari najčešće služe. Nadalje, često se koriste i esklamacija, epiteti, retoričko pitanje i elipsa. Retoričko pitanje posebno je efektivno jer može da različite načine privući čitatelja: kritičkim tonom, emocionalnim učinkom, informativnošću, ali i stvaranjem napetosti i intrige. Večernji list koristi stilske figure poprilično često u sportskoj rubrici te kao i 24sata, u nekim situacijama podliježe senzacionalizmu.

Ova kratka analiza pokazala je da stilske figure doprinose atraktivnosti naslova u sportskim rubrikama. Sportsko novinarstvo puno je 'šabloniziranih' izraza i žurnalizama, no čini se da je to jedno s drugim isprepleteno i da stilske figure i stilistika u sportskom novinarstvu doprinose 'romantizmu' povezujući se na taj način s čitateljima. Ipak, pretjerano korištenje stilskih figura može izazvati negativne konotacije kod čitatelja te je potrebno balansirati kreativnost s informativnošću.

## 5. LITERATURA

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

Hudeček, Lana i Mihaljević, Milica (2009). Jezik medija: publicistički funkcionalni stil. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Katnić-Bakaršić, Marina (1999) Lingvistička stilistika. Budimpešta: Open Society Institute.

Mast, Claudia (2018) Abeceda novinarstva. Koln: Medijski program Jugoistočna Europa

Silić, Josip (2006) Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika. Zagreb: Disput. Solar, Milivoj (1997) Teorija književnosti. Zagreb: Školska knjiga.

Vasilj, Miroslav (2014) Sportsko novinarstvo. Zagreb: Synopsis.