

# Publicistički stil kolumni i blogova na portalu Cosmopolitan u 2015. godini

---

Dogan, Maša

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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:114:480807>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-26**



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

Maša Dogan

**PUBLICISTIČKI STIL KOLUMNI I BLOGOVA NA  
PORTALU COSMOPOLITAN U 2015. GODINI**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.

Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Diplomski studij novinarstva

**PUBLICISTIČKI STIL KOLUMNI I BLOGOVA NA PORTALU  
COSMOPOLITAN U 2015. GODINI**

**DIPLOMSKI RAD**

Mentor: prof. dr. sc. Ivo Žanić

Komentor: dr. sc. Boris Beck

Studentica: Maša Dogan

Zagreb

Rujan, 2017. godina

## IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad Publicistički stil kolumni i blogova na portalu Cosmopolitan u 2015. godini, koji sam predala na ocjenu mentoru prof. dr. sc. Ivi Žaniću i komentoru dr. sc. Borisu Becku, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS-bodove.

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

Maša Dogan

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. ONLINE NOVINARSTVO I INTERNET .....	2
<b>2.1. Online novinarstvo</b> .....	2
<b>2.2. Online novinarstvo u Hrvatskoj</b> .....	3
3. ŽENSKI ČASOPISI.....	5
4. ČASOPIS COSMOPOLITAN .....	6
<b>4.1. Usporedba Cosmopolitan.com i Cosmopolitan.hr</b> .....	7
<b>4.2. Rubrika Moj Cosmos</b> .....	11
<b>4.2.1. Jasmina Rodić</b> .....	11
<b>4.2.2. Milana Vuković Runjić</b> .....	12
<b>4.2.3. Nada Irena Fišić</b> .....	12
<b>4.2.4. Ivan Salečić</b> .....	13
<b>4.2.5. Andrea Andrassy</b> .....	13
<b>4.2.6. Sara Schmidt</b> .....	14
<b>4.2.7. Martina Kocijan</b> .....	14
<b>4.2.8. Profesor Štulhofer i profesor Kobaloff</b> .....	15
5. METODOLOGIJA I ANALIZA ISTRAŽIVANJA .....	16
6. NOVINARSKI ŽANROVI.....	17
<b>6.1. Zabavni novinarski žanrovi</b> .....	18
<b>6.2. Novinarski žanr: kolumna</b> .....	21
<b>6.3. Novinarski žanr: blog</b> .....	23
7. PUBLICISTIČKI STIL .....	26
<b>7.1. Pripovjedna stilska sredstva kolumnista</b> .....	27
<b>7.1.1. Ritam i citati</b> .....	27

<i>7.1.2. Anglizmi i vulgarizmi</i> .....	28
<i>7.1.3. Dijalog i frazemi</i> .....	30
<i>7.1.4. Stilske figure</i> .....	32
<b>7.2. Teme kolumni na portalu Cosmopolitan</b> .....	35
<b>7.3. Naslovi u kolumnama i blogovima</b> .....	39
<b>7.4. Fotografije u kolumnama i blogovima</b> .....	41
<b>8. ZAKLJUČAK</b> .....	47
<b>9. LITERATURA</b> .....	49

## POPIS ILUSTRACIJA

<i>Slika 1. Naslovnica Cosmopolitan.com</i> .....	7
<i>Slika 2. Pregled rubrika na Cosmopolitan.com</i> .....	8
<i>Slika 3. Naslovnica Cosmopolitan.hr</i> .....	9
<i>Slika 4. Pregled rubrika na Cosmopolitan.hr</i> .....	10
<i>Slika 5. Kolumne Jasmine Rodić i Martine Kocijan</i> .....	42
<i>Slika 6. Kolumne Milane Runjić i Ivana Salečića</i> .....	43
<i>Slika 7. Kolumna Nađe Fišić</i> .....	44
<i>Slika 8. Kolumne Andree Andrassy i Sare Schmidt</i> .....	45
<i>Slika 9. Kolumne prof. Štulhofera i prof Kobaloffa</i> .....	46

# 1. UVOD

Tema ovog rada je publicistički stil kolumni i blogova na portalu časopisa Cosmopolitan. Tema je odabrana zbog posebnog interesa i znatizelje o području koje je vrlo malo istraženo. Istraživanje će bit provedeno na uzorku koji uključuje devet kolumnista, sveukupno 45 tekstova koji su napisani u razdoblju od siječnja do prosinca 2015. godine.

Cilj rada bit će istražiti i analizirati na koji način su kolumne napisane, o kojim temama autori pišu, jesu li tekstovi napisani u obliku kolumni ili se mogu svrstati pod blogove te jesu li tekstovi pisani publicističkim stilom. Kroz rad će također bit prikazano kakve sve kolumne postoje, te mogu li svi tekstovi koji su napisani biti svrstani u taj novinarski žanr. Za analizu kolumni i blogova kao teorijsko uporište rad će se oslanjati na knjige „*Jezik medija*“ autorica Lane Hudeček i Milice Mihaljević (2009.), te knjigu „*Funkcionalni stilovi hrvatskog jezika*“ autora Josipa Silića (2006.). U radu će biti prikazana analiza te same značajke publicističkog stila. Osim navedene literature rad će se također oslanjati na još nekoliko knjiga koje će biti navedene u literaturi. Rad će se temeljiti na analizi sadržaja, dok je postavljena hipoteza rada stilska analiza kolumni i blogova na portalu Cosmopolitan.

Rad će biti podijeljen na tri dijela. U uvodnom dijelu bit će objašnjen način kreiranja web stranica i povijest ženskih časopisa, te povijest časopisa Cosmopolitan. U glavnom dijelu rada bit će definirane značajke publicističkog stila, objašnjeni i analizirani novinarski žanrovi te će bit predstavljeni autori napisanih tekstova. Potom će u analitičkom dijelu biti određena metodologija. Dok će u trećem dijelu bit prikazani rezultati analize koji će bit objašnjeni u zaključku.



## 2. ONLINE NOVINARSTVO I INTERNET

Svakodnevno smo okruženi raznim informacijama koje nam prenose mediji. Mediji su postali sastavni dio naših života i potpuno je nezamislivo ne imati simbiotičan suživot s njima. Mediji su glavni način izražavanja mišljenja te prenošenja informacija. Prema tome kao općenitu definiciju možemo preuzeti onu od autorica knjige *Jezik medija*; one smatraju da „medije možemo definirati kao sredstva prenošenja obavijesti.“ (Hudeček i Mihaljević, 2009:7)

Kroz povijest mediji su iskorištavani u političke svrhe, u svrhu manipulacije masama, pa su mediji također imali i štetne učinke. Procesom globalizacije došlo je do promjena u medijima. Mnogi autori tvrde kako je današnji svijet diktiran od strane medija. “Naša svakodnevna komunikacija je izmiješana i povezana s konverzijskim pojedinostima iz masovnih medija. Naš svakodnevni život je izmiješan sa porukama.“ (Bauer, 2007:21)

Danas se često svijet naziva digitalnim svijetom i potpuno je nezamisliv bez Interneta. Počeci Interneta zabilježeni su 1960-ih u sklopu vojnog projekta Agencije za napredne istraživačke projekte američkog Ministarstva obrane. (Panian, 2005:40) Cilj je bio povezati određeni broj računala u SAD-u. Servis World Wide Web preko kojeg danas istražujemo virtualni svijet izmišljen je u Švicarskoj 1989. godine. (Panian, 2005:41- 46) Pojavom interneta, novinarstvo se znatno počinje mijenjati. Građansko novinarstvo, interaktivnost, komunikacija preko blogova, chatova sve je to uzdrvalo novinarstvo kao struku pa se kao odgovor na moderno doba razvilo online novinarstvo.

### 2.1. Online novinarstvo

Pojava Interneta promijenila je način prenošenja informacija kakvog smo do sada poznavali, novi način je postao inovativniji i interaktivniji. Internet kao novi medij razvio je novi oblik novinarstva koji se naziva online novinarstvo. U svojoj knjizi, Mato Brautović definira online novinarstvo kao „web stranice kojima je svrha informiranje korisnika, i to neovisno o tome radi li se o informativno-političkom, zabavnom ili nekom drugom sadržaju te

neovisno o tome radi li se o digitalnom izdanju klasičnih medija ili o novom mediju.“ (Brautović, 2011:15)

Online novinarstvo označilo je veliku prekretnicu u novinarstvu. Dolazi do velikih promjena u procesu stvaranja vijesti, te distribuciji. Do tada mediji su imali „ulogu gatekeepera; čuvara vrata koja otvaraju samo nekim informacija“ (Malović, 2005:12) sada mediji gube svoj monopol nad vijestima i informacijama, novinari više nemaju kontrolu nad sadržajem kojeg objavljuju te je javnost svakodnevno okružena mnogim informacijama. U prošlosti samo konzumenti vijesti; danas građani postaju novinari; postaju korisnici. Ne postoji više kontrola nad informacijama, u online medijima brzina prijenosa informacija postala je ključ kvalitete. Sve je više prisutan koncept kratkih i upečatljivih vijesti. Najvažnija karakteristika novih medija postala je interaktivnost. (Malović, 2005:337)

Iako ne smijemo zaboraviti da osim u pisanju i objavljivanju vijesti dolazi i do promjena u samoj organizaciji uredništva. Klasični mediji poput televizije ili radija većinom su smješteni u nekom prostoru, nekoj zgradi, dok novi medij pruža potpuno druge mogućnosti; vijesti se mogu objavljivati od kuće, sa mjesta zbivanja ili omiljenog nam kafića. (Brautović, 2011:20) Kada spominjemo online novinarstvo, moramo spomenuti i razne web portale kao mjesta na kojima se vijesti objavljuju dok se još uvijek događaju, te na kojima javnost može pročitati ili pogledati nešto što ih interesira. “Nove komunikacijske tehnologije svojom pojavom u javnosti postaju prihvaćene.“ (Demeterffy Lančić, 2010:163)

U današnje vrijeme sve novine imaju svoje elektroničke web portale na koje su mnogi građani pretplaćeni. No, nisu samo novine unijele promijene, i televizijske kuće te radio postaje imaju svoje portale na kojima objavljuju vijesti vezane uz neke događaje. Iako je došlo do znatnih promjena u novinarstvu i u medijskom svijetu još uvijek su novinari ti koji svojim korisnicima pomažu da u moru raznih informacija dođu do one koja ih zanima, te one koja je istinita i koja će ih zadovoljiti.

## **2.2. Online novinarstvo u Hrvatskoj**

U Hrvatskoj je Internet postavljen na prijedlog Predraga Palea 1991. godine. Ministarstvo znanosti i tehnologije pokrenulo je mrežu Carnet koja je povezivala Zagreb s

Austrijom i svjetskom računalnom mrežom. (Carnet.hr, 2008) Iako je 1995. godine bilo registrirano preko 2 tisuće internetskih korisnika, internetska mreža bila je vrlo teško uspostavljena. U tom periodu postojalo je oko 50 web adresa i portala, no jedan od rijetkih portala koji je svakodnevno mijenjao tj. ažurirao svoje informacije bio je Monitor.hr. (Brautović, 2010:25-27)

Iako je Hrvatska u 1998. godini imala deset dnevnih novina, Glas Istre i Večernji list bili su jedini koji su imali svoje web stranice, Jutarnji list pak je među zadnjima napravio stranicu. Razlozi ovakvog sporog prihvaćanja novog medija kriju se definitivno u broju korisnika interneta. Smiješno, ali istinito je da se prijelomni trenutak u online novinarstvu u Hrvatskoj dogodio nakon što je jedan od portala objavio amaterski pornografski uradak hrvatske pjevačice. Po prvi puta su tada klasični mediji prenosili vijest koja je bila objavljena na portalu, nakon toga broj korisnika interneta se poduplao, a konzumacija interneta porasla je na čak 20 posto. (Brautović, 2010:28-30)

Danas u Hrvatskoj djeluje više od 250 online medija, od kojih su većinu pokrenuli amateri i volonteri. Razvoj interneta omogućio je veći broj informacija i šire umrežavanje korisnika. Ljudi su imali potrebu naći različite sadržaje i informacije na jednom mjestu. Pojava web portala je to omogućila; personalizirane aplikacije pomoću kojih se moglo upravljati ostalim aplikacijama. (Banažić, 2015) Iako je u početku osnovni cilj te usluge bio osigurati korisničku bazu podataka kroz godine Web portali su postali mjesta gdje postoji suradnja među korisnicima, gdje postoji integracija i pristup raznim sadržajima i aplikacijama te gdje je pristup informacijama brz i trenutni. (Brautović, 2011:45)

### 3. ŽENSKI ČASOPISI

Povijest magazina započinje u Europi u 17. stoljeću. Periodična novinska izdanja koja su izlazila tjedno ili mjesečno donosile su bogatstvo različitih sadržaja, te su objavljivali romane u nastavcima. Ovakva vrsta publikacija posebnu je pozornost poklanjala zabavi čitatelja. Prvi ženski časopisi počeli su izlaziti 1830. godine. Sadržaj časopisa bio je isključivo namijenjen ženskim čitateljicama, a sadržavao je članke o modi, upute o mršavljenju te savjete o zdravom životu. (Vilović, 2007:107-108) Časopisi za žene smatraju se oblikom ženske popularne kulture. Važno je napomenuti kako spomenuti časopisi izlaze mjesečno ili dvotjedno, stoga se može zaključiti kako ne ovise o aktualnostima. Često se kaže kako pripadaju lakom žanru te su magnet za oglašivače. Svjesni smo da su žene te koje odlaze u kupnju i troše novac. (Habek, 2016:4)

Ženski časopisi iako imaju različite sadržaje, ipak im je svima zajednički „...intiman i prijateljski ton obraćanja čitateljicama, sadržaj organiziran oko zajedničkih užitaka i zadataka ženstvenosti, ideologija individualizma s naglaskom na osobnim rješenjima nauštrb kolektivne društvene i političke borbe“ (Grdešić, 2013:92)

Žene su često tražile potporu u okviru časopisa pa su oni u prošlosti na neki način funkcionirali kao klubovi. Kroz časopise žene su dobivale toliko iščekivan osjećaj zajedništva i ponosa, te ima je umanjena usamljenost koju su često osjećale. (Tolj, 2016:8) Žene su čitale časopise najčešće u slobodno vrijeme kada su se odmarale ili kada su spremile djecu u školu. Čitanje časopisa u neku ruku je bio bijeg u idealan svijet „čija je privlačnost u tome što on nije postojao u stvarnosti“. (Grgurević, 2015:23)

Žene su u samim počecima bile prikazivane samo kroz prizmu kućanica i majki. Časopisi su donosili savjete koji su bili povezani sa kućanskim poslovima i sa odgojem. No, kako se svijet mijenjao, promijenio se i pogled na ženu. Časopisi su počeli prikazivati ženu kao modernu i uspješnu. Časopisi su postali bitni jer bezobzira što su prikazivali trivijalizaciju, počeli su predstavljati žensku masovnu kulturu. Ženski časopis više nije samo ženski časopis. (Wolf, 2002:70). Jedan od časopisa koji je počeo ženu shvaćati kao uspješnu i poslovnu bio je Cosmopolitan.

## 4. ČASOPIS COSMOPOLITAN

Međunarodni modni časopis za žene Cosmopolitan prvi puta je objavljen u Sjedinjenim Državama kao obiteljski časopis. U početku izdavanja časopis se zvao *The Cosmopolitan*, te je bio namijenjen ženama (kućanicama) sa posebnim rubrikama o modi, kućanstvu i odgoju djece. Kroz godine časopis je mijenjao izdavače. Tijekom Drugog svjetskog rata prodaja je bila na vrhuncu sa oko dva milijuna primjeraka. No, pedesetih i šezdesetih godina dolazi do pada prodaje zbog pojave novog medija televizije. Pad prodaje trajao je sve dok glavna urednica nije postala Helen Gurley Brown. (Hearst.com, 2017)

Urednica Brown je redizajnirala časopis te se on počeo prodavati kao časopis za moderne žene sa karijerom. Prvi broj pod uredničkom palicom Helen Gurley Brown, izašao je u srpnju 1965. godine sa člankom o kontracepcijskim pilulama koje su u to vrijeme bile tabu tema. Zanimljivo je da urednica je smatrala kako žena može imati sve i seks i novac i karijeru. Na čelu Cosmopolitana ostala je čak 32 godine. (Telegraph.com.uk, 2012.)

Današnji Cosmopolitan ima čak 150 strana te teme koje su vezane uz modu, zdravlje, ljepotu i seks. Glavna urednica je Joanna Coles. Ima preko 64 međunarodna izdanja na 35 jezika; dok se distribuira u više od 100 zemalja diljem svijeta. Osim tiskanog izdanja, Cosmopolitan ima i web stranicu te je dostupan i na raznim društvenim mrežama poput Facebooka i Twittera. Više od 3.000.000 ljudi pretplaćeno je na Cosmopolitan. (Adriamedia.hr, 2017)

U Hrvatskoj Cosmopolitan počinje izlaziti 1998. godine. Prva urednica časopisa bila je Alemka Lisinski. U prvom broju obratila se čitateljicama riječima: „...No, hrvatski Cosmo nije samo prijevod američkog originala, nego magazin koji će donositi sadržaje atraktivne upravo mladost, europeiziranoj, ambicioznoj, ali i osjećajnoj i otvorenoj Cosmogirl.“ (Bajić, 2016:7)

Kroz godine Cosmopolitan je mijenjao izdavačke kuće; u početku izlazio je u sklopu Europapress Holdinga, dok od 2010. godine izlazi u sklopu jedne od vodećih izdavačkih kuća u Hrvatskoj – Adria Media Zagreb, koja je dio Adria Media Holdinga. Hrvatski Cosmopolitan izlazi redovito dvadeset i petog svakog mjeseca, a njegova glavna urednica je Marijana Filipović Grčić. Baš kao i onaj američki, i hrvatski Cosmopolitan ima više od 150 stranica, svoju web stranicu i profile na društvenim mrežama. (Adriamedia.hr, 2017) U sljedećem

poglavlju biti će analizirana i uspoređena web stranica američkog i hrvatskog izdanja Comopolitana.

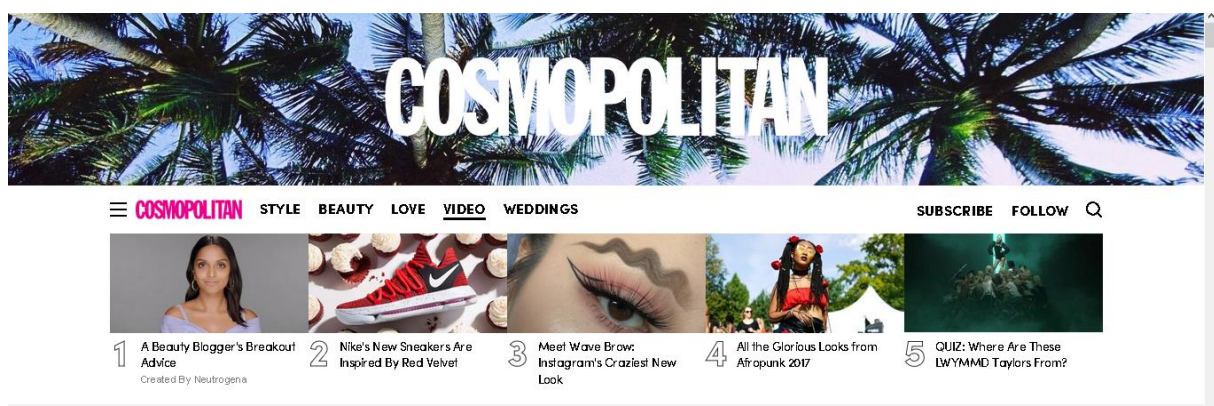
#### 4.1. Usporedba Cosmopolitan.com i Cosmopolitan.hr

Američko izdanje Cosmopolitana obiluje raznim šarenim slikama koje su povezane sa temom članka. Na početku stranice je Cosmopolitan znak sa prepoznatljivom pozadinom<sup>1</sup>. U lijevom gornjem kutu nalaze se istaknute glavne rubrike kao što su ljubav, stil, ljepota, dok se u desnom kutu nudi opcija pretplate i slijedenja na raznim ostalim društvenim stranicama.

Klikom na navigaciju otvara se izbornik koji nudi pregršt ostalih tema vezanih za modu, slavne, zdravlje, vježbanje. Naslovi članaka nalaze se na lijevom dijelu stranice, a slike koje su vezane uz članke na desnom dijelu stranice što stranicu čini preglednom i zanimljivom. Sadržaj na stranici je personaliziran i generiran, što znači da korisnici mogu sami unositi podatke (npr. kviz, anketa). (Brautović, 2011:50)

Fotografije su većeg formata jednako kao i naslovi članaka, ispod koji se nalaze potpisi autora članaka. Fotografije služe kao dodatak u online tiskanim tekstovima. Fotografije većeg formata privlače više pozornosti. (Brautović, 2011:81)

*Slika 1. Naslovnica Cosmopolitan.com*



Izvor: Cosmopolitan.com, lipanj 2017.

<sup>1</sup> Cosmopolitanova boja je ružičasta i pozadina na web stranicama je ružičasta sa bijelim slovima.

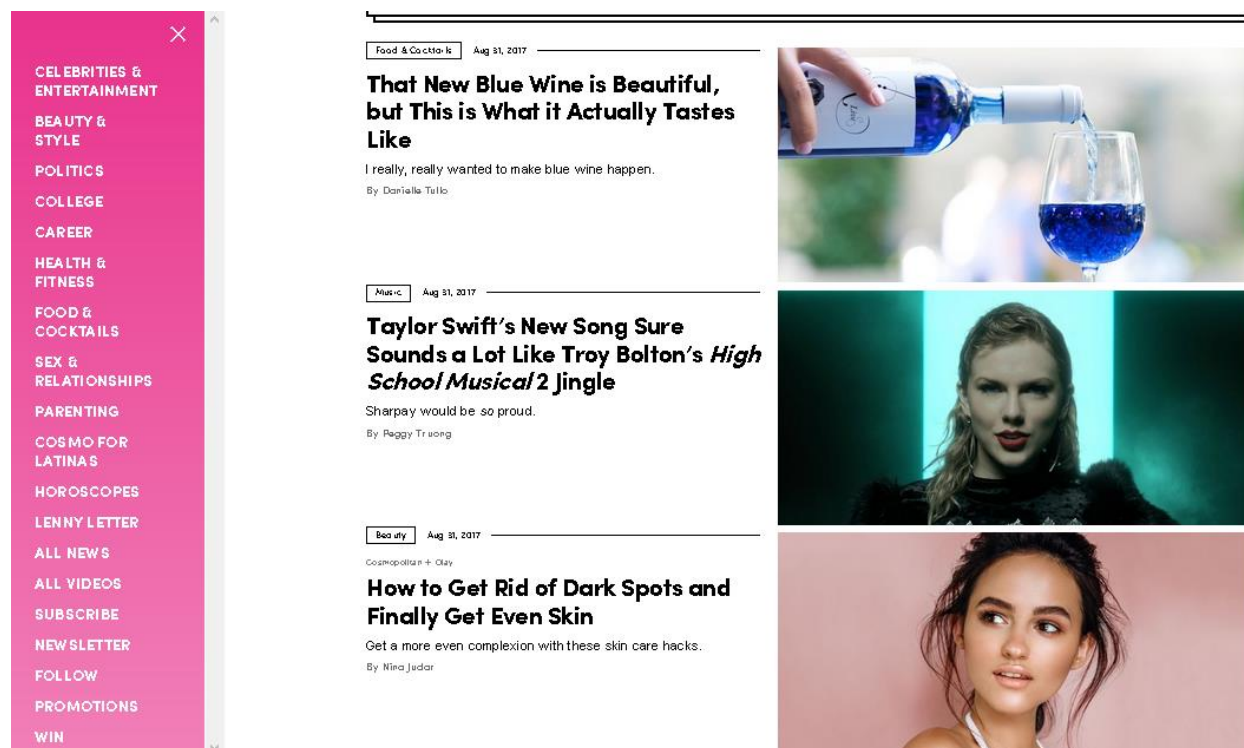
Rubrike u tiskanom časopisu jednake su web rubrikama. Osim tipičnih tema vezanih za veze, ljubav i odnose, američko izdanje ima rubriku *Politika* koja se bavi utjecajnim ženama u politici, te rubriku *Studij* u kojem nude savjete o fakultetima i životu studenata.

Zanimljiva je i rubrika *Karijera* u kojoj se nalaze razni članci koji se tiču odabira karijera ili čak uspjeha u nekim dotičnim karijerama.

Nadalje, pregled rubrika donosi općenite rubrike koje su inače specifične za ženske časopise, kao što je rubrika *Zdravlje* koja govori o zdravoj i popularnoj hrani, te raznoraznim dijetama u koje žene pobožno vjeruju.

Interesantna je rubrika *Cosmo* za Latinoamerikanke koja piše o novostima iz svih dosad navedenih rubrika na jednom mjestu, a prilagođene su Latinoamerikankama. Stranica ima sve karakteristike koje su bitne za online izdanje: neposrednost, višestranost, multimedijalnost, raznolikost distribucije. (Brautović, 2011:40)

*Slika 2. Pregled rubrika na Cosmopolitan.com*



Izvor: Cosmopolitan, lipanj 2017.

Hrvatsko izdanje web portala ima zaglavlje sa prepoznatljivom ružičastom bojom Cosmopolitana iako američko izdanje ponekad mijenja pozadinu zaglavlja. Na početnoj stranici hrvatskog izdanja prvo što je ponuđeno je reklama za automobilske gume koje nemaju nikakve veze sa sadržajem koji ovaj časopis nudi. Ispod zaglavlja navedene su rubrike. U američkom se rubrike nalaze na lijevoj strani, dok u hrvatskom su one horizontalno postavljene ispod zaglavlja.

*Slika 3. Naslovnica Cosmopolitan.hr*



Izvor: Cosmopolitan.hr, lipanj 2017.

Prva rubrika je *Ljubav* koja ima nekoliko pod rubrika te kolumne profesora Kobaloffa i Štulhofer. Sljedeća rubrika *Ja, samo bolja* donosi savjete o zdravlju, karijeri. *Ljepota* i rubrika *moda* su sljedeće rubrike koje pišu o modnim uspjesima i neuspjesima. *Muška posla* čije pod rubrike su *100% muško*, *Živjele razlike* i *Bezobrazno zgodan* je rubrika koja nije zastupljena u američkom izdanju.

*Celebrity* donosi najnovije vijesti i tračeve iz života slavnih; dok rubrika *Chill out* čitateljicama donosi testove, nagradne igre, odgovore na njihova pitanja; ovdje također možemo reći kako je sadržaj generički. (Brautović, 2011:50) *Fitness izazov* je rubrika koja govori o prehrani i vježbanju; predzadnja rubrika zove se *Moj Cosmos* te objedinjuje kolumne novinara Cosmopolitana i sličnih magazina i novina. Zadnja rubrika je *Horoskop*.



Slika 4. Pregled rubrika na Cosmopolitan.hr

**LJEPOTA**  
**5 načina kako smanjiti pore na licu**  
 Da, postoji protuotrov za proširene pore, i mi ga imamo!

**CELEBRITY**  
**Ormar Mariah Carey izgleda točno onako kako ste zamišljali!**  
 Dvije tone glamura u jednom ormaru, tj. golemoj sobi: Mariah Carey otvara vrata...

**ZOOM**  
**Na Seleninom Instagram profilu osvanula fotografija Justina Biebera**  
 Da, dobro ste pročitali!

**CHILL OUT**  
**Ivana Mišerić krasí naslovnicu**  
 Ofilu-osvanula-fotografija-justina-biebera

**PROMO**  
**Zaks: Anđeoska kolekcija i veliki opusti!**

**Radost kuhanja**  
 by **gorenje** Life Simplified  
 Pošalji recept i OSVOJI vrijedne nagrade!  
**SUDJELUJ!**

**Men's Health**  
**LJETNI PAKET**  
 29<sup>90</sup> kn

**ELLE**  
**Optimizam**  
**STILSKI ADUT SEZONE**  
 ELLE COLLECTIONS

Izvor: Cosmopolitan.hr, lipanj 2017.

Problem je i čest broj nepotpisanih članaka što nikako nije opcija kod američke stranice. Vrlo je bitno da se definira tko je što napisao ili sa kojeg izvora je nešto preuzeto. (Brautović, 2011:76) Što se tiče digitalnog izdanja, na hrvatskoj web stranici dostupno je samo 11 stranica aktualnog broja jer ne postoji digitalno izdanje, te pretplata može biti samo za tiskano izdanje.

Što se tiče društvenih mreža, američko izdanje stavlja svakodnevno postove i tweetove, dok hrvatsko izdanje društvenih mreža je prepisivanje i kopiranje članaka koji su objavljeni na nekim drugim stranicama ili u tiskanom izdanju. Iako izgledom na prvu hrvatsko izdanje je vjerna kopija američkom, tek listanjem stranica primjećuje se korak unatrag i ne maštovitost kod dizajna stranica te manjak članaka i potreba za velikim brojem reklama.

## 4.2. Rubrika Moj Cosmos

Predmet ovog rada je analiza kolumni na web stranici hrvatskog časopisa Cosmopolitan stoga je zadatak predstaviti autore kolumni koji pišu za ovaj cijenjeni ženski časopis. Web izdanje hrvatskog Cosmopolitana ima na stranici rubriku koja se zove *Moj Cosmos*. U rubrici se nalaze kolumnisti koji pišu kolumne za Cosmopolitan ili su pisali u nekom određenom vremenskom periodu. (Cosmopolitan.hr, 2017.)

Kolumne su pisane od strane poznatih i cijenjenih novinara, no također postoje i mladi novinari koji se tek probijaju na scenu te su im ove kolumne prve u njihovom novinarskom stvaralaštvu. Osim rubrike *moj Cosmos* i sedam kolumnista koji će bit analizirani, u rubrici *Ljubav i sex* postoje još dvije kolumne profesora Kobaloffa i profesora Štulhofera koje će također bit analizirane.

### 4.2.1. Jasmina Rodić

Prva kolumnistica je Jasmina Rodić. Podrijetlom iz Ogulina, rođena 1977. godine. Jasmina je diplomirana pravica koja je na sredini fakulteta shvatila da je pogriješila fakultet. Jasmina je novinarka u časopisu Cosmopolitan, uređuje lifestyle rubriku te piše kolumnu o životu solo djevojke. Sve njezine kolumne objedinjene su u knjizi *Dnevnik solerice* koji se zasniva na ljubavnom životu same autorice. Sama knjiga okarakterizirana je kao Sex i grad, ali na balkanski način. Jasmina se također okušala u pisanju slikovnica te priručnika za mladenke.

Što se tiče kolumne u Cosmopolitanu, osim na web stranici, njezina kolumna objavljuje se i u tiskanom izdanju što nije slučaj kod svih kolumnista. (Ljevak.hr, 2017) Prilikom istraživanja njezine biografije moram napomenuti da su informacije koje su napisane o njoj vrlo siromašne i šture, te je bilo vrlo teško otkriti čime se trenutačno bavi. Izvori informacija većinom su intervjui kolega novinara. Istražujući kolumne primijetila sam kako je zadnja objavljena kolumna u veljači 2016. godine, no ono što je zanimljivo je da se njezina kolumna zove Blogerica. Ispod svakog teksta piše vrijeme objave, te tekst dosta podsjeća na formu bloga. (Cosmopolitan.hr, 2017.)

#### **4.2.2. Milana Vuković Runjić**

Sljedeća kolumnistica je poznata hrvatska književnica Milana Vuković Runjić. Rođena u Zagrebu, 1970. godine, diplomirala je filozofiju na Filozofskom fakultetu. Milana je do sada objavila 22 knjige proze, eseja i poezije. Zajedno sa suprugom, Borisom, vodi nakladu Vuković&Runjić u Zagrebu. Od rujna 2012. u knjižari Vuković&Runjić u Zagrebu vodi "Klub kreativnih žena" i udrugu "Artisti i Literati". Za urednički rad dobila je Kiklopa 2005., a posljednjih je godina bila kolumnistica u *Cosmopolitanu* i *24sata*. Pisala je kolumne za talijanski "Internazionale", za slovensko "Delo" i američki "Believer". Milana među svojim stvaralačkim opusom ima i knjigu *Seksopolis* koja sadrži 60 izabranih kolumni koje su bile objavljene u razdoblju između 2001. godine do 2003. godine. Teme kolumni su brak, nevjere, samoća. (Dzepna.hr, 2017.)

Biografija književnice bogata je raznim knjigama, no razočarenje je manjak informacija o njezinom današnjem stvaralaštvu. Također, izvor informacija o književnici su većinom članci i tekstovi kolega novinara napisani šturim rječnikom. Kolumne u *Cosmopolitanu* objavljivane su periodično, te je zadnja kolumna postavljena u listopadu. 2015. godine. (*Cosmopolitan.hr*, 2017.)

#### **4.2.3. Nada Irena Fišić**

Nada Irena Fišić je bivša novinarka *Jutarnjeg lista* u kojem je pisala kolumne do 2013. godine kada je odlučila napustiti Hrvatsku i preseliti se na Bali. (*Lider.media*, 2017.) Ova novinarka sada je travel blogerica, te objavljuje svoje putopise u *Cosmopolitanu*. Iako su njezini tekstovi stavljeni pod rubriku kolumni, njezine objave sličnije su putopisnim blogovima.

Što se tiče nekih općenitih informacija o Nađi, nisam uspjela naći podatke o rođenju ili o završenom studiju. Svoje tekstove objavljuje svakih sedam dana, te uz tekst stavlja i autentične slike koje prate napisani tekst. Također ima i svoj blog na kojem piše o svojim putovanjima. (*Cosmopolitan.hr*, 2017.)

#### **4.2.4. Ivan Salečić**

Ivan Salečić je jedini muški kolumnist u rubrici Moj Cosmos. Salečić je rođen u Zagrebu, te je završio studij psihologije na Filozofskom fakultetu. Uz to, završio je i filmsku te televizijsku režiju na Akademiji dramske umjetnosti u Zagrebu. Ivan Salečić je kritičar i kolumnist koji je surađivao sa nekim globalnim medijskim kućama kao što su Lagardere Media, Hearst International, Deutsche Welle. Radi kao kreativni direktor u hrvatskom izdanju magazina ELLE. Nedavno je objavljen i njegov prvi roman „Glava lava“. Kratku prozu objavljivao je u časopisima Quorum i Godine. (Mvinfo.hr, 2017.)

Što se tiče kolumni u Cosmopolitanu, vrlo ih je malo, svega tri koje su objavljene u 2015. godini. (Cosmopolitan.hr, 2017.)

#### **4.2.5. Andrea Andrassy**

Andrea Andrassy je radijska voditeljica, kolumnistica i stand up komičarka koja je rođena u Zagrebu 1985. godine. Magistrirala je ekonomiju. Andrea osim svog dnevnog radijskog angažmana, se bavi i stand up komedijom. Nastupala je po cijeloj regiji, a kao najveći uspjeh navodi specijalni program stand up komedije u Londonu. Piše kolumnu za portal Index.hr od 2012. godine. Njezina kolumna *Dnevnik gradske cure* bavi se muško ženskim odnosima, no njezine teme često se dotiču i trenutnih situaciju u politici i općenitom stanju u Hrvatskoj. (Ljevak.hr, 2017.)

Slično kao i kod prve dvije kolumnistice. Andrea je objavila 2015. godine svoje kolumne u knjizi *Dnevnik gradske cure*. Autorica je razvila poseban stil pisanja po kojem je prepoznatljiva. Često je opisan kao sarkastičan način kojim se obraća ljudima, no autorica svoje tekstove piše na šaljiv i zabavan način.

Autorica ne piše za Cosmopolitan, već se njezine kolumne prenose sa portala na kojem piše. Na kraju svake kolumne napisan je izvor; te je zadnja objavljena u listopadu 2015. godine. (Cosmopolitan.hr, 2017.)

#### **4.2.6. Sara Schmidt**

Novinarka Sara Schmidt rođena je u Puli 1991. godine. Nakon završene srednje škole, Sara je svoje školovanje započela u Sjedinjenim Američkim državama, gdje je završila tečaj naprednog novinarstva na Harvardu. Nakon povratka završava novinarstvo na Veleučilištu VERN. Sara je od malih nogu zanimalo pisanje, naime, svoj prvi roman koji je napisala na natječaju je dobio pohvalu od Hrvatskog društva književnika za djecu i mlade. (Casopiskvaka.com.hr, 2016.)

Sara piše kolumnu za Cosmopolitan čije je naziv *Ženski moza(i)k*. Naime, njezina kolumna izlazi svakih sedam dana, teme se većinom tiču svakodnevnog života mlade djevojke u dvadesetim godinama, no ponekad su teme vezane uz aktualne događaje koji se zbivaju u Hrvatskoj. Sara je najmlađa kolumnistica u rubrici, no njezin stil pisanja često je uspoređivan sa stilom pisanja Andre Andrassy. Također, jedina je kolumnistica čije kolumne su pisane za Cosmopolitan, te se objavljuju samo u web izdanju. (Cosmopolitan.hr, 2017)

#### **4.2.7. Martina Kocijan**

Martina Kocijan je vlasnica marketinške agencije Kreativna Vjeverica. Ima dva web portala od kojih se jedan zove Carice.eu. Naime, vrlo je malo informacija o Martini. Pronašla sam kolumne koje je pisala za 24 sata. Također sam pronašla podatak da je radila četiri godine u odnosima sa javnošću. (Poduzetnica.blogspot.hr, 2013)

Njezina kolumna sličnija je blogu po formi, zove se *Klik za ljubav*. Tema kolumne je kako pronaći ljubav na internetu. Naime, njezina kolumna je jedina koja je specijalizirana za određenu temu. (Cosmopolitan.hr, 2017)

#### ***4.2.8. Profesor Štulhofer i profesor Kobaloff***

Osim navedenih autora postoje još dva autora čiji se tekstovi također ubrajaju u kolumne koje web Cosmopolitan pokriva. Aleksandar Štulhofer je poznati sociolog, profesor na Odsjeku za sociologiju na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Osnivač je seksualne terapije u Hrvatskoj. (Tkojetko.irb.hr, 2017) Njegova kolumna u Cosmopolitanu se zove pitaj doktora Štulhofera, čitateljice šalju svoje probleme koji se vežu uz veze, ljubav i sex, a doktor Štulhofer odgovara na pitanja.

Slično je i sa profesorom Kobaloffom. Naime, profesor Kobaloff je psiholog koji odgovara na pitanja čitateljica koja su vezana uz ljubavne probleme. Kada sam željela otkriti tko je profesor Kobaloff nisam mogla pronaći nikakve informacije o njemu osim da piše za Cosmopolitan. Možemo pretpostaviti kako je ime Profesor Kobaloff zapravo samo pseudonim. Pitanje je tko se krije iza pseudonima, je li samo jedna osoba ili više osoba. (Cosmopolitan.hr, 2017)

## 5. METODOLOGIJA I ANALIZA ISTRAŽIVANJA

Temeljni cilj ovog istraživanja je analizirati tekstove koji su napisani u kolumnama devetero autora koji pišu za ženski časopis Cosmopolitan. U analitičkom dijelu rada bit će prikazana istraživačka pitanja; definirati će se značajke publicističkoga stila, te će tekstovi biti analizirani kroz spomenute značajke. Korištenjem analize sadržaja doći će se do rezultata, koji će biti detaljnije objašnjeni pomoću već iznesenog teorijskog oslonca. Postavljena hipoteza je stilaska analiza kolumni i blogova na portalu Cosmopolitan.hr

Istraživačka pitanja koja su postavljena u ovom istraživanju stavljaju fokus na same tekstove koji su pisani na spomenutom portalu. Pitanja su sljedeća: U koje sve žanrove spadaju napisani tekstovi? Jesu li svi tekstovi kolumne? O kakvim temama pišu autori? Ima li sličnosti među tekstovima koje su kolumnisti napisali? Kako koriste naslove? Kakva je uloga fotografija? Jesu li tekstovi napisani publicističkim stilom te koje značajke koriste najviše? Pitanja koja su postavljena u radu temelje se na teorijskom dijelu koji ima uporište u knjigama *Jezik medija* Lane Hudeček i Milice Mihaljević, te *Funkcionalni stilovi hrvatskog jezika* Josipa Silića.

Uzorak na kojem će biti provedena analiza uključuje devet kolumnista koji pišu ili su pisali za Cosmopolitan.hr. Tekstovi na kojima će se provoditi analiza napisani su u razdoblju od siječnja pa do prosinca 2015. godine. Analiza će biti provedena na ukupno 45 tekstova. Razlog odabira 2015. godine je dostupnost materijala te je više kolumnista u toj godini pisalo za Comopolitan. Jedinica analize je tekst.

U istraživanju će se koristiti metoda analize sadržaja. Odabir metode ovisio je o načinu analiziranja. Analiza sadržaja pogodna je za analizu tekstova jer se u analizi koriste primarni podaci. Analiza sadržaja daje objektivan, sistematski opis sadržaja komunikacije. (Mišetić, 2001:125) Pomoću analize sadržaja selektirati će se sadržaj koji opisujemo, zatim slijedi testiranje hipoteza te usporedba odabranog medijskog sadržaja. Nakon toga dobiveni rezultati bit će obrazloženi u zaključku.

## 6. NOVINARSKI ŽANROVI

U novinarstvu kao profesiji najvažnije novinarsko oruđe je prenošenje istinitih i objektivnih informacija. Uloga novinara je da prikupi, uredi i objavi informacije te da otkrije negativnosti kako bi javnost bila što svjesnija događaja oko sebe. Prema autoru Siliću mediji imaju nekoliko funkcija: informativnu, propagandnu, popularizatorsku, prosvjetiteljsku, agitivnu, pedagošku te zabavnu. (Silić, 2006:76-77) Osim uloge koje imaju mediji, važno je napomenuti kako u hrvatskom standardnom jeziku postoji pet funkcionalnih stilova: književnoumjetnički, razgovorni, publicistički, administrativni te znanstveni. Svi funkcionalni stilovi imaju nešto zajedničko, a to je opće obvezatni standardni jezik. (Frančić i dr, 2005:230)

No, stilovi se i razlikuju, svaki stil ima nešto što ga čini drugačijim od ostalih stilova. Razlikuju se prema leksičkoj, morfološkoj, tvorbenoj i sintaktičkoj razini. Stilovi se razlikuju i po odnosu prema normama, no bitno je napomenuti da se stilovi raslojavaju na pod stilove i žanrove. (Hudeček i Mihaljević, 2009:9) Stil kojim se mediji koriste naziva se publicističkim stilom. Taj stil služi novinarima za pisanje tekstova. „Publicistički stil karakterizira jezična živost te upotreba jezičnih elemenata pomoću kojih se prenosi obavijest. Ovaj funkcionalni stil nije jedinstven te se različito ostvaruje u pojedinim žanrovima.“ (Hudeček i Mihaljević, 2009:9-12)

„Oblici novinarskoga izražavanja najčešće se u stručnoj literaturi nazivaju žanrovima. Sama riječ žanr došla je u iz francuskog jezika“. (Obradović, 2008:14) Kako bi novinari mogli napisati informacije koje su otkrili oni pišu u različitim novinarskim žanrovima. Te žanrove možemo podijeliti na informativne i na zabavne koji koriste ekspresivna jezična sredstva. U informativne žanrove ubrajamo: vijest, komentar, kroniku, prikaz, intervju i reportažu. Ovi žanrovi imaju namjenu obavještavanja te su namijenjeni najširem krugu čitatelja. (Silić, 2006:78)

U drugoj skupini su žanrovi koji imaju veću individualnu slobodu autora, imaju više ekspresivnosti, emocionalnosti i figurativnosti. U ovoj skupini žanrova su: kolumne, kratka priča, kozerija, humoreska, groteska, lakrdija, pamflet, parodija, feljton, panegirik, nekrolog i esej. (Silić, 2006:80-82) U daljoj razradi bit će objašnjen svaki od žanrova te će nadalje u radu bit uspoređen sa tekstovima kolumni napisanih za Cosmopolitan.



## 6.1. Zabavni novinarski žanrovi

Zabavni novinarski žanrovi su kratka priča, kozerija, humoreska, groteska, lakrdija, pamflet, parodija, feljton(podlistak) panegirik (hvalospjev) nekrolog i esej te kolumna. Osim zabavnog karaktera ovi žanrovi imaju propagandi i agitivni karakter. Većina žanrova se može naći unutar kolumna koje su napisane na portalu Cosmopolitan. Dakle, svaka od kolumna jest kratka priča koja ima organiziranu radnju sa neočekivanim obratima. Kratku priču kao žanr odlikuje kratkoća, te je lišena ustaljenih izraza, jednoličnosti i prenavljanja. (Silić, 2006:80). Milana Runjić u tekstu piše o poznatoj ženskoj torbici gdje na početku objašnjava kako je nastala, gdje se proizvede. Njezin tekst nema ustaljene izraze, te je pisan u stilu kratke priče:

*Naša priča počinje davne 1981., kada šef modne marke Hermes sjedne u avion pokraj glumice i pjevačice Jane Birkin. Na putu iz Pariza u London lijepoj se Jane sve prosulo iz torbice, a pomažući joj, dotični je smislio kako da je jednom zauvijek spasi: samo za nju, Hermes će dizajnirati kožnu vikend-torbu!<sup>2</sup>*

Sljedeći primjer je tekst Ivana Salečića. Autor u tekstu kroz formu kratke priče se bori sa vječnim pitanjem što je ljubav te kroz tekst objašnjava svoje shvaćanje te shvaćanje drugih ljudi:

*Iako se ljubavna bolest ne nalazi na listi "pravih" bolesti, ona je već desetljećima u fokusu znanosti. Primjerice, britanski klinički psiholog (ujedno i nagrađivani pisac trilera) Frank Tallis zalagao se za dublje znanstveno proučavanje tog fenomena.<sup>3</sup>*

Nadalje, sljedeći žanr je kozerija koja označava duhovito pripovijedanje, neku vrstu neusiljenog razgovora. Žanr je pisan slobodnim, prirodnim i ekspresivnim jezikom. Na zanimljiv i ponekad šaljiv način ovaj žanr priča o aktualnim događajima, pojavama i ličnostima. (Silić, 2006:80) Primjer ovog žanra možemo pronaći u kolumnama Andree Andrassy. Naime, njezine kolumne su pisane slobodnim i prirodnim jezikom, a teme se često dotiču aktualnih događaja. U navedenom primjeru autorica opisuje slobodnim i prirodnim rječnikom, na duhovit način situaciju o susjednoj nam zemlji Sloveniji. Autorica na šaljiv način opisuje situaciju sa granicama i Slovencima.

---

<sup>2</sup> Kolumna Milane Vuković Runjić; Jeste li sigurni da još uvijek želite birkinicu? , dalje u tekstu (MVR1)

<sup>3</sup> Kolumna Ivana Salečića; Kad ne možemo čuti „ne“, dalje u tekstu (IS1)

*Ovo nije priča koja će te dirnut ni priča s kojom ćeš se poistovjetit - ovo je samo priča o mojoj suboti navečer. Priča o tome kako su me izjebali Slovenci i jedna žena. Zvuči kao seksi priča, al kad ti kažem da su u njoj i Žare iz S.A.R.S.-a i 3 jelena... još uvijek zvuči seksi, jel da?*<sup>4</sup>

Sljedeća tri žanra mogu se također pronaći u svim kolumnama Andree Andrassy. Groteska, lakrdija i pamflet su žanrovi koji su pisani grubim i vulgarnim jezicima, obiluju šokantnim poredbama. Prikazuju iskrivljenu i karikiranu sliku stvarnosti. Jezik je pun neobičnih metafora. (Silić, 2006:81) Primjer je tekst pod nazivom Šljivo Sanader gdje autorica opisuje situaciju sa bivšim hrvatskim premijerom Ivom Sanaderom i izruguje se hrvatskim sudovima te dobivenoj jamčevini. Upotrebljava riječi koje su vulgarne poput nadržkan, te koristi proste izraze

*Ivi nisi bitan, jebe se njemu za tebe. Ali kad pogledaš big picture, za 50 godina, Ivo će bit samo siva, nebitna mrlja - Ivo će bit Windows Vista. Neće bit važno koliko si beznačajan bio za Ivu - bit će važno samo koliko si bio značajan za Maju.*<sup>5</sup>

Novinarski žanr koji je pisan jednostavnim stilom na humorističan način, te je vrlo optimističan i zabavan naziva se humoreska. (Silić, 2006:81) Kolumne tj. blogovi Martine Kocijan i Jasmine Rodić pisane su ovom vrstom žanra. Kao primjer možemo prikazati tekst u kojem autorica opisuje situaciju u parku koja se mijenja kada padne mrak i ujutro kada izađe sunce. Na humorističan način opisuje noćno pjevanje posjetitelja parka, te jutarnje prizore koji ostaju nakon noćnog pjevanja.

*U subotu ujutro, nakon što je služba gradske čistoće pokupila prazne boce piva, prazne kutije pljuga i ostatke polupojedenih sendviča koje je u parku ostavilo "cvijeće naše mladosti", isti taj park i klupice u njemu zauzeli su roditelji s djecom. I poneka solerica koju je udana prijateljica natjerala da joj pravi društvo dok odrađuje obaveznu vikend-epizodu zvanu "izvođenje djece na zrak".*<sup>6</sup>

Sljedeći žanrovi koji spadaju u ovu skupinu nisu pronađeni u analiziranim tekstovima, stoga su u daljnjem tekstu opisane samo karakteristike u kratkim crtama. Parodija može biti pisana u poeziji ili prozi, a cilj joj je podrugljivo oponašati pisca tako da se njegov jezik i stil hiperboliziraju kako bi ga se ismijalo do grotesknosti. Takav se način iskazivanja sadržaja naziva još travestijom. Sljedeći žanrovi su panegirik ili slavopojka koji označavaju govor kojim

---

<sup>4</sup> Kolumna Andree Andrassy, Lutkooo, ja sam jelen!, dalje u tekstu (AA1)

<sup>5</sup> Kolumna Andree Andrassy, Šljivo Sanader, dalje u tekstu (AA2)

<sup>6</sup> Kolumna Jasmine Rodić, Vjeran kao pas, dalje u tekstu (JR1)

se nekoga ili nešto pohvaljuje, te nekrolog koji označuje govor povodom nečije smrti. Sadržaj mu je vezan uz život i rad osobe koja je umrla. (Silić, 2006:80)

Žanr koji možemo pronaći u tekstovima je feljton ili podlistak. Ovaj žanr može imati društveno-politički, popularno znanstveni, književni i zabavni sadržaj. Te je pisan na duhovit, živ i lak način. Stil je prirodan i nenametljiv. (Silić, 2006:80) Kombinaciju ovog žanra pronalazimo u svim tekstovima kolumni koje novinari pišu na portalu. No, među najčešćima su tekstovi Andree Andrassy i Sare Schmidt. Autorice često pišu o svakodnevnim događajima koji uključuju zabavne sadržaje te im je stil također karakterističan za ovaj žanr. Primjer kolumne Sare Schmidt pokazuje tekst pisan duhovitim, živim i lakim načinom.

*Kad je riječ o produktivnosti, kod mene postoje dvije situacije. Ona u kojoj me s posla u sedam navečer tjeraju čistačice, sa sažaljenjem mi nudeći svoje prijateljstvo, ili ona druga, kad ću dan provesti u pidžami pokušavajući proždrijeti zaleđeni jogurt koji sam izvukla iz skrivenog kuta zamrzivača – negdje pored gljivica pomoću kojih sama mogu raditi svoj kefir.<sup>7</sup>*

Dok, kolumnistica Andrassy ima tekstove čiji je sadržaj zabavan i društveno politički, te je stil nenametljiv, a jezik je duhovit i živ.

*Uglavnom - to je mala granica. I ne radi. NE RADI. Bila sam na malim granicama puno puta, al ova mala granica je toliko mala da radi do 22h. Do deset, i onda ne radi opet do 7 ujutro. To znači da odeš na obližnju, malo veću malu granicu i sve je ok. Osim ako ne znaš da granica uopće može ne raditi i imaš GPS koji te želi ubiti. (AA1)*

Žanr koji se naziva esej ili ogled često možemo pronaći u kolumnama koje pišu Milana Runjić i Ivan Salečić. Ono što je karakteristično za ovaj žanr je da autor iznosi svoje poglede na određenu temu (život, kultura, književnost, znanost) oslanjajući se na svoje ili općenito ljudsko iskustvo. Zastupljena su retorička i poetska jezična sredstva, a najčešće se isprepliću znanstveni, književno umjetnički i novinarski stil pisanja. (Silić, 2005:21) Milana Runjić piše formom eseja, te se njezin stil pisanja često može ispreplitati sa književnim stilom. Autorica često koristi i jezična sredstva koja su dio književnog stila. U navedenom primjeru piše o ljepoti žena i o tome što žene rade kako bi ostale mlade i lijepe. Ona iznosi svoje poglede na tu temu.

*Mnoge lijepe žene koje zamrže sebe jer im se čini da se njihova ljepota topi, investiraju mnogo novca u to da izrone pred kamerama i fotoaparatima poput čudovišta iz močvara. Samo one*

---

<sup>7</sup> Kolumna Sare Schmidt, Kako sam počela nositi štikle, dalje u tekstu (SS1)

*žene koje poštuju prirodne cikluse i vole svoje tijelo mogu beskrajno dugo održavati svoju ljepotu znajući da više nisu djevojčice ni mlade djevojke...<sup>8</sup>*

Drugi autor koji piše žanrom eseja je Ivan Salečić. Njegovi tekstovi većinom iznose mišljenja autora o nekoj temi kao što je ljubav, život, kultura. U njegovim tekstovima možemo zamijetiti ispreplitanje nekoliko stilova kao na primjer knjiženog i novinarskog. Primjer je tekst o ljubavi koja se može definirati kao bolest.

*Iako se ljubavna bolest ne nalazi na listi "pravih" bolesti, ona je već desetljećima u fokusu znanosti. Primjerice, britanski klinički psiholog (ujedno i nagrađivani pisac trilera) Frank Tallis zalagao se za dublje znanstveno proučavanje tog fenomena. (ISI)*

U radu su nabrojani razni žanrovi kojima inače pišu novinari, no želim napomenuti kako tekstovi nisu uvijek pisani samo jednim žanrom, često možemo primijetiti kako se isprepliću neki od navedenih žanrova.

## **6.2. Novinarski žanr: kolumna**

S obzirom da se mediji mijenjaju, novinari se također moraju prilagođavati promjenama u načinu pisanja informacija. Postoje još neke vrste novinarskog izražavanja koje nisu opisane u Silićevoj knjizi. Razlog tome je možda nejasnoća je li uopće ta vrsta novinarskog izražavanja zapravo žanr. Zadnjih dvadesetak godina diže se podosta polemike oko kolumne. Naime, kolumna se kroz godine uvrstila u novinski žanr iako mnogi autori smatraju kako ona nije žanr već rubrika u novinama. (Obradović, 2008:14-35)

No, da bi nastao novi oblik novinarskog izražavanja, mora biti zadovoljen osnovni uvjet- novi oblik mora imati više posebnih značajki po kojima se razlikuje od drugih oblika. Stoga, možemo reći kako se kolumna također može smjestiti unutar skupine žanrova. Izvorno značenje kolumne bilo je opisano kao stupac u novinama ili knjigama. Zatim se definicija proširuje na stalnu rubriku određenog novinara u nekim novinama, dok danas se kolumna prihvaća kao posebni oblik novinskog izražavanja koju je prihvatilo i Hrvatsko novinarsko društvo. (Obradović, 2008:14-25)

---

<sup>8</sup> Kolumna Milane Vuković Runjić, Očajnička potraga za vječnom mladosti, dalje u tekstu (MVR2)

U knjizi Novinarstvo, teorija i praksa autori ističu da su kolumne pisane različitim oblicima izražavanja (humoristički, komentatorski), da ih u pravilu piše jedan autor, ali ih može pisati i više novinara. (Grbelja i Sapunar, 1993) Kolumna mora biti aktualna, stil i rječnik moraju biti ujednačeni, te moraju biti osvježene primjerima i prihvatljive čitateljima kojima su namijenjene. Redovne su i imaju izraženo mišljenje ili gledište neke situacije ili događaja. Iako su novinski oblici i vrste obično strogo zadani te postoje pravila kako se pišu, kolumna kao i neki drugi oblici poput komentara, recenzija ili osvrti temelje se na stajalištima autora te nemaju stroga pravila. U ovim oblicima autori razvijaju vlastiti stil pisanja. (Malović, 2005:247-255)

Autori kolumna često su istaknuti članovi društva poput političara, znanstvenika, novinara. Kolumne se smatraju redovitim rubrikama koje se objavljuju uvijek pod istim nazivom na istom mjestu. Jednake su dužine i grafičkog oblika te su obično ilustrirane autorovim fotografijama ili karikaturama. Primjer tome su kolumne na portalu Cosmopolitan autorica Andree Andrassy, Sare Schmidt, te Martine Kocijan i Jasmine Rodić. Svim kolumnama zajednička je objava vlastitih fotografija, dok kolumne Andree i Sare imaju isti naziv te se objavljuju na istom mjestu. Marina i Jasmina imaju nazive kolumna, no njihov stil pisanja više podsjeća na blog, vrsta novinarskog žanra koji će biti objašnjeni u daljnjem tekstu. Nadalje, autorica Runjić također ima neke karakteristike kolumne kao što su dužina teksta i grafički oblik. Slično je i sa kolumnom Ivana Salečića, no njihove kolumne nemaju isti naziv, nisu prepoznatljive po nekom imenu, no stil pisanja je esejistički, slikovit i zanimljiv što su također značajke kolumni.

U hrvatskim novinama postoji nekoliko vrsta kolumni. Prva je ozbiljni društveni komentar koji ima snažne argumente, te autor sa jasnog stajališta komentira aktualna zbivanja. (Malović, 2005:250) Takva vrsta je uočljiva kod Milane Runjić i Ivana Salečića. Primjer je tekst o najskupljoj ženskoj torbi i izradi iste o kojoj piše Milana Runjić. U tekstu autorica izlaže svoje stajalište.

*Cijela ta crna komedija tiče se samo jednostavne istine – skupe birkinice u sebi nose stravu ubijanih i oderanih životinja. Želeći takvu torbu, o tome ili a) nećete razmišljati ili b) nećete je kupiti. No ne nastaju samo birkinice od životinjskih koža. (MVRI)*

Sljedeća vrsta je kolumna koju karakterizira dobro poznavanje društveno-političkih prilika, jaka i logična argumentacija te ozbiljan, ali ne dosadan stil. Zadnja vrsta se može ubrojiti u formu dnevnika, autor vodi dnevnik i reagira dan za danom na aktualna zbivanja. (Malović, 2005:250)

Ovakav primjer kolumni su kolumne Sare Schmidt i Andree Andrassy. Autorice objavljuju svoje tekstove kroz formu dnevnika te se često dotiču društvenih ili političkih događaja. Primjer je kolumna u kojoj se autorica bavi situacijom u Hrvatskoj te tadašnjim aktualnim događajem koji se tiče bivšeg premijera Ive Sanadera . U kolumni iznosi svoje stajalište.

*Onda odeš na internete i još gore. Ćaća se vraća. Thievo Sanader. Koliko je ono jamčevina, 12 milijuna kuna? Dvanaest milijuna kuna, to je dvajscetri milijuna plastičnih boca (ipak živimo u državi u kojoj je zahvaljujući nekima plastična boca postala valuta). Skuplja se, zamisli to - ne boce, nego novac da Ivo osunča obrazić na jesenjem suncu. Ja nemrem govorit šta Ivo je ili nije uzeo, nisam bila pristuna - ja samo znam da po stanju na računu može stajat uz bok možda ne Beckhamu ali nekom sličnom, a znam i da Ivo nikad nije profesionalno igrao nogomet. Dvanaest milijuna za skupit. Piece of cake, kaj ne? (AA2)*

Često različitost i zanimljivost u kolumnama mogu dati dijalekti, lokalizmi ili žargoni. Kolumnisti biraju o čemu će pisati i na koji način će pisati, to može biti duhovito, ironično, polemično, slikovito ili zanimljivo. (Malović, 2005:252) Koriste se također i razne značajke drugih funkcionalnih stilova poput književnog umjetničkog. Primjer je pisanje subjektivnim tonom, pripovijedanje u ja-obliku, izravno obraćanje čitateljima te igre riječima na odabranu temu. (Hudeček i Mihaljević, 2009:16-18)

Nakon provedene analize možemo zaključiti kako većina tekstova je napisana u novinskom žanru kolumne. No, dvije autorice pišu svoje tekstove žanrom koji je sličan blogu.

### **6.3. Novinarski žanr: blog**

Blog je još jedna vrsta novinarskog izražavanja koja je postala važna, a također se dosta preispituje zbog toga što ju dosta često koriste i građani, a ne samo novinari. Blog ili weblog je publikacija na Internetu koja sadrži periodične članke u obrnutom vremenskom slijedu; najnoviji članci se nalaze na vrhu. (Brautović, 2011:45) Teme i način unosa tekstova variraju, naime, u nekim blogovima unosi su u tekstualnom formatu (vijest, bilješka) dok neki upotrebljavaju samo fotografije ili skice. Ono što je vrlo zanimljivo da veliki dio blogova omogućava posjetiocima da napišu komentar te na taj način dolazi do stvaranja neke vrste

zajednice koja obrađuje i diskutira temu kojom se blog bavi. Blogovi su postali vrlo rasprostranjen način komunikacije na Internetu. ( Indeks.hr, 2003)

Mane blogova su što ih mnogi smatraju vrlo neozbiljnima i smatraju kako ne posjeduju istinite informacije. No, kako se razvijamo tako se i mišljenje o blogovima počelo mijenjati. Posljednjih godina sve je više profesionalnih blogera koji isključivo žive od pisanja bloga. Tehnološke karakteristike novih medija i njihova implementacija u svakodnevni život, omogućile je , i „nove oblike koje koriste karakteristike interaktivnosti i lakše distribucije sadržaja te stvaranje temelja za razvoj novih društvenih odnosa među korisnicima.“ (Peruško, 2011:37) Raste i tendencija klasičnih medija da na svojim stranicama imaju svoje blog selekcije.

Postovi u blogovima pišu se različitim stilovima, to može biti formalni stil, a može također biti i ležerni. Ono što je jedino bitno da su napisani gramatički točno. Način pisanja posta opisao je Mato Brautović u svojoj knjizi Online novinarstvo: postovi moraju biti kratki zabavni i jednostavni. Započinje se uvodom (lead) u kojem se opisuje razlog napisanog posta te također taj uvod sadrži poveznicu na izvor priče. Nakon toga slijede dva odlomka koji imaju odgovarajuće citate, te nakon toga dva odlomka s komentarem autora, a post završava sa poveznicama koje vode na komentare drugih o temi. Na vrhu posta mora postojati dobar naslov kojim se privlače čitatelji. (Brautović, 2011)

Što se tiče vrste blogova, ne postoji točna literatura u kojoj su objašnjene vrste ili slično. Blogovi su relativno nov način pisanja stoga mogu reći da ne postoje jasna pravila o načinu pisanja, svaki autor ima svoja pravila i svoj način pisanja. (Varagić, 2015:4-9) Što se tiče portala Cosmopolitan, autorice Martina Kocijan i Jasmina Rodić pišu kombinaciju kolumni i blogova. Dakle, njihovi tekstovi miks su karakteristika bloga i kolumne. Ime i mjesto objavljivanja slično je načinu objavljivanja kolumni, dok su forma teksta te učestalost objavljivanja slični karakteristikama bloga. Primjer je tekst autorice Rodić koja je pisala o rođenju svojeg najdražeg pisca. Post je kratak i jednostavan.

*Na današnji dan 1932. rodio se Miroslav Antić. Koliko god sam u osnovnoj mrzila bubati biografske podatke o piscima, taj sam se datum potrudila upamtiti (a da samo znate koliko loše pamćenje imam, znali bi koliko je to velika stvar:) jer nema većeg, boljeg i mudrijeg pjesnika od Mike :)*<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Kolumna Jasmine Rodić, Sretan rođendan, Mika!, dalje u tekstu (JR2)

Nadalje, osim kolumni i blogova na portalu se nalaze tekstovi koje bismo mogli svrstati u formu putopisa. Naime, autorica Nađa Fišić piše svoja iskustva i događanja sa putovanja na kojima je bila. Stoga, iako ovaj žanr ne spada u skupinu zabavnih žanrova, radi kasnije lakše usporedbe i analize tekstova bitno je definirati karakteristike ovog žanra. Dosta često se izjednačavaju putopis i reportaža zbog sličnih karakteristika. Naime, reportaža slično kao i putopis govori o realnim događajima, no reportažom se lakše dočarava atmosfera zbivanja u društvu. Kako bi atmosfera bila što bolje dočarana koristi se dijalog i opis koji je sličan dijalogu u književno umjetničkom djelu. Žanr se odlikuje sažetošću, zanimljivošću i duhovitošću. (Malović, 2005:329)

Putopis pak predstavlja granični oblik između književnosti i novinarstva. Novinski putopis se piše poput niza reportaža pa je struktura svakog njegovog dijela sažeta reportaža. (Primorac i dr, 2010) Ovaj žanr prepoznatljiv je u tekstovima Nađe Fišić. Ova autorica svaki tjedan objavljuje tekstove u kojima iznosi svoja iskustva sa putovanja. Primjer je tekst u kojem autorica opisuje putovanje u Colombo, grad u Aziji.

*Nisam puno očekivala od Colomba, gradovi u Aziji nemaju taj štih kao europski. Ali potpuno sam smetnula s uma da su njime vladali Portugalci, Nizozemci i Englezi. Arhitektura je kolonijalna, ulice su široke poput avenija, zelenilo je posvuda. Divno izgleda taj Colombo.<sup>10</sup>*

Osim navedenih kolumna postoje također i kolumne doktora Štulhofera i profesora Kobaloffa koja su napisana kao odgovori na pitanja. Dakle, čitatelji ispituju, objašnjavaju i opisuju svoje životne situacije i traže dogovore od dvojice navedenih autora.

---

<sup>10</sup> Kolumna Nađe Fišić, Singalezi su prekrasni ljudi od kojih imamo puno za učiti, dalje u tekstu (NF1)



## 7. PUBLICISTIČKI STIL

Publicistički stil je stil javnoga priopćavanja kojim se služe svi novinari pišući za tiskovine ili vodeći emisije na radiju i televiziji. Ovaj stil pokazuje živost i aktualnost. (Frančić i dr, 2005:243) Svi funkcionalni stilovi hrvatskog jezika imaju neke značajke po kojima se razlikuju. „Publicistički stil je bliži općem standardu od književnoumjetičkog razgovornog stila, dok je slobodniji od administrativnog i znanstvenog stila.“ Ovaj stil se dijeli na niz podstilova s obzirom na medij u kojem se komunikacija odvija ili na karakter određenog teksta ili emisije. (Hudeček i Mihaljević, 2009:10) Primjer ispreplitanja književnoumjetničkog i publicističkog stila možemo pronaći u kolumnama Milane Runjić i Ivana Salečića. U kolumni Milane Runjić u kojoj autorica piše o očajnoj potrazi za vječnom mladosti primjećujemo navedeno ispreplitanje. Autorica piše o temi koja je zanimljiva čitateljicama, piše slikovito i zanimljivo, te piše esejističkim stilom, tekst je pisan subjektivnim tonom. (Hudeček i Mihaljević, 2009:16):

*Nemam ništa protiv toga da žena bude lijepa, da uživa u svome izgledu i da si, osjeti li potrebu, pripomogne u održavanju tog izgleda. No imam nešto protiv toga da se starenje doživljava kao teška bolest koju treba liječiti. (MVR2)*

Osim navedenih stilova, publicistički stil može imati i elemente razgovornog stila. Primjeri su kolumne Andree Andrassy i Sare Schmidt. Naime, autorice pišu tekstove u kojima je prisutno mnogo anglizama i žargonizama te je česta upotreba stilskih sredstava što je odlika razgovornog stila. (Hudeček i Mihaljević, 2009:20)

***Fuck that shit.** Jedi tortu, Debela. Jedi napolitankicu. Smršavi ako želiš, živi zdravo i imaj sixpack ako želiš, ali nemoj to radit zato jer ti je neki šupak koji ti laže da te voli rekao da moraš.<sup>11</sup>*

Znanstveni stil se pak može podijeliti na strogi i na znanstveno-popularni. Znanstveno-popularni je namijenjen prenošenju znanstvenih činjenica i podataka na neformalnoj razini. (Hudeček i Mihaljević, 2009:26) Primjer ovakvog stila pronalazimo u kolumnama profesora

---

<sup>11</sup> Kolumna Andree Andrassy; Moja cura je debelaaaa!, dalje u testu (AA3)

Štulhofera. Naime, on je istaknuti znanstvenik koji pokušava savjetima pomoći svojim čitateljima.

*Druga je mogućnost da mu predložite da zajedno potražite pomoć. Prihvati li to, na stranicama Hrvatskog društva za seksualnu terapiju (www.hdst.hr) možete pronaći informacije o najbližem stručnjaku ili stručnjakinji.<sup>12</sup>*

Primjećujemo kako u analiziranim kolumnama osim publicističkog stila postoje i ostali funkcionalni stilovi, iznimka je jedino administrativni koji nije pronađen u analiziranim tekstovima.

## **7.1. Pripovjedna stilska sredstva kolumnista**

### **7.1.1. Ritam i citati**

Kada govorimo o ritmu pisanja mislimo na rečenice kojima novinari pišu. Postoje rečenice koje su dugačke i postoje kratke rečenice. Postoje autori koji pišu dugačkim rečenicama, dok postoje autori koji naizmjenično pišu dugačke pa kratke rečenice. Primjer ovakvog pisanja nalazimo u kolumnama Milane Runjić i Ivana Salečića. Česta je izmjena dugih pa kratkih rečenica

*U prvom redu posesivnost, ovisnost o partneru, ljubomoru, kontrolu, intenzivne promjene raspoloženja, razdražljivost... Što još?<sup>13</sup>*

Dok drugi autori su skloniji pisanju kratkih rečenica. Autori koji pišu kratkim rečenicama, ostvaruju dramatičan efekt. (Beck, 2012:176) Primjer su kolumne Sare Schmidt.

*Zašto? Zašto to rade? Koju curu može impresionirati „štaš pit“? I davanje životinjskih imena? Nema veze što su u deminutivu“<sup>14</sup>*

Osim pisanja rečenica, u publicističkom stilu često se prenose riječi ili se citiraju neki izvori. Citat označava izvadak iz teksta koji je točno prenesen, te se navodi od riječi do riječi. Često se

---

<sup>12</sup> Kolumna prof. Štulhofera, Kad se erekcija ispuše kao balon. Za tren!, dalje u tekstu (PŠ1)

<sup>13</sup> Kolumna Ivana Salečića, Strategije povezivanja s partnerima, dalje u tekstu (IS2)

<sup>14</sup> Kolumna Sare Schmidt; Di si maco,ks ks!, dalje u tekstu (SS2)

upotrebljavaju citati iz književnih dijela, pjesama, poslovice ili rečenice iz filmova. ( Frančić i dr, 2005:321)

Nekoliko je autora koji u svojim kolumnama koriste citate, no među najčešćima je Ivan Salečić. Njegovi citati su iz filmova, pjesama pa čak i književnih dijela. Primjer je citat iz Shakespeareovog dijela Romeo I Julija:

*U času smrti dešava se često, Da veseli su ljudi – a čuvari*

*To zovu munjom prije samrti. Da l' mogu i ja ovo munjom nazvat? (IS1)*

Osim kod njega, česta je upotreba citata i kod Andree Andrassy i Jasmine Rodić. Naime, Jasmina Rodić u jednom tekstu piše o Miroslavu Antiću, dječjem piscu te citira njegove riječi.

*nego će citirati Miku, u čast njegova rođendana: "Valja se dobro osloniti o svoju hrabrost i ljubav, i plave slojeve nade. To je najprostiji način da pronadete sebe i domognete se mnogih nesvakidašnjih čuda. (JR2)*

Dok autorica Andrea Andrassy često upotrebljava stihove pjesama ili rečenice iz poznatih filmova. Primjer je kolumna u kojoj navodi stih iz pjesme California love:

*DJ pustio California love jer ga uvijek pustiš, uvijek u isto vrijeme i svi još uvijek znaju otpjevat jedino "now let me welcome everybody to the wild wild west, a speks e sespektbl lajk ELIJEN NEST!" i onda svi šute do dijela "in the cityyyyyy O PIJOLING!"<sup>15</sup>*

Većina autora u tekstovima koristi citate. Citati su uglavnom iz stranih filmova, serija i pjesma. Rijetko koji autor citira književna dijela ili neke poznate osobe.

### **7.1.2. Anglizmi i vulgarizmi**

Svjedoci smo utjecaja engleskog jezika na sve jezike pa tako i na hrvatski jezik. U hrvatskom jeziku sve je češća upotreba anglizama ili neprilagođenih engleskih riječi. (Hudeček i Mihaljević, 2009:107) Prema pravopisu anglizmi se u hrvatskom jeziku pišu prema engleskom izgovoru. (Fračić i dr, 2005:213) Postoji problem da se često u tekstovima preuzimaju engleske

---

<sup>15</sup> Kolumna Andree Andrassy, Ne volim, dalje u tekstu (AA4)

riječi bez ikakve prilagodbe ili djelomične prilagodbe, što bi značilo da to čak ni nisu anglizmi jer se anglizmi tvorbeno u većoj ili manjoj mjeri prilagođavaju hrvatskom jeziku. ( Hudeček i Mihaljević, 2009: 109)

Nekoliko je autora koji koriste anglizme u svojim tekstovima. Tekstovi Andree Andrassy ispunjeni su anglizmima. Primjer je tekst u kojem piše o debljini i mršavljenju.

*Fuck that shit. Jedi tortu, Debela. Jedi napolitankicu. Smršavi ako želiš, živi zdravo i imaj sixpack ako želiš, ali nemoj to radit zato jer ti je neki šupak koji ti laže da te voli rekao da moraš. (AA3)*

Nadalje i autorica kolumne Klik za ljubav često koristi navedene riječi. Primjer je tekst u kojem piše kako je upoznala muškarca na Internet stranici.

*Online, bio je skroz simpatičan i normalan dečko kakvog bi svaka prijateljica poželjela svojoj drugoj prijateljici (i sebi).<sup>16</sup>*

Osim navedenih autorica, i Nađa Fišić u svojim putopisima također često upotrebljava anglizme. Primjer je tekst o putovanju u Sri Lanku.

*Ljudi su se smješkali uz put, mahali, oni hrabriji nešto i dobacili. Nakon nekog vremena počela sam se osjećati kao neki celebrity<sup>17</sup>*

Poneki anglizam može se pronaći i u kolumnama Ivana Salečića i u kolumnama Jasmine Rodić. Osim upotrebe anglizama, jedna autorica u svojim kolumnama često koristi vulgarizme. Vulgarizmi su riječi neprikladne za pristojno izražavanje. Često se odnose na tabuirana područja kao što je primjer seksualnost. (Fračić i dr, 2005:242) Vulgarizmi se protežu kroz sve kolumne Andree Andrassy, a primjer je tekst o debljini.

*To rade šupci i iskompleksirani debili. Nemoj dat tom debilu mjesec dana vremena, ostavi ga ODMAH sad. Steraj ga u k, zajedno s onom tvojom frendicom koja ti nije rekla da ti je dečko šupak nego je rekla: "Da, kužim ga... (AA3)*

Vulgarizmi inače spadaju u razgovorni stil, isto kao i kolokvijalizmi koji označavaju riječi i oblike koji se obično spontano govore, te žargon koji je zapravo jezik pojedine socijalne skupine. (Frančić i dr, 2005:241) Navedene riječi su većinom u tekstovima koji imaju preklapanja sa razgovornim stilom, dakle to su kolumne Andree Andrassy i Sare Schmidt. Iako

---

<sup>16</sup> Kolumna Martine Kocijan, Žene, nemojte biti prezgodne!, dalje u tekstu (MK1)

<sup>17</sup> Kolumna Nađe Fišić, Možete li vjerovati sa Sri Lanka ima katastrofalan turizam?, dalje u tekstu (NF2)

analizirajući tekstove mogu reći kako se u i tamo koji kolonijalizam provuče i kroz kolumne ostalih autora. Primjer je kolumna Jasmine Rodić u kojoj opisuje posjetitelje parka.

*Treba li doista držati frajere na kratkom povocu, pitala se blogerica Jasmina Rodić nakon što je s frendicom prošetala parkićem, istim onim u kojem su pijani klinci noć ranije revali Mišine hitove. (JR1)*

Dakako, primjer je i tekst Andree Andrassy o debljanju i mršavljenju.

*Pravi frajer te ne pita dal ćeš sad stvarno ić jest palačinku a već je 3 ujutro, pravi frajer te pita s čim ćeš i donese ti ju. (AA3)*

U tekstovima koji su analizirani korišteno je puno anglizama, nijedan analizirani tekst nije bio bez engleskih riječi. Milana Vuković Runjić je jednina koja koristi minimalno anglizama. Što se tiče vulgarizama samo je jedna autorica kroz sve svoje kolumne imala vulgarizme.

### **7.1.3. Dijalog i frazemi**

U tekstovima novinara često možemo vidjeti formu dijaloga. Naime, dijalog je najprikladnije stilsko sredstvo za izražavanje suprotnosti između karaktera odnosno suprotnosti misaonih stavova. Dijalog označava dvije osobe koje neprestano izražavaju svoja različita stajališta, opravdavaju vlastite, ali osporavaju tuđe misli i osjećaje. (Solar, 2005:235) Autorica Blogerice Jasmina Rodić često piše svoje tekstove kroz dijalog. Primjer je tekst u kojem autorica razgovara sa svojom prijateljicom o muškarcima:

*– Ne, ozbiljno, da nema tvog Gorana, stvarno bih izgubila svaku nadu da tamo negdje vani postoje normalni, odani i vjerni muškarci – nastavljam.*

*– Znam, užas. Ponekad se i ja pitam je li moguće da je toliko dobar i normalan. Pitam se skriva li i on nešto, neki kostur u ormaru – smije se Tena.*

*– Ne skriva. Naprosto te voli. – ...i svog brata također – dodaje Tena i opet kreće hihot vječnih djevojčica ;) (JR1)*

Također autorica putopisa Nađa Fišić često svoja iskustva opisuje u formi dijaloga. Primjer je tekst o putovanju na Novu godinu.

*Kako se meni ne da! Šta, vidjet ćemo još xy lijepih, egzotičnih plaža. Ali živimo kraj jedne, meni to više uopće nije napeto - kaže Mirda dok pokunjeno sjedimo na tepisonu*<sup>18</sup>

Autorica kolumne Ženski mozaik u nekim tekstovima piše tekstove kroz dijalog. Primjer je tekst u kojem piše kako razmišljaju žene o nogometu, a kako muškarci o kupovini robe.

*Onda ga ti pitaš: „A zašto oni samo trče okolo umjesto da pokušaju zabiti gol?! A on ti odgovori: „Pa tako. To je nogomet. Zabavno je.“ Ti bi na to odgovorila s: „Ne. To nije nogomet. To je gubljenje vremena.“ Eto vidiš. Opet sam u pravu.*<sup>19</sup>

Kada se govori o stilovima često se govori i o frazemima kao jednim od značajki. Naime, frazemi su veze riječi sa obvezatnim osobinama: ne stvaraju se u govornom procesu, nego se reproduciraju u gotovu obliku, imaju stalan sastav i raspored sastavnica, značenje mu se obično ne izvodi iz značenja sastavnica, uklapa se u rečenicu kao njezin sastavni dio i sastoji se od najmanje dviju riječi. No, nije svaki frazem lako prepoznati prema nabrojanim značajkama, česte su dvojbe oko broja i vrste riječi u sastavu frazema. (Francić i dr, 2005:311)

„Frazem privlači pozornost svojom neobičnošću ili neuobičajenošću.“ (Pranjковиć, 2003:18) U svim analiziranim tekstovima može se pronaći barem jedan frazem, stoga ću nabrojati nekoliko primjera. Primjer su dvije kolumne Jasmine Rodić.

*Blogerica: Vjeran kao pas (JR1)*

*O da, ovaj bi garant napravio teški kuršlus, ali ga je žena prokužila pa ga drži na kratkom povocu. (JR1)*

*„što bi se svaka tuka kojoj padne napamet kitila njihovim perjem“ (JR2)*

U analiziranim tekstovima najviše je pronađenih frazema. Neki autori koriste frazeme i u naslovima svojih kolumni. Dijalog kao forma pronađen je tek u nekoliko tekstova. Najčešće ga koristi Nađa Fišić u svojim reportažama.

---

<sup>18</sup> Kolumna Nađe Fišić, Nova godina u avionu je za one koji je žele preskočiti, dalje u tekstu (NF3)

<sup>19</sup> Kolumna Sare Schmidt, Dragi nije ono što misiš! Dalje u tekstu (SS3)

#### 7.1.4. Stilske figure

U publicističkom stilu često se pojavljuju stilske figure. Iako su stilske figure bliskije književnoumjetničkom stilu, pronalazimo ih i u publicističkom stilu. (Hudeček i Mihaljević, 2009:150) Stilske figure se mogu podijeliti na figure dikcije, figure konstrukcije, figure riječi ili tropi, figure misli i figure diskursa. (Bagić, 2012) Pomoću figura možemo u tekstu utvrditi individualnost, emocionalnost ili figurativnost. Postoji nekoliko stilskih figura koje se često koriste u publicističkom stilu. (Silić, 2005:81) Među najkorištenijim figurama je metafora. Metafora je figura riječi (trop) koja označava „zamjenjivanje jedne riječi drugom prema značenjskoj srodnosti ili analogiji; prijenos imena s jedne stvari na drugu i značenja s jedne riječi na drugu.“ (Bagić, 2012:187) Primjere korištenja metafore možemo pronaći u većini analiziranih kolumni. Ivan Salečić je koristi u svom tekstu koji govori o privlačnosti:

*Nakon hormonalne oluje, čiji smo robovi, ta će veza opstati ako postane naš svjestan izbor.*<sup>20</sup>

Milana Runjić također u svojim tekstovima često koristi metaforu. Primjer je tekst o potrazi za vječnom mladosti.

*Nedavno nas je sve šokirala slika potpuno ukočena lica inače prelijepa Ume Thurman, neprepoznatljivih usana i mrtvog pogleda.* (MVR2)

Također u tekstu o izgledu žena autorica koristi metaforu.

*Govorim o igri zavodjenja, a ne o ljubavi, u kojoj se pak potpuno izgube sve te gluposti.*<sup>21</sup>

Autorica Sara Schmidt u svojim kolumnama koristi također metafore. Primjer je tekst u kojem opisuje kako se muškarci upucavaju ženama.

*Želimo najprije biti neosvojive tvrdave čekajući onog pravog.* (SS2)

Osim navedene figure, postoji još dvije figure riječi koje se mogu pronaći u analiziranim tekstovima. Poredba je figura kojom se objašnjavaju svojstva, stanja, djelovanja i slično, dovođenjem u vezu s drugom, čitatelju, slušatelju i gledatelju poznatijom pojavom. (Silić, 2005:82)

---

<sup>20</sup> Kolumna Ivana Salečića, Kako da prvotni ushit potraje, dalje u tekstu (IV3)

<sup>21</sup> Kolumna Milane Vuković Runjić, Što vidimo kad se pogledamo u ogledalo?, dalje u tekstu (MVR3)

Primjer je kolumna Sare Schmidt u kojoj opisuje iskustva iz kupnje sa dečkom.

*Osjećala sam se kao da sam istovremeno izdala cjelokupni ženski rod, a njegovi su ga prijatelji ispratili pogledom sažaljenja. (SS3)*

Sljedeći primjer je kolumna Jasmine Rodić koja u tekstu piše o tome kako pronaći dobrog dečka.

*S druge strane parka sjedi zgodni mladi tata s kćerkicom i mjerka nas – malo jedan “set” prijateljica, malo drugi, kao pas kojemu se pred nosom maše biftekom. (JR1)*

Epiteti su također česti u svim tekstovima. Epitet je figura riječi koja označava „pridjev koji se dodaje imenici s ciljem da se naglasi pojedino svojstvo ili vrijednost označenog bića, stvari ili pojave, da se izraz učini snažnijim, uvjerljivijim, slikovitijim.“ (Bagić, 2012:110) Primjer upotrebe epiteta pronalazimo u kolumni Ivana Salečića u kojoj piše o privlačnosti.

*Iako se tu nerijetko nailazi i na fizičke argumente, time se uopće ne želim baviti – veliki nožni palčevi, debeli gležnjevi, dlakava prsa, leđa i stražnjica, četkica ili šiške na glavi... (IS3)*

U analiziranim tekstovima pronađene su i figure misli. Retoričko pitanje je figura koja se često može pronaći, proteže se kroz sve tekstove, a označava „pitanje na koje se ne očekuje odgovor. Tvrdnja kojom se naglašavaju govornikovi stavovi i dojmovi, izriču šokantne i dirljive stvari, ističu jake emocije poput ljubavi, oduševljenja, čuđenja, mržnje, ogorčenosti, sažaljenja.“ (Bagić, 2012:271) Primjeri su kolumne Milane Runjić o ženskoj ljepoti.

*Primjerice, meni su se uvijek sviđali muškarci čvrstih, malih stražnjica. Zašto? (MVR3)*

Retoričko pitanje se također nalazi i kolumni u kojoj piše o ljubavi i ovisnosti i iluziji.

*Pa da vidimo”, pomislila sam. “Što će reći moji FB prijatelji.” Kad su lajkovi i komentari počeli kapati, bila sam ugodno iznenađena. U gluho doba, kad svi spavaju, moji virtualni frendovi spremni su pričati o poeziji?!<sup>22</sup>*

Također Jasmina Rodić u svojim kolumnama često upotrebljava retoričko pitanje. Primjer je kolumna o kozmetičkoj torbici i putu na Bjelolasicu.

*Ovo je tragedija. Kako mi se to moglo dogoditi?<sup>23</sup>*

---

<sup>22</sup> Kolumna Milane Vuković Runjić, FB: Ljubav ili ovisnost, stvarnost ili iluzija?, dalje u tekstu (MVR4)

<sup>23</sup> Kolumna Jasmine Rodić, U ogledalu, dalje u tekstu (JR3)



Autorica kolumne Klik za ljubav Martina Kocijan u svojim tekstovima upotrebljava retoričko pitanje. Primjer je tekst u kojem savjetuje žene kako da se obuku za prvi spoj.

*Zašto mu je uopće važno kako se želim obući za prvu kavu? Je li on možda modni stilist koji će mi dati neki pametan savjet? Znači li to da suknjica i pete ne dolaze ili dolaze u obzir?* (MK1)

Ironija je također jedna od figura misli koja je pronađena u analiziranim tekstovima. Ironija je „smisaono preosmišljanje iskaza. Ironičar govori posredno ili suprotno od onoga što kani kazati - kori hvaleći, hvali kudeći, prezire diveći se.“ (Bagić, 2012:158) Autorice Andrea Andrassy i Sara Schmidt često upotrebljavaju ironiju. Primjer je tekst Sare Schmidt u kojem se na ironičan način ruga muškarcima koji se ne znaju upucavati ženama.

*Nevjerojatno je na koje nas sve načine muškarci pokušavaju impresionirati. Nedavno mi je jedan „gospodin“ prišao i rekao da imam dobre bokove za rađanje. Takvog sam cijeli život čekala. Da me uhvati za kosu i oplodi u spilji na brdu s kojeg je sišao.* (SS2)

Hiperbola i litota su figure misli koje se često mogu pronaći u analiziranim kolumnama. Hiperbola označava „naglašavanje ideje, emocije ili obavijesti pretjerivanjem, koje ističe afektivni odnos govornika spram predmeta govora. Pretjerivanjem se mogu uvećavati ili umanjivati stvarne odlike bića, stvari, pojava ili emocija. (Bagić, 2012:140) Primjeri ove figure mogu se pronaći u tekstovima Milane Runjić.

*glumica u stvarnosti nositi samo kraće vrijeme te uskoro odustati, uz nepopularnu izjavu da je “iščašila zglob tom torbom”.* (MVRI)

Autorica Sara Schmidt također koristi hiperbolu u svojim tekstovima. Primjer je tekst o muškarcima koji se ne znaju upucavati.

*U tim trenucima želiš samo pobjeći glavom bez obzira, čučnuti u kut i gurnuti palac u usta.* (SS2)

Osim hiperbole, autorica također koristi i litotu. Litota je figura misli koja označava „svjesno slabljenje ili umanjivanje izraza s ciljem da se naglasi i pojača kakva ideja, misao, predodžba, emocija i sl. Govoreći manje, sugerira se više.“ (Bagić, 2012:183) Primjer je navedena kolumna Sare Schmidt,

*Ne razvijaj NASA program preda mnom kao što ni ja pred tobom ne razvijam pitu. Niti si ti astrofizičar, niti ja imam burekđinicu.* (SS2)

Također Milana Runjić u svojim tekstovima često koristi litotu. Primjer je navedena kolumna o ženskoj ljepoti.

*Nisam zagovornik plastične kirurgije, ali istina je da gotovo nema žene koja redovito u ogledalu ne odmjerava. (MVR3)*

Autorica kolumne Klik za ljubav litotu upotrebljava u naslovu svog teksta.

*Žene, nemojte biti prezgodne (MK1)*

Među rjeđe pronađenim figurama su neologizam i onomatopeja. Te figure spadaju u figure dikcije. „Neologizam ulazi u rječnik da bi imenovao novi predmet, pojavu ili fenomen, zamijenio stranu riječ ili perifrazu.“ (Bagić, 2012:205) Primjer upotrebe neologizma je u tekstu Jasmine Rodić.

*...a onda mi je malo pozlilo kad me dečko moje susjede, ničim izazvan, pouknuo na fejsu i poslao neku glupu poluupucavajuću poruku. (JR1)*

Druga figura je onomatopeja, ona označava „stvaranje riječi i spojeva riječi koji glasovnim sastavom prikazuju označeno - biće, pojavu ili senzaciju.“ (Bagić, 2012:211) Primjer je naslov teksta Sare Schmidt.

*"Di si maco, ks ks!" (SS2)*

U neki tekstovima pronađena je i igra riječi. Ova figura također pripada figurama dikcije, ali i figurama riječi. Igra riječi je „pojam koji objedinjuje niz stilskih postupaka i figura koje se temelje na zvukovnom ili smisaonom poigravanju jezikom.“ (Bagić, 2012:152) Primjer je kolumna Jasmine Rodić koju je nazvala Feromo(r)on i kolumna Andree Andrassy čiji je naslov Šljivo Sanader. (AA2)

Nekoliko je stilskih figura koje se koriste u većini tekstova, dok se neke figure poput neologizma i onomatopeje koriste samo u par tekstova.

## **7.2. Teme kolumni na portalu Cosmopolitan**

Autori kolumni često su ti koji odabiru temu o kojoj će pisati. Teme ne mogu biti nametnute. Kolumnisti biraju teme, ali i područje o kojem će pisati. (Malović, 2005:252)

Većina kolumni na portalu Cosmopolitan bavi se svakodnevnim problemima ljudi. Veze, odnosi, seks, starenje, obitelj samo su neke od tema o kojima pišu kolumnisti. Neki autori imaju tendenciju pisanja o specifičnim temama koje većina žena muče, recimo kao što je ljubav, dok neki autori nastoje u svoje tekstove uvrstiti aktualne društvene ili političke događaje koji se događaju u zemlji u kojoj žive. Primjer ovakvog pisanja nalazimo kod autorice Andrassy. Andrea Andrassy u svojoj kolumni Dnevnik gradske cure piše o svakodnevnim temama koje joj se događaju u njezinom životu. Svoje životne probleme često povezuje sa aktualnim događajima koji se događaju u Hrvatskoj. Primjer je kolumna u kojoj je opisala putovanje u Sloveniju. Opisala je put, susret sa jelenom te kako je granica na kojoj je trebala izaći bila u deset sati navečer zatvorena.

*...To nije poanta priče. Poanta priče je da u Sloveniji postoji granični prijelaz koji radi do 22h i da hrpa ljudi ne zna za to. I ti sad znaš. Znaš i kak se hendlaju Bambiji na cesti. Vidiš, benefit.“*  
(AA1)

Osim aktualnih događaja autorica piše i o svojim iskustvima. Primjer je kolumna o studentima. Tekst je posvećen studentima kojima dolaze rokovi i koji bi radili sve samo da ne moraju učiti. U tom tekstu pisala je i o svojim iskustvima kada je bila student.

*Bila sam glup student, bila sam lijen student, i da se mogu vratit u vrijeme rekla bi sebi ono što netko treba reć svakom studentu upravo sad, dok sjedi u sobi i smišlja razloge zašto još nije počeo učit: Počni jebeno učit, majmune.<sup>24</sup>*

Kroz sve kolumne protežu se njezina iskustva koja su vezana uz temu koju taj tjedan obrađuje. Na sličan način funkcionira i kolumna Sare Schmidt Ženski moza(i)k. Sara također ima raznovrsne teme u kojima opisuje svoja iskustva. Ponekad situacije koje opisuje nisu njezina vlastita iskustva već iskustva njezinih prijateljica. U jednoj od svojih kolumna opisuje svoje prvo iskustvo nošenja štikli na posao. Na vrlo humorističan način slikovito je opisala probleme svih žena koje hodaju na posao u štiklama.

*Naime, ja sam Cosmo cura, a ne nositi štikle u toj golemoj zgradurini i ne biti na jednakoj nadmorskoj visini s tim ženama bilo mi je strašnije od pomisli na stotine kilometara hodanja u najneudobnijim cipelama na svijetu. No, radno vrijeme je ipak došlo kraju. Uslijedile su stotine kilometara hodanja u najneudobnijim cipelama na svijetu. (SS1)*

---

<sup>24</sup> Kolumna Andree Andrassy, Pismo studentu koji nemre, dalje u tekstu (AA5)

Kolumne navedenih autorica bave se svakodnevnim situacijama. U njihovim tekstovima postoji glavna tema i više sporednih o kojima autorice izlažu svoje mišljenje. Primjer je kolumna Andree Andrassy u kojoj piše kako je navršila 30 godina, te u tekstu navodi popis od 30 lekcija koje je naučila do sada u životu.

*Osjećam se isto - isto kao jučer, isto kao prekjučer, isto kao svaki dan. Ko da nije prošao ni dan otkad sam slavila dvadeseti rođendan...Kad sam već pametnija, odlučila sam napraviti popis od 30 lekcija koje sam naučila od dvadesetog rođendana do sad. Neke su glupe. Neke su gluplje. Neke su ok. Evo ih tu..<sup>25</sup>*

Potpuno drugačija kolumna je ona koju piše Milana Runjić. Naime, njezine teme su konkretne. Svaka kolumna ima jednu temu koju autorica obrađuje. Teme su ljubav, izgled, moda. Primjer jedne njezine kolumne je tekst u kojem opisuje kako je nastala slavna Birkin torba i način izrade torbe. Naglašava problem ubijanja životinja. Opisuje kako se slavna kuća Hermas pokušavala ograditi od toga.

*Iz Hermesa se kunu kako su vjerovali da su na tim farmama krokodili ubijani “prema najvišim standardima”. Cijela ta crna komedija tiče se samo jednostavne istine – skupe birkinice u sebi nose stravu ubijanih i oderanih životinja. Želeći takvu torbu, o tome ili a) nećete razmišljati ili b) nećete je kupiti. (MVR1)*

Kolumne nemaju njezina osobna iskustva, iako izražava svoje mišljenje, ne piše što se njoj dogodilo ili kako je ona nešto napravila. Autorica se bavi pitanjima koja muče svakodnevno žene diljem svijeta. Primjer je kolumna koja se bavi mitom vječne mladosti, što žene sve rade kako bi ostale mlade.

*...I tako teče intimna ženska povijest: u naglašavanju/isticanju lijepoga i prikrivanju manje lijepoga. Ruževi, sjenila, puderi, pa još i puderi za tijelo, čemu drugome služe nego da si i tim iluzionističkim tehnikama pomognemo da izgledamo bolje. (MVR2)*

Slične teme ima i Ivan Salečić. Njegovi tekstovi djeluju kao stalno propitivanje o svakodnevnim temama. Ljubav, odnosi, obitelj teme su kojima se ovaj autor bavi. U jednoj kolumni piše o zaljubljanju, privlačnosti, privrženosti; općenito o odnosima u vezi i braku.

---

<sup>25</sup> Kolumna Andree Andrassy, Deset-deset-deset., (AA6)

*To nas sve polako vodi do glavnog pitanja: s kakvim oblikom privrženosti u vezu stižemo mi, a s kakvom naš partner i što nam se – tako privrženima kakvi već jesmo – piše dok smo skupa, a posebno kad se zbog nečeg zakačimo? (IS3)*

Dok u drugoj kolumni propituje ljubav općenito, opisuje svoj razgovor sa hrvatskim filozofom o neuzvraćenoj ljubavi.

*Tamo negdje potkraj faksa, kao apsolvent, neko sam se vrijeme dosta intenzivno družio s Marijanom Ciprom, vodećim hrvatskim filozofom 20. stoljeća.... Cipra je, jedne noći, pričajući (i) o ljubavnim vezama, načelno, ali i iz iskustva, rekao da je ljubav – jedna opasna duševna bolest!... Svi ovi velikani – od Sokrata do Cipre – mislili su, doduše, na svaku ljubav, ne samo neuzvraćenu. (IS1)*

Nadalje, kolumna Klik za ljubav čija autorica je Martina Kocijan ima vrlo definiranu temu, a to je traženje ljubavi preko interneta. Autorica u svojim tekstovima nastoji čitateljicama dati savjete o izradi profila na online stranicama za izlaske, kako se obući, što napisati ili kako se ponašati na prvom spoju. U jednoj kolumni daje savjete kako da djevojke budu obučene na prvom spoju, kako da se ponašaju, što da pričaju.

*...Apeliram na ženski rod da prestane baviti se toliko svakim detaljem svoga vanjskog izgleda i koncentrirate se na ono što nam želite reći, jer je to uvijek bolje, barem kod mene - nadodao je., (MK1)*

Kolumna koja je slična kolumni Klik za ljubav je kolumna profesora Kobaloffa. U obje kolumne autori pokušavaju dati savjete o nekoj temi ili u slučaju profesora Kobaloffa odgovoriti na pitanja. Dakako, profesor Kobaloff ima svakodnevne teme koje muče žene kao što su ljubav, seks, brak, veze.

Potpuno drugačije od navedenih autora piše Nađa Fišić. Naime, njezine kolumne zapravo nisu kolumne nego su reportaže sa njezinih putovanja. Dakle, njezini tekstovi prenose njezina osobna iskustva. S obzirom da autorica živi u Aziji, često putuje i istražuje gradove, te u svojim tekstovima opisuje ljude i kulture gradova u Aziji. Primjer je tekst u kojem opisuje posjet Sri Lanki i svoje doživljaje.

*Nema kafića, pivo se kupuje u liquor shopovima iza rešetaka, teško je naći mjesto gdje ćeš sjesti, jesti, odmoriti se i pronaći dobar smještaj po normalnim cijenama. Uglavnom trebaš biti po turističkim mjestima i imati jako puno živaca za cjenkanje. (NF2)*

Sljedeća autorica Jasmina Rodić piše tekstove u formi bloga, a njezine teme vezane su većinom uz njezina iskustva o muškarcima sa kojima je u vezi ili nekom odnosu. U jednoj kolumni je opisala svoj odlazak sa dečkom na Bjelolasicu na kojem je shvatila kako nije ponijela kozmetičku torbicu. Opisala je paniku i osjećaj koji svaka žena ima kada shvati da nema kozmetičkih preparata za koje smatraju da ih čine ljepšima i privlačnijima.

*...o moj bože, pa ja sam u Zagrebu ostavila svu svoju kozmetiku!!! O, ne! Ja nemam divne plave oči. Imam obične domaće smeđe koje u rano jutro, bez maskare, izgledaju kao dva bezvezna gumbića iz Name. (JR3)*

Autori većinom pišu o temama koje se tiču ljubavi, ljubavnih odnosa i problema. Dvije se autorice koje se bave drugačijim temama. Jedna autorica piše o putovanjima, dok druga piše o pronalasku ljubavi na Internetu.

### **7.3. Naslovi u kolumnama i blogovima**

Naslovi privlače pozornost, pokušavaju zainteresirati čitatelja da pročita ostatak teksta, no također sažeto i zanimljivo izvlače glavnu misao iz članka. (Hudeček i Mihaljević, 2009:188) Naslovi su tu da probude čitateljevu radoznalost, da čitatelj poželi pročitati ostatak teksta koji je napisan. Postoje neka pravila koja se novinar mora pridržavati kod kreiranja naslova. Naslov ne smije biti uvredljiv, ne smije sadržavati jezične pogreške a što je najvažnije ne smije pružati pogrešnu obavijest te mora biti efektan i kratak. (Hudeček i Mihaljević, 2009:190)

Naslovi se također razlikuju prema sadržaju i načinu, te se mogu podijeliti na nominativne, informativne i reklamne. Nominativnim se naslovima imenuje sadržaj, informativnima se prenosi sadržaj, dok se reklamnim nudi sadržaj. (Silić, 2005:88-90) Sve tri vrste naslova možemo pronaći u kolumnama koje smo analizirali. Iako je više informativnih i nominativnih naslova, postoji i nekoliko tekstova čiji naslovi su reklamni. Primjer je tekst Martine Kocijan sa naslovom *Je li on mamin sin, testirajte ga ovako!*. Ili tekst sa naslovom *Totalni neznanac želi pričati sa vama i seksu? Imajte na umu ovih četrnaest istina*. (MK2)

U naslovima se često ne poštuju interpunkcijska pravila, izostavlja se zarez, citira se bez navodnika, te se često upotrebljava uskličnik ili upitnik. (Hudeček i Mihaljević, 2009:188) Kolumnistica Andrea Andrassy često koristi navedena pravila. Primjer je tekst čiji naslov glasi ; *Moja cura je debelaaaa!..(AA3) te tekst sa naslovom... Lutkooo, ja sam jelen!. (AA1)* Dakako, uskličnici imaju vrijednost pojačavanja iznesenih tvrdnji. Sličan način pisanja naslova ima i Sara Schmidt u kolumni *Ženski mozaik*. Primjeri u kojima koristi interpunkcijske znakove poput upitnika ili uskličnika.. *Di ćeš za Novu? (SS4) Ili ...Onda? Koji je plan?.*<sup>26</sup> Na ovakav način izražava se nevjerica ili čuđenje, ili se pojačava vrijednost iznesene tvrdnje.

Milana Runjić u svojim kolumnama u naslovu ima rečenicu koja završava upitnikom, u naslovu je zapravo uvijek neka vrsta pitanja koja kada bismo maknuli upitnik bila bi zapravo izjavna rečenica. Primjer je kolumna sa naslovom *FB; ljubav ili ovisnost, stvarnost ili iluzija? (MVR4)* Kada bi recimo maknuli upitnik, rečenica bi postala izjavna. Druga kolumna bavi se poznatim ženskim torbama sa naslovom *Jeste li sigurni da još uvijek želite birkinicu?(MVR1)*

Ivan Salečić koristi također u jednoj svojoj kolumni interpunkcijski znak uskličnik kako bi ojačao tvrdnju koju je napisao; *Kad ne možemo čuti „ne“!(IS1)* Kolumnistica Martina Kocijan u svojim kolumnama koristi interpunkcijske znakove. Često koristi zarez kako bi pojačala efekt izjave. Primjer je naslov; *Žene, nemojte biti prezgodne. (MK1)*

Ono što je zanimljivo da autorica Jasmina Rodić ne koristi nikakve interpunkcijske znakove, njezini se naslovi većinom sastoje od dvije do tri riječi, a nekada i samo jedna riječ služi kao naslov. Primjer je tekst pod naslovom *U ogledalu (JR3)* ii tekst sa naslovom *Vjeran kao pas. (JR1)* Osim ove autorice, Nađa Fišić također u svojim naslovima koristi rijetko interpunkcijske znakove, ali za razliku od Jasmine Rodić, njezini naslovi su dugački, podsjećaju na rečenice u kojoj je odgovoreno na većinu 5w-pitanja<sup>27</sup>. Primjer je tekst sa naslovom *Nova godina u avionu je za one koji je žele preskočiti. (NF3)* Njezini naslovi djeluju kao izjavne rečenice.

U novinskim je naslovima česta i upotreba igre riječi u koje spadaju i aludiranja na ono što se pretpostavlja da je čitatelju poznato. (Hudeček i Mihaljević, 2009:192) Nadalje, kod dviju autorica možemo primijetiti igru riječima. Primjer je tekst Jasmine Rodić sa naslovom *Feromo(ro)n*<sup>28</sup>, te tekst u kolumni Andree Andrassy *Šljivo Sanader (AA2)*. Zanimljiv je i naziv kolumne Sare Schmidt koja također ima igru riječi; *Ženski Moza(i)k*. Većina kolumnista ima

---

<sup>26</sup> Kolumna Sare Schmidt, Onda? Koji je plan? Dalje u tekstu (SS5)

<sup>27</sup> 5 W- pravilo pisanja vijesti , odgovara na 5 pitanja: Who (tko), What (što), When ( kada), Where (gdje), Why (zašto) (izvor: www.wikipedia.com)

<sup>28</sup> Kolumna Jasmine Rodić, Feromo(ro)n, dalje u tekstu (JR4)

kratke naslove koji jednom ili dvjema riječima pokušavaju uhvatiti poantu ili glavnu temu kolumne. Iako Runjić i Salečić su autori čiji naslovi su malo duži i čiji naslovi ne otkrivaju puno, a ipak zaintrigiraju čitatelja. Primjer je tekst Milane Runjić sa naslovom; *Što vidimo kad se pogledamo u ogledalu?* (MVR3) Također na sličan način kreiraju naslove profesor Kobaloff i Štulhofer, u obliku izjavnih rečenica, sa interpunkcijskim znakovima koji naglašavaju u tom slučaju neki problem koji profesori rješavaju. Primjer je tekst sa naslovom; *Malo sam mu cura, a malo frendica.*<sup>29</sup>

#### 7.4. Fotografije u kolumnama i blogovima

Današnji svijet ispunjen je pregrštom fotografija, slika, crteža, ilustracija. Ljudi sve više reagiraju vizualno, zamišljaju i konzumiraju slike. Fotografija je postala vrlo važan dio medija. Fotografija daje cjelovitost izvješću tj. tekstu, nije samo ilustrativni dio teksta nego istodobno sa tekstom upotpunjuje prikaz zbivanja. (Malović, 2005:341) Rečenica „slika govori tisuću riječi“ opisuje važnost slike. Naime, novinari sve češće svoje tekstove obogaćuju vizualnim efektima. Takav je slučaj i sa kolumnama na portalu Cosmopolitan.

Autorica Jasmina Rodić u svojoj kolumni Blogerica objavljuje fotografije. Fotografije su ljubavnog sadržaja te ne prate teme samih kolumna. Primjer tome je kolumna u kojoj autorica prepričava put sa svojim dečkom i paniku kada shvati da je zaboravila svoju kozmetičku torbicu. Na početku kolumne nalazi se fotografija zaljubljenog para u prirodi. Zanimljivo je da u svakoj kolumni se nalazi fotografija autorice, i to jedna te ista fotografija koja je u manjem formatu od fotografija koje se nalaze na početku tekstova. (Slika 5.)

Fotografije autorica su autentične, no nisu potpisane. Na fotografiji koja je u kolumni Klik za ljubav, Martina stoji naslonjena na ogradu i smiješka se, (slika 5.) dok autorica kolumne Blogerica sjedi i čita knjigu. Osim sličnog načina prikazivanja fotografija, autorice se razlikuju po mjestu na kojem im je fotografija u svakoj kolumni. Jasminina fotografija ubačena je u tekst, dok se Martinina nalazi odmah ispod velike fotografije na početku teksta. Fotografije doduše

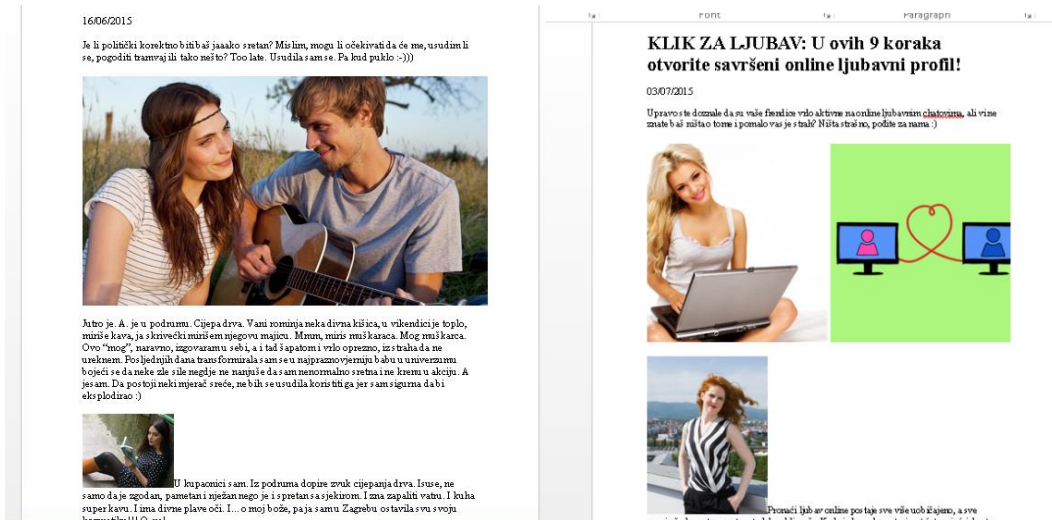
---

<sup>29</sup> Kolumna prof. Kobaloffa, *Malo sam mu cura, a malo frendica*, dalje u tekstu (PK1)



prate temu kolumni, no preuzete sa nekih drugih stranica, nisu autentične i što je najvažnije ne piše izvor fotografija.

*Slika 5. Kolumne Jasmine Rodić i Martine Kocijan*



Izvor: Cosmopolitan.hr, lipanj 2017.

Nadalje, Milana Runjić u svojim kolumnama većinom ima fotografije na početku koje prate temu teksta. Primjer je kolumna u kojoj autorica spominje vjenčanje te je fotografija mlade na početku. (slika 6.) Fotografije također nisu autentične jer nisu navedeni izvori. U nekim kolumnama postoji i više fotografija koje su ubačene u tekst. Fotografije su većeg formata. „Velike i aktivne fotografije koje vjerno prikazuju stvarne događaje u stvarnom vremenu privlače korisnike medija.“ (Brautović, 2011:81)

Vrlo sličan odabir fotografija ima i autor Ivan Salečić. Naime, u njegovim kolumnama su fotografije na početku teksta te prate temu teksta. Primjer je kolumna o ljubavnom paru Romeu i Juliji, koja na početku ima fotografiju sa sadržajem iz knjige.(slika 6.) Zanimljiva opaska je jednaka fotografija koja se pojavila u jednoj njegovoj kolumni kakvu ima i autorica Blogerice. Fotografije nisu potpisane, ali su većeg formata kao i kod Milane Runjić.

## Slika 6. Kolumne Milane Runjić i Ivana Salečića

### Čudna ideja: udati se za sebe

13/02/2015

U Japanu se odnedavno možete udati sami za sebe (dobit ćete i "dekorativnog mladenca"), no umjesto na "samovjenčanju", trebalo bi poraditi na samosvijesti



Sve popularnije vjenčanje sa samom sobom dogodilo se u serijama "Glee" i "Seks i grad", a sada je postalo stvarno – u Japanu. Djevojka može uplatiti "samovjenčanje", paket koji

fw paragraf fw styles

### Kad ne možemo čuti "ne!"

Plus

23/07/2015

Što se zbiva u našem mozgu (i tijelu) u trenutku kad gubimo nekoga do koga nam je baš jako stalo...



U času smrti dešava se često,  
Da veseli su ljudi – a čuvari  
To zovu munjom prije samrti.  
Da! mogu i ja ovo munjom nazvat?"

Izvor: Cosmopolitan.hr, lipanj 2017.

Autorica putopisa Nađa Fišić je jedina čije fotografije jesu autentične. Ispod svakog teksta potpisan je izvor fotografija. Autorica se često nalazi na samim fotografijama koje su ubačene u tekst. Prikazuju kulturu, ljude i zemlju o kojoj autorica u tom putopisu piše.

Što se tiče formata fotografija, oni su različiti; postoje manji formati, ali i fotografije koje prekrivaju cijelu stranicu. Najmanje deset fotografija nalazi se u svakom putopisu. Primjer jedne reportaže je tekst o Filipinima. U tekstu se nalaze fotografije lokalnog stanovništva, hrane koja se sprema u Aziji, te autorice. (Slika 7.)

## Slika 7. Kolumna Nađe Fišić

### Filipini - zemlja gdje nije bitno jesi li gay ili gluhonijem - svi imaju iste prilike

18/03/2015

Taj dio mi je najbolji na Filipinima. Iako nemojte tamo ako nemate novaca, jer nikako nije jeftino, a još m arže se može cjerkati...



Filipini su predivna zemlja sa više od sedam tisuća otoka, ogromnim gradovima, kristalno čistim morem, prašumama i zelenim rižinim poljima. Zvučkao neka brošura iz turističke agencije, ali stvarno su jako cool. Čak i u glavnom gradu Manili koji je prenapučen, zagađen i ima najgoru prometne čepove u Aziji, može se naći nešto dobro - shopping. I tisuće supermallova u kojima možete naći sve što vam srce poželi. Od Banane Republic preko Bottega Venette do Zare i H&M-a. Jer nakon što su Španjolci Filipinima vladali više



Na brodu za otok Mindoro uočila sam dečka tirkizno namazanih noktiju, koji nam je kasnije igrom slučajja postao domaćin. Iako bi ga valjda na jednom od naših otoka lokalci rašferčili, na Mindoro ne samo da je prihvaćen, nego najnormalnije izlazi na gay party na White Beach. Postoji tu i ona druga strana.

Zapadnjaci su hudi za malim filipinskim dečkicima i curicama. Ako mislite da je Tajland meka seksuizma, Filipini su ih na dm ašili duplo. Filipinke su definitivno najepše Azijatkinje. Sve bacaju na Angelinu Jolie - velike oči, mali nosić, puna usta, duge kose. Stvarno su krasne. I sirom ašne. Pa ih tako može pokupiti bilo koji Zapadnjak koji im obeća neki bolji život.

Dok smo se vozicali Mindorom prošli smo kroz gradić Sabang gdje nam je zamanišo roštilj.

Izvor: Cosmopolitan.hr, lipanj 2017.

Autorica Ženskog moza(i)ka ima fotografije na početku svojih tekstova. Fotografije prikazuju samu autoricu, a svaka kolumna ima drugačiju fotografiju. U jednoj kolumni autorica pozira sa časopisom Cosmopolitan u ruci. (Slika 8.)

Identičan način prikazivanja fotografija ima i autorica kolumne Dnevnik gradske cure. Andrea također na početak kolumni stavlja fotografije sebe u različitim modnim kombinacijom. (Slika 8.) Na fotografiji se nalazi vlastoručni potpis Andree i ime kolumne. Što je također slučaj i kod autorice Ženskog mozaika: njezina fotografija također sadrži potpis i ime kolumne.

## Slika 8. Kolumne Andree Andrassy i Sare Schmidt

tw | paragraf | tw | styles

### Dnevnik gradske cure: Šljivo Sanader

06/10/2015

Prebacila sam kanal jer sam se bojala da će u kuću dojahat Thompson i mačem pokušat obranit hrvatsku knedlu.



KAD pišeš nešto, najteže je započeti, zato ja danas neću ni započeti nego evo tu smo bez početka. Bok. Tebi. I tebi. Pogotovo tebi.

09/07/2015

Nevjerojatno je na koje nas sve načine muškarci pokušavaju impresionirati. Nedavno mi je jedan „gospodin“ prišao i rekao daimam dobre bokove za rađanje. Takvog sam cijeli život čekala. Da me uhvati za kosu i oplodi u spilji na brdu s kojeg je sišao.



Prije par dana sjedim s frendicom u jednom lokal<sup>30</sup>u (Inače riječ „lokal“ se koristi samo u knjigama i kolumnama kao što se „mjestimice“ i „pretežno“ koriste jedino u vremenskim prognozama). Atmosfera opuštena, pijuckamo piće s nešto alkohola, limete i leda. Ona

Izvor: Cosmopolitan.hr, lipanj 2017.

Fotografije obiju autorica većeg su formata. Fotografije također nisu potpisane, dakle nije naveden izvor kao i kod većine autora. No, zanimljivo je da u prve dvije kolumne autorice Ženskog mozaika nalaze se po dvije fotografije. Jedna na početku koja je većeg formata, i druga manjeg formata koja je ubačena u tekst, a na fotografijama se nalazi autorica. No, u daljnjim kolumna autorica prelazi samo na autentične fotografije većeg formata kao i autorica Dnevnika gradske cure.

Što se tiče profesora Štulhofera i profesora Kobaloffa fotografije su u svim tekstovima potpuno identične. Prikazuju stvari, ono što je zanimljivo da na fotografijama nema ljudi. Jednostavne su, te su umetnute u tekst. Što se tiče formata, možemo reći da je u pitanju veći format. Primjeri kolumni koje su izdvojene prikazuju kompjuter tj. tipkovnicu na kojoj je umjesto slova i brojeva prikazano srce (slika 9.), te druga fotografija prikazuje srce sa Kupidom<sup>30</sup>.(Slika 9.)

<sup>30</sup> Kupid- je bog erotične ljubavi (izvor:www.wikipwdia.com)

## Slika 9. Kolumne prof. Štulhofera i prof Kobaloffa

Dečko i ja planiramo stupiti u seksualne odnose, pa nas zanima koje kondome je najbolje koristiti i koliko štite?



Lijepo je podsjetiti se da odgovorno seksualno ponašanje počiva na planiranju. Cool i dobro za vas. Kada je o kondomima riječ, marka (brend) nije osobito važna. Izbjegavao bih, primjerice, samo one koje švećeri prodaju na placu – ako takvih još uopće ima. Možda je bolje kupiti kondome proizvedene u Europi nego one proizvedene u Aziji, samo zato jer za

nastavljaš kao prijateljstvo, ali ako ga odlučiš nastaviti kao prijateljstvo, mislim da bi bilo dobro da bivrštem kažeš kako se i zašto osjećaš izigranom. A ako si iz svega izašla s predodžbom da teško izražavaš osjećaje, to je velik dobitak iz te – za peh – neuspjele veze i nešto s čim zaista možeš otići psihologu.



Čini se da je teško takvu stvar držati usputno – dobivam dostapisama od onih čiji su se osjećaji razvili u nešto više. Ne oponiram kad kažeš da je tvoj nesuđeni frajer igrao i neke igrice, a meni se, sorry, čini daje u mnogo čemu bio i dostajasan. Priznao je daje izašao iz

Izvor: Cosmopolitan.hr, lipanj 2017.

Većina fotografija u analiziranim tekstovima nije autentična. Fotografije su preuzete, te su većinom u većem formatu. U nekim kolumnama autorice imaju svoje vlastite fotografije, dok je samo jedna autorica koja ima autentične fotografije koje su potpisane.

## 8. ZAKLJUČAK

U radu je na temelju stilske analize određen i analiziran publicistički stil kolumni i bloga koje se nalaze na portalu Cosmopolitan. Metodom analize sadržaja analizirane su kolumne i blogovi. U analiziranim tekstovima pronađeni su i drugi novinarski žanrovi kao što su kratka priča, esej, feljton, humoreska, groteska i lakrdija. Stoga možemo zaključiti kako tekstovi nisu napisani samo u žanru kolumne. Također tekstovi su napisani i u žanru bloga. Zatim su analizirani funkcionalni stilovi u tekstovima, te je ustanovljeno kako se publicistički stil isprepliće sa drugim funkcionalnim stilovima kao što su književnoumjetnički, razgovorni i znanstveni. Jedina iznimka je administrativni koji nije pronađen u analiziranim tekstovima. S obzirom da je tema rada publicistički stil, analizirane su i značajke stila koje su podijeljene na stilska sredstva, teme, naslove i fotografije.

Što se tiče značajki publicističkog stila analizirana su pripovjedna stilska sredstva. Analiziran je ritam pisanja u kojem je ustanovljeno kako većina autora piše kratke rečenice, no postoji nekoliko autora koji imaju kombinaciju kratkih i dugih rečenica te ih često izmjenjuju. Česta je upotreba citata, većinom iz poznatih filmova i pjesama. Među najčešće upotrebljavanim riječima nalaze se anglizmi, dok je rijetka upotreba vulgarizama. Samo jedna autorica upotrebljava vulgarizme kroz sve svoje tekstove. Također valja napomenuti i upotrebu kolokvijalizama koja je vidljiva kroz većinu napisanih tekstova. Neki tekstovi napisani su i u formi dijaloga. Publicistički stil prepoznatljiv je po frazemima, većina autora ih koristi u svojim tekstovima, dok ih čak neki autori koristi i u naslovima.

S obzirom da se publicistički stil često isprepliće sa književnoumjetničkim, važne su i stilske figure koje se pojavljuju. Među najčešće korištenim figurama su metafora, retoričko pitanje, litota i epiteti. U većini tekstova može se pronaći hiperbola i ironija te igra riječi, dok je najmanje neologizama i onomatopeje.

Sljedeće stavka koja je analizirana su teme. Naime, najčešće teme o kojima autori pišu povezane su sa ljubavi, ljubavnim problemima i odnosima. Postoje dvije autorice koje se bave drugačijim temama. Nađa Fišić piše reportaže o svojim putovanjima, dok Martina Kocijan piše kako pronaći ljubav na internetu.

Osim tema, analizirani su i naslovi. U naslovima se često koriste interpunkcijski znakovi kako bi se izrazio osjećaj nevjerice ili čuđenja. Česta je igra riječi te poneki naslovi izgledaju kao izjavne rečenice. Naslovi su kod većine autora kratki, iznimka je Nađa Fišić čiji naslovi su u obliku izjavnih rečenica te Milana Runjić čiji naslovi su većinom u obliku pitanja.

Zadnja stavka koja je analizirana su fotografije. Naime, fotografije koje se nalaze u tekstovima su većinom većeg formata, nisu autentične i nekada ne prate temu teksta. Nekoliko autorica u tekstovima imaju vlastite fotografije. Te je jedna autorica koja objavljuje autentične, potpisane fotografije. Zaključno treba napomenuti kako je analiza tekstova pokazala da iako nisu svi tekstovi napisani u novinarskom žanru kolumne, većina autora ima razvijen svoj stil pisanja, te koriste većinu publicističkih značajki koje su navedene u radu. Perspektiva je povezana sa nadom da će ovaj rad u budućnosti biti od koristi mladim kolegama koji će istraživati slična područja.



## 9. LITERATURA

1. Bagić, Krešimir (2012) *Rječnik stilskih figura*. Zagreb: Školska knjiga
2. Bajić, Ines (2016) *Mitski i estetski razvoj hrvatskog Cosmopolitana od početka do danas*. diplomski rad. Rijeka: Filozofski fakultet
3. Banožić, Luka (2015) *Razvoj personaliziranog web portala*. diplomski rad Varaždin: Fakultet organizacije i informatike
4. Bauer, Thomas A. (2007) *Vjerodostojnost*. U: Malović, Stjepan (ur) *Vjerodostojnost novina*. (str.21-39). Zagreb: Sveučilišna knjižara
5. Brautović, Mato (2011) *Online novinarstvo*. Zagreb: Školska knjiga
6. Brautović, Mato (2010) *Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993.-2010*. Medianali, VOL.4, No.8: 23-42.
7. Beck, Boris (2012) *Diskurs političkih biografija Josipa Horvata*. doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet
8. Frančić, Anđela i dr. (2005) *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*. Zagreb: Sveučilišna naklada
9. Grbelja, Josip i Sapunar, Marko (1993) *Novinarstvo, teorija i praksa*. Zagreb: MGC
10. Grdešić, Maša (2013) *Cosmopolitika*. Zagreb: Disput
11. Grgurević, Sanja (2015) *Popularna kultura i konstrukcija ženskog identiteta: ženski časopisi i ljubavni romani u (post)socijalizmu*. diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet
12. Habek, Ketii (2016) *Imperativ urbane ženstvenosti u časopisu Story*. diplomski rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever
13. Hudeček, Lana i Mihaljević, Milica (2009) *Jezik medija*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada
14. Lančić Demeterffy, Renata (2010) *Novi mediji i odnosi s javnošću*. Medijske studije (1-2) : 157-170
15. Malović, Stjepan (2005) *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden Marketing- Tehnička knjiga



16. Mišetić, Anka (2001.), *Gradski rituali: sociološki aspekti retradicionalizacije socijalnog života u hrvatskim gradovima nakon 1990.*, doktorski rad. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada
17. Obradović, Đorđe (2008) *Kolumne nisu novinski rod*. UDK 070.4: 13-38.
18. Panian, Željko (2005) *Informatički enciklopedijski rječnik: englesko-hrvatski*. Zagreb: Europapress Holding
19. Peruško, Zrinjka (2011) *Uvod u medije*. Zagreb: Jesenski i Turk
20. Pranjaković, Ivo (2003) *Jezik i beletristika*. Zagreb: Disput
21. Primorac, Branka i dr. (2010) *Novinarstvo u školi*. Zagreb: Školska knjiga
22. Rašić Tolj, Sara (2016) *Komunikacijska uloga fotografija u hrvatskom izdanju modnog časopisa Comopolitan*. diplomski rad. Zagreb: Fakultet političkih znanosti
23. Silić, Josip (2006) *Funkcionalni stilovi hrvatskog jezika*. Zagreb: Disput
24. Solar, Milivoj (2005) *Teorija književnosti*. Zagreb: Školska knjiga
25. Varagić, Dragan (2015) *Blog osnove*, Verzija 0.92. Srbija
26. Vilović, Gordana (2007) *Povijest vijesti*. Zagreb: Sveučilišna knjižara
27. Wolf, Naomi (2008) *Mit o ljepoti*. Zagreb: Jesenski i Turk

## INTERNETSKI IZVORI

1. Adriamedia.hr (2017) Cosmopolitan. <http://www.adriamedia.hr/izdanja/cosmopolitan/> Pristupljeno 10. lipnja 2017.
2. Carnet.hr (2008) PovijestCarneta. <https://www.carnet.hr/20/povijest/> Pristupljeno 25. svibnja 2017.
3. Casopiskvaka.com.hr (2016) Sara Schmidt. <http://www.casopiskvaka.com.hr/2016/06/sara-schmidt-prvi-roman-napisala-je-u-trinaestoj-godini.html/> Pristupljeno 15. lipnja 2017.
4. Dzepna.com (2017) Milana Vuković Runjić. [http://www.dzepna.com/vukovic\\_runjic.htm/](http://www.dzepna.com/vukovic_runjic.htm/) Pristupljeno 10. lipnja 2017.
5. Hearst.com (2007) Cosmopolitan. <http://www.hearst.com/newsroom/helen-gurley-brown-editor-in-chief-international-editions-cosmopolitan-author-of-sex-and-the-single-girl-dead-at-90/> Pristupljeno 07. lipnja 2017.
6. Indeks.hr (2017) Što su blogovi. <http://www.index.hr/vijesti/clanak/sto-su-blogovi-/120567.aspx/> Pristupljeno 17. lipnja 2017.

7. Lider.media (2017) Nađa Irena Fišić. <https://lider.media/lider-trend/kako-je-bali-postao-drugi-dom-dvoje-zagrepcana/> Pristupljeno 10. lipnja 2017.
8. Ljevak.hr (2017) Andrea Andrassy. <http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-18485-dnevnik-gradske-cure/prikazi-2-o-autoru/> Pristupljeno 15. lipnja 2017.
9. Ljevak.hr (2017) Jasmina Rodić. <http://www.ljevak.hr/knjige/knjiga-13306/prikazi-2/> Pristupljeno 10. lipnja 2017
10. Mvinfo.hr (2017) Ivan Salečić. <http://www.mvinfo.hr/knjiga/11596/glava-lava-dom-u-dubrovniku/> Pristupljeno 12. lipnja 2017.
11. Poduzetnica.blogspot.hr (2017) Martina Kocijan.  
<http://poduzetnica.blogspot.hr/2013/12/posao-i-prijatelji-martina-kocijan.html/>  
Pristupljeno 16. lipnja 2017.
12. Telegraph.com(2012)HelenGurleyBrown.<http://www.telegraph.co.uk/news/obituaries/9474548/Helen-Gurley-Brown.html> /Pristupljeno 10. lipnja 2017.
13. Tkojetko.irb.hr (2017) Aleksandar Štulhofer.  
<https://tkojetko.irb.hr/znanstvenikDetalji.php?sifznan=4730/> Pristupljeno 17. lipnja 2017.

## **KRATICE**

- ✓ JR1- Jasmina Rodić, Kolumna Blogerica: Vjeran kao pas.  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/jasmina-rodic/blogerica-vjeran-kao-pas/>  
Pristupljeno 17. lipnja 2017.
- ✓ JR2- Jasmina Rodić, Kolumna Blogerica: Sretan rođendan, Mika!.  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/jasmina-rodic/blogerica-sretan-rodendan-mika/>  
Pristupljeno 17. lipnja 2017
- ✓ JR3- Jasmina Rodić, Kolumna Blogerica: U ogledalu.  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/jasmina-rodic/blogerica-u-ogledalu/> Pristupljeno 17. lipnja 2017.
- ✓ JR4- Jasmina Rodić, olumna Blogerica: Feromo(ro)n.  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/jasmina-rodic/blogerica-feromo-ro-n/> Pristupljeno 17. lipnja 2017.

- ✓ AA1-Andrea Andrassy, kolumna Dnevnik gradske cure: Lutkooo, ja sam jelen!  
<http://www.index.hr/rouge/clanak/dnevnik-gradske-cure-lutkooo-ja-sam-jelen/814311.aspx>/ Pristupljeno 17. lipnja 2017.
- ✓ AA2- Andrea Andrassy, Kolumna Dnevnik gradske cure: Šljivo Sanader.  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/andrea-andrassy/dnevnik-gradske-cure-sljivo-sanader/> Pristupljeno 18. lipnja 2017.
- ✓ AA3- Andrea Andrassy, Kolumna Dnevnik gradske cure: Moja cura je debelaaaa!  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/andrea-andrassy/dnevnik-gradske-cure-moja-cura-je-debelaaaa/> Pristupljeno 18. lipnja 2017.
- ✓ AA4- Andrea Andrassy, Kolumna Dnevnik gradske cure: Ne volim.  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/andrea-andrassy/dnevnik-gradske-cure-ne-volim?new=1/> Pristupljeno 20. lipnja 2017.
- ✓ AA5- Andrea Andrassy, Kolumna Dnevnik gradske cure: Pismo studentu koji nemre.  
<http://www.index.hr/rouge/clanak/dnevnik-gradske-cure-pismo-studentu-koji-nemre/824490.aspx> Pristupljeno 17. lipnja 2017.
- ✓ AA6- Andrea Andrassy, Kolumna Dnevnik gradske cure: Deset-deset-deset.  
<http://www.index.hr/rouge/clanak/dnevnik-gradske-cure-desetdesetdeset/829426.aspx/> Pristupljeno 20. lipnja 2017.
  
- ✓ MK1- Martina Kocijan, Kolumna Klik za ljubav: Žene, nemojte biti prezgodne.  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/martina-kocijan/klik-za-ljubav-zene-nemojte-biti-prezgodne/> Pristupljeno 17. lipnja 2017.
  
- ✓ NF1- Nađa Fišić, Možete li vjerovati da Sri Lanka ima katastrofalan turizam?  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/nada-irena-fisic/mozete-li-vjerovati-da-sri-lanka-ima-katastrofalan-turizam/> Pristupljeno 17. lipnja 2017.
- ✓ NF2- Nađa Fišić, Singalezi su prekrasni ljudi od kojih imamo puno za učiti  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/nada-irena-fisic/singalezi-su-prekrasni-ljudi-od-kojih-imamo-puno-za-uciti/> Pristupljeno 18. lipnja. 2017.
- ✓ NF3- Nađa Fišić, Nova godina u avionu je za one koji je žele preskočiti  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/nada-irena-fisic/nova-godina-u-avionu-je-za-one-koji-je-zele-preskociti,/> Pristupljeno 17. lipnja 2017.

- ✓ MVR1- Milana Vuković Runjić, Jeste li sigurni da još uvijek želite birkinicu?  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/milana-vukovic-runjic/jeste-li-sigurni-da-jos-uvijek-zelite-birkinicu/> Pristupljeno 21. lipnja 2017.
- ✓ MVR2- Milana Vuković Runjić, Očajnička potraga za vječnom mladosti  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/milana-vukovic-runjic/ocajnicka-potruga-za-vjecnom-mladosti/> Pristupljeno 21. lipnja 2017.
- ✓ MVR3- Milana Vuković Runjić, Što vidimo kad se pogledamo u ogledalo?  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/milana-vukovic-runjic/dobrodosli-u-eru-gospode-bond/> Pristupljeno 21. lipnja 2017.
- ✓ MVR4- Milana Vuković Runjić, FB: ljubav ili ovisnost, stvarnost ili iluzij?  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/milana-vukovic-runjic/fb-ljubav-ili-ovisnost-stvarnost-ili-iluzija/> Pristupljeno 21. lipnja 2017.
  
- ✓ SS1- Sara Schmidt, kolumna Ženski moza(i)k, Kako sam počela nositi štikle,  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/sara-schmidt/zenski-moza-i-k-kako-sam-pocela-nositi-stikle/> Pristupljeno 21. lipnja 2017.
- ✓ SS2- Sara Schmidt, kolumna Ženski moza(i)k, „Di si maco, ks ks“,  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/sara-schmidt/zenski-moza-i-k-di-si-maco-ks-ks>  
Pristupljeno 20. lipnja 2007.
- ✓ SS3- Sara Schmidt, kolumna Ženski moza(i)k, Dragi, nije ono što misliš!  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/sara-schmidt/zenski-mozaik-dragi-nije-ono-sto-mislis> Pristupljeno 22. lipnja 2017.
- ✓ SS4- Sara Schmidt, kolumna Ženski moza(i)k, Di češ za Novu?  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/sara-schmidt/zenski-moza-i-k-di-ces-za-novu/>  
Pristupljeno 27. lipnja 2017.
- ✓ SS5- Sara Schmidt, kolumna Ženski moza(i)k, Onda? Koji je plan?  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/sara-schmidt/zenski-moza-i-k-onda-koji-je-plan/>  
Pristupljeno 27. lipnja 2017.
  
- ✓ IS1- Ivan Salečić, Kad ne možemo čuti „ne“ <http://www.cosmopolitan.hr/clanci/ivan-salecic/kad-ne-mozemo-čiti-ne>, Pristupljeno 22. lipnja 2017.
- ✓ IS2- Ivan Salečić, Strategije povezivanja s partnerima,  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/ivan-salecic/strategije-povezivanja-s-partnerima>  
Pristupljeno 22. lipnja 2017.

- ✓ IS3- Ivan Salečić, Kako da prvotni ushit potraje,  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/ivan-salecic/kako-da-prvotni-ushit-potraje>,  
Pristupljeno 22. lipnja 2017.
- ✓ PK1- Profesor Kobaloff, Malo sam mu cura, a malo frendica,  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/prof-kobaloff/malo-sam-mu-cura-a-malo-frendica>  
Pristupljeno 27. lipnja 2017.
- ✓ PŠ- Profesor Štulhofer, Kada se erekcija ispuše kao balon. Za tren!  
<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/pitaj-dr-stulhofera/kad-se-erekcija-ispuse-kao-balon-za-tren> Pristupljeno 24. lipnja 2017.

## SAŽETAK

Publicistički stil kolumni i blogova na portalu Cosmopolitan određen je pomoću stilske analize. Upotrebom metode analize sadržaja definirani su novinarski žanrovi, određeni su dodatni funkcionalni stilovi. Značajke publicističkog stila analizirane su kroz pripovjedna stilska sredstva koja su podijeljena na ritam pisanja, dijalog i frazeme, anglizme i vulgarizme te stilske figure. U daljnjoj analizi definirane su teme o kojima se piše, analizirane su fotografije u kolumnama, te su određeni i definirani naslovi koje se nalaze u tekstovima. Cilj rada je istražiti na koji način su kolumne i blogovi napisani. Za teorijski okvir uzeta je knjiga Lane Hudeček i Milice Mihaljević, Jezik medija.

**KLJUČNE RIJEČI:** kolumne, blogovi, Cosmopolitan, publicistički stil, stilska sredstva

## SUMMARY

Publicistic style of columns and blogs on the Cosmopolitan portal is determined by stylistic analysis. By using the content analysis method we have defined journalistic genres, and additional functional styles. Features of the publicistic style are analyzed through narrative stylistic tools that are divided into rhythm of writing, dialogue and phrases, anglicism and vulgarism, and stylistic figures. In a further analysis, the topics to be written are defined, the photographs are analyzed in the columns, and certain and defined titles are found in the texts. The aim of the paper is to explore how columns and blogs are written. The theoretical framework was taken from the book Lane Hudeček and Milica Mihaljević, Media Language.

**KEY WORDS:** columns, blogs, Cosmopolitan, publicistic style, stylistic means

