

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Lucija Cvjetković

**PRIMERJAVA MED SLOVENSKIM IN HRVAŠKIM STILOM
DNEVNEGA ČASOPISA**

Diplomsko delo

Ljubljana 2008
UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Lucija Cvjetković
Mentorica: izredna profesorica dr. Monika Kalin Golob

PRIMERJAVA MED SLOVENSKIM IN HRVAŠKIM STILOM
DNEVNEGA ČASOPISA

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

Zahvaljujem se mentorici **izr. prof. dr. Moniki Kalin Golob** za vso strokovno pomoč, nasvete, konstruktivne pripombe in prijetno sodelovanje.

Hvala tudi vsem ***Mojim***, ki so me podpirali in mi pomagali pri

PRIMERJAVA MED SLOVENSKIM IN HRVAŠKIM STILOM DNEVNEGA ČASOPISA

Predmet raziskave diplomskega dela sta slovenski in hrvaški poročevalni stil kot rezultat bogate poročevalske tradicije dveh kultur. Naloga skuša s komparativno analizo teoretičnih virov v prvem delu in jezikovnostilističnih virov v drugem delu ugotoviti, v kakšni meri in na kakšne načine se hrvaški poročevalni stil razlikuje od slovenskega. Teoretična primerjava se poleg obravnave temeljnih pojmov – stil, stilistika, stilistika poročevalstva – osredotoča na problematiko poimenovanj in obsega delovanja poročevalstva. Obravnava vpliv družbeno-političnih dejavnikov na razvoj poročevalskega stila, glavne jezikovne značilnosti poročevalskega stila in vlogo pozivno-pridobivalnih naslovov pri oblikovanju poročevalskih stilnih posebnosti. Rezultati primerjave kažejo, da kljub obstoječi strokovni literaturi, ki obravnava zgoraj omenjena področja poročevalske stilistike, na Hrvaškem še vedno ni natančnega in sistematičnega strokovnega pregleda stilistike poročevalstva, kot je na Slovenskem knjiga *Stilistika slovenskega poročevalstva* Toma Korošca.

Na Koroščevi knjigi temelječa jezikovnostilna analiza in primerjava dveh dnevnih časopisov – slovenskega *Dela* in hrvaškega *Novega lista* v drugem delu naloge pokaže, da kljub razlikam v jeziku oba poročevalska stila v veliki meri uporabljata podobna stilna sredstva. Stilne posebnosti, kot je npr. različno uresničevanje SSK, pa posamezen poročevalski stil zaznamujejo, oblikujejo in definirajo.

Ključne besede: stilistika poročevalstva, jezikovnostilna analiza, hrvaški jezik, slovenski jezik

COMPARISON OF THE SLOVENIAN AND CROATIAN DAILY NEWSPAPER STYLE

This diploma thesis explores the Slovenian and Croatian reporting styles as a result of a rich reporting tradition of the two cultures. By comparative analysis of theoretical and linguistic-style sources it strives to determine in which ways and to what extent the Croatian reporting style differs from the Slovenian one. The comparison is focused on the definition of basic terms (style, stylistic, reporting stylistic), the issue of definitions and on the scope of reporting. It describes the impact of socio-political factors on the development of the reporting style, its main linguistic features, and role of headlines with the inviting-appealing function in the development of unique features of the reporting style. The results of the comparison show that despite the existing scientific literature, which deals with the previously mentioned fields of reporting stylistic, a precise and systematic scientific overview of the reporting stylistic, such as Tomo Korošec's *Stilistika slovenskega poročevalstva in Slovenia*, still does not exist in Croatia.

In the second part of this diploma the linguistic-style analysis, based on Korošec's book, and the comparison of two daily newspapers (the Slovenian *Delo* and the Croatian *Novi list*) shows that despite the difference in language both reporting styles broadly use similar stylistic instruments. Stylistic unique features, such as the realisation of the Common Communication Circle in the Reportship, leave an impact on the reporting style, they also shape and define it.

Key words: reporting stylistic, linguistic-style analysis, Croatian language, Slovenian language

Kazalo:

UVOD	7
1 TEMELJNI POJMI TER PRIMERJAVA SLOVENSKE IN HRVAŠKE STILISTIKE POROČEVALSKIH BESEDIL	9
1.1 STIL, STILISTIKA, STILISTIKA POROČEVALSTVA	9
1.2 POROČEVALSKI STIL	11
1.2.1 Problem poimenovanj	11
1.2.2 Vpliv družbeno-političnih dejavnikov na poročevalski stil	13
1.2.3 Nekaterne značilnosti poročevalskega stila	16
1.3 ČASOPISNI NASLOVI	19
1.3.1 Hrvaška literatura o časopisnih naslovih	19
1.3.2 Slovenska literatura o časopisnih naslovih	21
1.3.3 Pozivno-pridobivalna funkcija naslovov in jezikovne značilnosti kot posledica te funkcije	23
1.4 POVZETEK UGOTOVITEV TEORETIČNE PRIMERJAVE	27
2 PRIMERJAVA MED SLOVENSKIM IN HRVAŠKIM POROČEVALSKIM STILOM	29
2.1 LASTNOSTI ČASOPISOV	30
2.2 TIPOLOGIJA NASLOVOV	33
2.3 RAZDELITEV NASLOVOV PO FUNKCIJAH	38
2.4 IZPUSTNI NASLOVI	44
2.5 INTERPUNKCIJSKI NASLOVI	49
2.6 SKUPNI SPOROČANJSKI KROG	53
2.7 ČAS V ČASOPISNIH BESEDILIH	60
3 SKLEP	63
4 LITERATURA	69

Kazalo grafov:

Graf 3.2.1: Delež naslovov na naslovnica <i>Novega lista</i> glede na tipologijo	33
Graf 3.2.2: Delež naslovov na naslovnica <i>Dela</i> glede na tipologijo	34
Graf 3.2.3: Delež naslovov v <i>Delu</i> glede na tipologijo	34
Graf 3.2.4: Delež naslovov v <i>Novem listu</i> glede na tipologijo	34
Graf 3.3.1: Uporaba poimenovalno-informativnih, informativno-stališčnih in pozivno-pridobivalnih naslovov v <i>Novem listu</i> in <i>Delu</i>	38
Graf 3.3.2: Razporeditev informativno-stališčnih naslovov po rubrikah dnevnika <i>Novi list</i>	40
Graf 3.3.3: Razporeditev informativno-stališčnih naslovov po rubrikah dnevnika <i>Delo</i>	41
Graf 3.3.4: Razporeditev pozivno-pridobivalnih naslovov po rubrikah dnevnika <i>Novi list</i>	42
Graf 3.3.5: Razporeditev pozivno-pridobivalnih naslovov po rubrikah dnevnika <i>Delo</i>	42
Graf 3.3.6: Razporeditev informativno-stališčnih in pozivno-pridobivalnih naslovov na naslovnica <i>Dela</i> in <i>Novega lista</i>	43
Graf 3.4.1: Pogostost uporabe izpustnih naslovov v <i>Novem listu</i> in <i>Delu</i>	44
Graf 3.5.1: Pogostost uporabe interpunkcijskih naslovov v <i>Novem listu</i> in <i>Delu</i>	49
Graf 3.5.2: Vrste vprašajnih naslovov v <i>Delu</i>	49
Graf 3.5.3: Vrste vprašajnih naslovov v <i>Novem listu</i>	49

UVOD

Tako na Hrvaškem kot tudi Slovenskem je sodobno poročevalstvo rezultat dolgoletne in bogate poročevalne tradicije. Namen diplomskega dela je z analizo slovenske in hrvaške strokovne in znanstvene literature prikazati pregled najpomembnejših pojmov in področij stilistike poročevalstva ter prek tega izvesti jezikovnostilno analizo in primerjavo slovenskega in hrvaškega poročevalskega stila. Cilji diplomskega dela so ugotoviti:

- v kolikšni meri se stil hrvaškega poročevalstva razlikuje od slovenskega poročevalskega stila,
- v katerih jezikovnih značilnostih se to odraža in,
- ali obstajajo skupne stilne posebnosti, ki kažejo na povezanost obeh tradicij.

Na podlagi komparativne analize teoretskih virov bodo v prvem delu naloge, poleg temeljnih pojmov – stil, stilistika, stilistika poročevalstva, podrobneje obravnavana naslednja področja stilistike poročevalstva: problematika poimenovanja in določanje obsega delovanja poročevalskega stila, vpliv družbeno-političnih dejavnikov na njegov razvoj, glavne jezikovne značilnosti poročevalskega stila in vloga naslovov (posebej pozivno-pridobivalnih) pri oblikovanju poročevalskih stilnih posebnosti.

Pri analizi in pregledu literature bo posvečena posebna pozornost Koroščevi (1998) *Stilistiki slovenskega poročevalstva*, za katero pravi sam avtor (1998: 6), da je zahtevno jezikoslovno branje, iz katerega je razvidna določena raziskovalna sistematičnost. Zato Koroščevo knjigo lahko opredelimo kot osnovno teoretično podlago celotne diplomske naloge. Poleg Koroščevih bodo pri pregledu slovenske literature analizirana še dela drugih slovenskih jezikoslovcev, ki so se ukvarjali z poročevalskim stilom kot delom publicistične zvrsti.

Od hrvaške literature bodo analizirani predvsem članki, ki so na to temo izšli v različnih strokovnih revijah od začetka devetdesetih let do danes. Pri analizi literature bo upoštevana tudi knjiga Marina Mladenova (1980) *Novinarska stilistika* kot eden izmed prvih strokovnih pregledov novinarskega oz. poročevalskega stila na tedanjem srbohrvaškem govornem področju.

V drugem delu naloge bo z jezikovnostilno analizo izvedena primerjava stilov pisanja dveh dnevnik časopisov – slovenskega *Dela* in hrvaškega *Novega lista*. Gradivo je bilo zbrano v obdobju dveh tednov. Z empirično analizo bodo tako, na podlagi Koroščeve (1998) delitve naslovov glede na funkcijo, tipologijo, interpunkcijo, izpuste in uporabo obnovitev, obravnavani časopisni naslovi v *Delu* in *Novem listu*. Natančneje bo obravnavan tudi skupni sporočanjski krog (v nadaljevanju SSK) – pojem, ki ga na podlagi analize jezika slovenskih medijev uvaja in definira Korošec (1998). Čeprav hrvaška strokovna literatura SSK ne omenja, bomo s pomočjo stilnojezikovne analize *Novega lista* poskušali dokazati njegov obstoj v hrvaškem poročevalstvu. Predpostavljamo, da se bo, če ugotovimo njegov obstoj, zaradi razlik med jezikoma, v hrvaščini uresničeval na drugačen način kot se uresničuje v slovenskem poročevalstvu. Posebna pozornost bo posvečena tudi primerjavi načinov, na katere se uresničuje čas v poročevalskih besedilih. Zaradi trendov v poročevalskem stilu, ki se razširjajo in uveljavljajo, ne glede na jezikovne ovire predpostavljamo, da oba časopisa imata enak način uresničevanja časa v poročevalskih besedilih.

Na podlagi teh izhodišč sta postavljeni dve povezani hipotezi. Zaradi podobnosti med dvema jezikoma – slovenskim in hrvaškim in dolgoletne skupne družbeno-politične tradicije, je kot osnovno teoretično podlago za analizo obeh časopisov mogoče uporabiti Koroščevo *Stilistiko slovenskega poročevalstva*. Vendar sta slovenščina in hrvaščina vseeno dva ločena jezika in razlike med njima obstajajo, zaradi česar pričakujemo, da bo analiza pokazala tudi stilne posebnosti, ki ta dva poročevalska stila zaznamujejo, oblikujejo in definirajo.

Z analitično-sintetično metodo raziskovanja se v diplomskem delu želi združiti znanja slovenskih in hrvaških jezikoslovcev in s pomočjo analize praktičnega gradiva predstaviti podobnosti in razlike med stilom pisanja dveh dnevnik časopisov ter pri tem opozoriti na značilnosti, o katerih hrvaška stroka, za razliko od slovenske, še ni pisala.

1 TEMELJNI POJMI TER PRIMERJAVA SLOVENSKE IN HRVAŠKE STILISTIKE POROČEVALSKIH BESEDIL

1.1 STIL, STILISTIKA, STILISTIKA POROČEVALSTVA

Številni jezikoslovci in filozofi že stoletja poskušajo odgovoriti na vprašanje, kaj je stil. Eni ga definirajo bolj ozko in jedrnato, drugi pa že obstoječe definicije dopolnjujejo z dodatnimi razlagami, ki poudarjajo kompleksnost pojma. Vendar Korošec (1998: 8) opozarja, da večina zahodnih stilistik stil pojmuje zelo ozko, in sicer predvsem kot individualni, avtorski stil, ki je v resnici le del področja, ki ga obravnava stilistika.

V osemnajstem stoletju je francoski akademik George Louis Leclerc Comte de Buffon zapisal: *Stil je človek*. Hrvaški pisec A. G. Matoš (1988: 373) pravi: *Stil je pisec* in nadaljuje: »Ali ni stil predvsem pisec, temperament? Ali pri stilu ne odloča avtor, njegova metoda. Ali ni stil rezultat njegove občutljivosti, intelekta in fantazije?«

Stjepan Babić (1965: 250) zapisuje: »Govorec ali pisec svoje misli, želje in občutke lahko izraža na različne načine, ker ima na razpolago številna izrazna sredstva. Vendar ne uporablja katerih koli, temveč med njimi izbira, zavestno ali nezavedno, odvisno od določenega namena in svoj izraz oblikuje glede na cilj, ki ga želi doseči.« Torej, zaključuje Babić (1965: 250), da je stil »način izražanja v posameznih področjih jezikovne prakse, ki izhaja iz izbire jezikovnih sredstev«.

S tem se strinja tudi slovenski jezikoslovec Toporišič (1992), ki pravi: *Kjer ni izbire, ni stila*.

Da je izbira oz. izbor pomemben za stil poudarja tudi Korošec (1998: 8), avtor prve knjige o stilu slovenskega poročevalstva, ki v svoji obsežni definiciji navaja *izbor* kot eno od prvin stila kot strokovnega izraza.¹

¹ Korošec (1998: 8) pojmuje stil kot strokovni izraz, katerega oznaka zajema naslednje prvine: sistemski vidik stila, postopkovni vidik stila, teleološki vidik stila, vidik prezentacije stila, besedilotvorni vidik stila, sporočanje vidik stila. Pod teleološkim vidikom stila stoji razlaga: »Izbora je sestavina jezikovne dejavnosti, katere namen je sporočanje (komuniciranje), zato je izbor odvisen od čisto določenega cilja tvorčevega sporočanja« (Korošec 1998: 8).

V Slovarju slovenskega knjižnega jezika (1991: 944) je zapisano, da je stil »tipični izbor jezikovnih prvin v besedilu«, stilistika pa je definirana kot »veda o značilnostih in primernosti izraznih in oblikovnih sredstev literarnega jezikovnega izražanja« oz. »veda o stilnih značilnosti besedil«. V Rječniku hrvatskog jezika (1994: 685) Anić definira stil kot »značilen način pisanja ali izražanja«, stilistiko pa kot »proučevanje značilnosti stila«.

Pomembnost izbire poudarja tudi Mladenov (1980: 1), ki pravi, da je osnovni cilj stilistike oz. vede o stilu, da izbere najboljše besede v najboljši razvrstitvi za določeno vrsto komunikacije. »Stilistika torej raziskuje, opisuje in vrednoti jezikovne izraze ter v okviru uporabe jezika proučuje odnose med posamezniki in družbo«.

Čeprav se je do danes veliko pisalo o stilu pisanja slovenskih in hrvaških javnih medijev, so le redki avtorji stilistiko poročevalstva in njeno funkcijo natančneje definirali. Problem je, da »avtorjev večinoma niso zanimala časopisna besedila kot del publicistične funkcijske zvrsti s posebnimi jezikovnimi in stilnimi značilnostmi, ampak so ta besedila presojali le po napakah, ki se v njih pojavljajo« (Kalin Golob 2003: 41). Tako večina prispevkov ostaja na ravni *jezikovne kritike* (Kalin Golob 2003: 41) ali pa so ustvarjena kot »priročnik za tiste, ki se želijo ukvarjati z novinarskim delom« (Pavlinić 2001: 9).

V eni izmed prvih novinarskih oz. poročevalskih stilistik, ki je izšla v bivši skupni državi, Marin Mladenov (1980: 8–10) govori o *novinarski stilistiki* oz. teoriji novinarskega jezika, ki proučuje uporabo jezikovnih elementov v javnih medijih, pomaga nam odkriti način, kako se knjižni jezik preoblikuje v novinarskega in ponuja novinarju navodila za izbiro določenih jezikovnih sredstev pri ustvarjanju javnih sporočil.

Slovenski jezikoslovec Korošec (Kalin Golob 2003: 44) je eden redkih, ki jezikovno disciplino, ki se ukvarja z vprašanji poročevalstva, poimenuje – *stilistika poročevalstva*, jo definira kot »del jezikovne stilistike, ki proučuje delovanje in prilagajanje jezika posebni funkciji poročevalstva«, in ji določi cilj raziskovanja – »kako jezik (slovenski knjižni jezik) deluje, ko mu je naloženo opravljati vlogo v poročevalstvu« (Korošec 1998: 6).

1.2 POROČEVALSKI STIL

1.2.1 Problem poimenovanj

Čeprav je v Gramatiki hrvatskog jezika (Težak in Babić 1992: 30–32) stil množičnih občil poimenovan *novinski* (v slovenščini bi ga lahko prevedli kot časopisni, ker se nanaša na časopis kot sredstvo informiranja) ali *publicistični stil* in določen kot eden od petih funkcijskih stilov,² hrvaška literatura ni enotna pri njegovem poimenovanju.

Hrvaški jezikoslovec Silić (1997: 495), ki ta stil imenuje *novinarski* (nanaša se na stil novinarja kot posrednika informacij) oz. *žurnalistični stil* hrvaškega knjižnega jezika, vidi problem v tem, da nekateri avtorji ločujejo novinarstvo oz. žurnalistiko od publicistike tako, da *novinarstvo* opredeljujejo kot pisanje in izdajanje dnevnih in periodičnih časopisov, *publicistiko* pa kot tiskani material aktualnega kulturnega, književnega in družbeno-političnega življenja v dnevnem in periodičnem časopisju ter zasebnem tisku. Vendar novinarstvo ne zajema le področje pisnega sporočanja, poudarja Silić (1997: 495), ampak tudi slušne in vidne aktualne informacije. Zato za stil, ki zajema časopisno, radijsko in televizijsko dejavnost predlaga izraz *novinarski stil*.

Izraz *novinarski stil*³ uporablja že Mladenov v svoji *Novinarski stilistiki* iz leta 1980, vendar kot »mešanico vseh stilov«, ki jih novinar uporablja v svojem vsakdanjem ustvarjalnem procesu. Med njimi je tudi *publicistični stil*, ki »zajema besedila množičnih občil (časopisa, radia, televizije), najdemo pa ga tudi v knjigah, revijah, različnih priročnikih na predavanjih. Je zelo raznolik in kompleksen, zato ga je težko opredeliti. Lahko bi rekli, da je to podzvrst znanstvenega, strokovnega ali umetnostnega stila, ki je prilagojena najširšemu krogu bralcev« (Mladenov 1980: 13).

² Gramatika hrvatskog jezika (Težak in Babić 1992: 30–32) navaja pet funkcijskih stilov hrvaškega knjižnega jezika: znanstveni, administrativni, novinarski ali publicistični, umetnostni in poljudnoznanstveni. V slovenščini ne govorimo o funkcijskih stilih, ampak o funkcijskih zvrsteh. »V slovenski jezikovni literaturi je razslojenost na funkcijske zvrsti splošno sprejeta in bolj ali manj podrobno razčlenjena« (Kalin Golob 2003: 40). Toporišič (2000:13) loči štiri funkcijske zvrsti: praktičnosporazumevalno, strokovno, publicistično in umetnostno.

³ Glede na funkcijo stilov in situacijo, v kateri nastajajo besedila, Mladenov (1980: 11) loči dve skupini: medčloveško sporočanje (ustna besedila) in množično sporočanje (pisna besedila). Pri tem se novinarska stilistika posebej osredotoča na stile množičnega sporočanja – znanstveni stil, publicistični stil, umetnostni stil, administrativni stil in novinarski stil, saj se novinar pri svojem delu z njimi vsakodnevno srečuje.

S tem se strinjata tudi Težak in Babić (1992: 32), ki pravita, da *novinski* ali *publicistični* stil združuje lastnosti znanstvenega in umetnostnega stila. »S pomočjo elementov znanstvenega stila se dosega objektivnost in natančnost informiranja, s pomočjo elementov literarnega – umetnostnega stila pa se pritegne in obdrži pozornost pri določenem pojavu, vendar to mešanje stilov ni enako pri vseh oblikah novinarskega pisanja« (Težak in Babić 1992: 32).

Tudi Badurina (1998: 418) opozarja na »mešanje« stilov. Pravi, da je delitev na pet osnovnih funkcijskih stilov relativna, ker pride v praksi velikokrat do prepletanja stilov in so zato meje med njimi zelo nestabilne.⁴ To je posebej razvidno pri *publicističnem stilu*, ki zaradi svoje »vseprisotnosti«, kot pravi Badurina (1998: 419), močno vpliva na ostale funkcijske stile. »Raznovrstnost je mogoče videti tudi znotraj samega publicističnega stila, ki se naprej deli na podzvrsti in žanre« (Badurina 1998: 422).

Tudi Kalin Golobova (2003: 40) opozarja, da sodobne raziskave posameznih stilno-jezikovnih pojavov širokega področja *publicistike* kažejo, da je smiselno govoriti o posameznih *podzvrsteh*, med njimi tudi o *poročevalski*:

V publicistično funkcijsko zvrst tako uvrščamo besedila, namenjena javnosti, njenemu obveščanju, vplivanju nanjo, prepričevanju. Znotraj te široke zvrsti pa obstajajo posamezne skupine besedil, ki imajo ob tem splošnem namenu še druge usmeritve, vloge (»podnamene«), imenujemo jih podzvrsti. Ena izmed njih je poročevalska podzvrst, tvorijo jo besedila, ki imajo posebno vlogo vsakodnevne obveščanja javnosti v ustaljenih besedilnih vrstah, žanrih /.../ (Kalin Golob 2003: 52).

O potrebi po razlikovanju med širšim poimenovanjem *publicistična funkcijska zvrst* in ožjim področjem, ki se uresničuje s poročevalsko dejavnostjo, je prvi govoril Korošec (1976). V zvezi s *publicistiko* je po njegovem primerno govoriti o publicistični funkcijski zvrsti, znotraj katere je »pestra paleta besedil, vsakega z značilnostmi določenega publicističnega stilnega tipa« (Korošec 1998: 10). Predmet raziskave je skrčil na dnevnik oz. »iz stilno raznovrsne publicistične zvrsti izločil skupino besedil, ki jim je skupno, da nastajajo vsak dan znova /.../ in dokazal, da znotraj raznorodne publicistike obstaja posebno področje, ki se uresničuje s

⁴ O »mejnih področjih« med funkcijskimi stili govori tudi Silić (1997: 496) in za primer navaja *knjižno novinarstvo*.

poročevalsko dejavnostjo» (Kalin Golob 2003: 44). To ozko področje znotraj publicističnega stila je prvotno poimenoval *časopisni stil*, vendar ga na je kasneje spremenil v izraz *poročevalski stil*:

Poznejše spoznanje, da je neprimernost izraza *časopisni stil* še izrazitejša, ko se je pokazalo, da so nekatere ugotovljene jezikovne prvine t. i. časopisnega stila (torej pisno-vidnega prenosnika) identične s prvinami radijskega »časopisnega« stila (torej govorno-slušnega prenosnika), je to – zgolj poimenovalno – zadrego odpravilo z uvedbo (pravzaprav terminologizacijo) zveze *poročevalski stil* (kot: pripovedništvo – pripovedniški stil), ki ima zmožnost zajeti oba prenosnika, časopisno in radijsko (z določenimi značilnostmi obeh prenosnikov pa tudi televizijsko) poročevalstvo, in ki je izrazito dnevničarska dejavnost, znotraj raznovrstnega časopisnega področja dovolj dobro zoženo, da ne more zajemati takih besedil, kot so podlistek, umetnostna (filmska, gledališka) kritika, vsa oglaševalska besedila ipd. (Korošec 1998: 11).

Izraz *novinarski stil* se lahko zasledi tudi v slovenski literaturi, vendar redkeje. Korošec (1998: 10) ga označuje za neprimerne, ker »v sferi jezikovnih stilov ni pojava, na katerega bi se lahko natančno poimenovalno nanašala zveza *novinarski stil*«.

Bolj primerno od zveze *novinarski stil*, ki v ospredje postavlja tvorca besedil in njegovo dejavnost, je po Korošču (1998: 12) poimenovanje *poročevalski stil*, ker je v njem »zajeto vse, kar teorija novinarskega sporočanja zajema s stalnimi oblikami novinarskega sporočanja: z zvrstmi, vrstami in žanri«. Poročevalstvo, zaključuje Kalin Golobova (2003: 47), že v sebi nosi pomen, ki se navezuje na dejavnost, povezano z jezikom, saj se poročanje uresničuje z jezikom, je govorno dejanje.

1.2.2 Vpliv družbeno-političnih dejavnikov na poročevalski stil

Družbene in politične spremembe v sodobnem svetu se, opozarja Badurina (1998: 417), vedno izražajo v jeziku kot sredstvu človeške komunikacije. Pri tem je, poudarja, spremembam najbolj izpostavljena leksikalna raven, ker je najbolj »odprta« za sprejem različnih vplivov.

To je posebej pomembno pri pregledu razvoja poročevalskega stila slovenskega in hrvaškega jezika, pa tudi knjižnega jezika na splošno. Zgodnja devetdeseta leta so za obe državi pomenila obdobje pomembnih družbenih in političnih sprememb. Po dolgih letih skupne

države sta Slovenija in Hrvaška dobili status samostojnih držav. Z osamosvojitvijo držav sta tudi njuna jezika dobila status državnega jezika, torej jezika samostojnih in v svetu priznanih držav – Republike Slovenije in Republike Hrvaške.

Prav v tem obdobju so se, poudarja Kalin Golobova (1996: 11), na Slovenskem pojavljale razprave o tem, ali je slovenski jezik ogrožen. Analiza člankov o ogroženosti slovenščine, ki jo je opravila leta 1994, je pokazala, da »večina razpravljalcev nasprotuje mnenju o ogroženosti slovenščine, ugotavlja pa nizko raven jezikovne kulture, pravzaprav kar jezikovno nekultiviranost velikega dela uporabnikov slovenščine« (Kalin Golob 1996: 11).

Vpliv tedanjih političnih in družbenih sprememb na hrvaški jezik po Badurini (1998: 425) najlažje zasledimo v besedilih poročevalnega stila, ker so v njih najbolj razvidne vse lastnosti in posebnosti knjižnega jezika nasploh. »Jezik množičnih občil je po eni strani pod direktnim vplivom ideoloških družbenih tendenc, po drugi pa tudi sam zelo močno vpliva na javno komunikacijo« (Badurina 1998: 417). Zaradi tega posebnega položaja – izpostavljen je vplivom vseh ostalih stilov knjižnega jezika in tudi sam nanje vpliva – besedila poročevalskega stila, zaključuje Badurina, idealno prikazujejo trenutno stanje knjižnega jezika.

Od leta 1990 do danes je po Opačičevi (2006: 521) hrvaški *novinarski stil* zaznamovalo nekaj različnih faz. V času skupne države je bil hrvaški jezik zaradi umetnega, novonastalega uradnega jezika t. i. srbohrvaščine in sploh zaradi podobnosti s srbskim jezikom,⁵ zelo ogrožen. Po osamosvojitvi države pa se je znašla hrvaščina v dolgo pričakovanem položaju – dobila je priložnost postati uradni jezik. Zato ne preseneča, poudarja Opačičeva (2006: 521), da se nove smeri v leksiki hrvaškega jezika, najprej začnejo uresničevati skozi poudarjeno skrb za hrvaško besedo. Pri tem se »nekateri deli pasivnega jezika ponovno aktivirajo, besede se prevajajo, izposojajo ali pa ustvarjajo na novo« (Tafra 2006: 204).

⁵ Po Težaku in Babiću (1992: 16) je problematično, da sta si hrvaški in srbski knjižni jezik tako sorodna oz. podobna, da je njuno razumevanje mogoče tudi brez prevajalcev. To naj bi izhajalo iz dejstva, da oba jezika izhajata iz štokavskega narečja, zato imata skupno strukturo in večino besedišča. Vendar ju ločujejo razlike, ki obstajajo na vseh jezikovnih ravneh in niso povezane le z eno normo, temveč z dvema normama – hrvaško in srbsko.

Opačičeva (2006: 251) opozarja, da se je prvotno upravičen jezikovni purizem, ki se je na začetku pojavljal kot posledica dolgoletnega zatiranja hrvaškega jezika, začel sčasoma uresničevati kot močna kroatizacija. »Hrvaški jezik se je začel reševati ne le srbizmov, ampak tudi besed, ki so nekaterim delovale kot srbizmi. Zato je v tem obdobju izginilo tudi veliko dobrih, primernih hrvaških besed.« (Opačič 2006: 521).

Medtem ko se je hrvaški jezik reševal srbizmov, ki so velikokrat bili pravzaprav le navadni obči slavizmi, opozarja Opačičeva (2006: 521), so medijskemu prostoru začeli vladati anglizmi, ki jih »ni nihče vsiljeval, ampak smo jih uvajali sami (op. Hrvati) brez kakršnega koli nadzora«. Na podobne pojave v slovenščini opozarjajo tudi slovenski jezikoslovci Korošec (1985), Toporišič (2000) in Kalin Golobova (2003).

Po Toporišiču (2000: 836) je ena pogostih slabosti novinarskega jezika težnja, biti za vsako ceno nenavaden, tj. nevsakdanji. Posledica te težnje je, poudarja, včasih bilo zatekanje k srbohrvaškim, sedaj pa k angleškim jezikovnim sredstvom.

Tudi Kalin Golobova (2003: 144) navaja problematiko strokovnega izrazja, ki nezadržno prodira iz angleščine, kot enega najpogostejših problemov, s katerimi se ukvarjajo »sodobni« *jezikovni koticiki*. Meni pa, da je treba tej problematiki posvečati ne le strokovno, ampak tudi jezikovno pozornost.

Opačičeva (2006: 529) temu pojavu pravi »obča globalizacija« in največjo »grožnjo« vidi prav v angleščini. Meni, da mediji oz. novinarji z uporabo ne le posameznih tujih besed, ampak tudi celotnih sintagem ogrožajo identiteto samega jezika, saj zaradi slabega znanja o jeziku delujejo zelo negativno na leksiko, morfologijo, sintakso in pravopis.

S tem se strinja tudi Silić (2005: 506), ki meni, da je sodobna norma posebej občutljiva, ko gre za pojav besednih oblik, ki niso značilne za hrvaški knjižni jezik, temveč za neki drugi jezik, najpogosteje angleški jezik. »Takšne konstrukcije so preplavile sodobni hrvaški knjižni jezik in jih lahko najdemo v vseh njegovih funkcijskih stilih. Skoraj bi lahko rekli, da niso potreba hrvaškega knjižnega jezika, ampak moda, ki jo dopolnjuje ideologija« (Silić 2005: 506).

1.2.3 Nekateri značilnosti poročevalskega stila

Za posamezno funkcijsko zvrst so, opozarja Korošec (1976: 269), značilna tista sredstva, ki so se izoblikovala zaradi namena, potreb in zahtev določene funkcijske zvrsti. Ta jezikovna sredstva, pravi, gradijo določen stil, ki brez njih ne bi bil to, kar je. S tem se strinja tudi Silić (1997: 509) in navaja, da se v hrvaškem poročevalskem stilu (po Siliću *novinarski stil*) takšni izrazi imenujejo *žurnalizmi*.

V slovenščini bi žurnalizem lahko določili kot publicizem, ki ga Slovar slovenskega knjižnega jezika (1991: 283) definira kot *za publicistiko tipično jezikovno sredstvo*.

O publicističnih besedah, ki so značilne za publicistično funkcijsko zvrst jezika, piše tudi Toporišič (2000: 127–128).

Vendar, kot je bilo že povedano v poglavju o poročevalskem stilu, obstajajo znotraj publicistične funkcijske zvrsti ožja področja (podzvrsti publicistične zvrsti), med katerimi je tudi poročevalstvo. Poročevalsko podzvrst, poudarja Kalin Golobova (2003: 52), tvorijo besedila, ki imajo posebno vlogo vsakodnevnega obveščanja javnosti v ustaljenih besedilnih vrstah, žanrih. »Da pa ta besedila uvrščamo v posebno podzvrst, morajo poleg skupnega pomena (določene uporabe) obstajati tudi posebna jezikovna sredstva, ki jih v teh besedilih razpoznamo kot poročevalski stil in ta se lahko kaže edino v njih« (Kalin Golob 2003: 52).

Kot posebnosti poročevalskega stila Korošec (1998) navaja nezaznamovana jezikovna sredstva – **avtomatizme** in zanamovana jezikovna sredstva – **aktualizme**. Avtomatizmi nastajajo z **avtomatizacijo**, aktualizmi pa z **aktualizacijo**.

Jezikoslovci govorijo o stilno zaznamovanih in stilno nezaznamovanih jezikovnih sredstvih, Korošec (1998) pa jih je obdelal v kontekstu stilistike slovenskega poročevalstva.⁶ Kadar

⁶ V kontekstu poročevalske stilistike o stilno zanamovanih (*hr. ekspresivnih, markiranih, označenih*) jezikovnih sredstev in stilno nezaznamovanih (*hr. neutralnih, nemarkiranih, neoznačenih*) jezikovnih sredstev pišeta le dva hrvaška avtorja, Silić (1997) in Badurina (1998).

Silić (1997: 497) navaja, da je glede rabe stilno zanamovanih jezikovnih sredstev publicistični, natančneje poročevalski (*novinarski*) stil takoj za umetniškim stilom. Pri tem poudarja, da se način rabe stilno zanamovanih jezikovnih sredstev v poročevalskih besedil zelo razlikuje od načina rabe stilno zanamovanih jezikovnih

imajo »posamezna jezikovna sredstva določeno stilno vrednost v razmerju do drugih že sama po sebi,« to razmerje brez težav razumemo kot nasprotje med nevtralnostjo in nenevtralnostjo in lahko rečemo »kar ni **nevtrarno**, je v določenem smislu **stilno zaznamovano**« (Korošec 1998: 13). S tega stališča lahko izhajamo pri analizi umetnostnega besedila, in ko je znan namen za uporabo stilno zaznamovanih jezikovnih sredstev, vendar pa se omenjeno razmerje pokaže v drugačni luči, ko analiziramo poročevalska besedila. V njih del stilemov dobi drugačno vrednost – Korošec (1998: 13) jim pravi **avtomatizmi**. Avtomatizmi so samo v poročevalskih besedilih nevtralna jezikovna sredstva.

Hrvaški avtorji⁷ takšnim sredstvom pravijo klišeji. Zaradi etimologije poimenovanja in pogoste rabe v poročevalnih besedilih, opozarja Kalogjera (2006: 358), se jih velikokrat neupravičeno negativno vrednoti, označuje kot pomensko prazne in določa kot sredstvo manipulacije. Čeprav delujejo »izlizani od pogoste rabe«, Kalogjera (2006: 358) meni, da jih avtorji ne uporabljajo le iz lenobe in nekreativnosti. S tem se strinja tudi Silić (1997: 511), ki pravi, da se klišejem ni treba izogibati, ker se prav po njih poročevalski stil razlikuje od drugih.

Uporaba avtomatizmov je, opozarja Kalin Golobova (2003: 45), rezultat vpliva najpomembnejšega stilotvornega dejavnika – enake, podobne, ponavljajoče se poročevalske okoliščine, ubesedene v poročevalskem besedilu, in časovne stiske. S tem se strinja tudi Badurina (1998: 426), Korošec (v Kalin Golob 2003: 55) pa zaključuje, da se s priznavanjem tega objektivnega stilotvornega faktorja zanikujejo neutemeljeni in iz nepoznavanja stvari izhajajoči očitki o ponavljanju, šabloniziranju, neživosti itd. v časopisnih sporočilih.

sredstev v umetniških besedilih. »V poročevalskem stilu avtor pomen podaja neposredno, medtem ko umetniško besedilo razlago ponuja med vrsticami« (Silić 1997: 497).

Badurina (1998) govori o stilni zaznamovanosti v kontekstu družbenih in političnih pojavov na Hrvaškem v devedesetih letih prejšnjega stoletja. O potencialni stilni zaznamovanosti enega izmed leksemov, ki stojijo v sinonimnem odnosu, po Badurini (1998: 420) lahko govorimo le v primeru, da obstaja možnost izbire med dvema ali več leksemi. Pri tem razlogi za izbiro leksema niso nujno lingvistični. Velikokrat so, poudarja, psiholingvistični in sociolingvistični. Kadar se preferira raba določenega leksema zaradi njegove ideološke konotacije, leksem postane ideološko zaznamovan. Badurina (1988: 421) takšna stilno zaznamovana jezikovna sredstva imenuje *ideologemi*.

⁷ Silić (2007), Badurina (1998), Kalogjera (2006).

Avtomatizacija je po Korošču (1998: 15) ustaljevanje posameznih jezikovnih sredstev, da postanejo za opravljanje določene naloge običajna in se utrdijo v konvenciji med tvorci in naslovniki. »Na splošno gredo sem tudi terminologizirane besedne zveze, vendar avtomatizacijo pojmem še nekoliko širše in štejem sem tudi ustaljevanje stavčnih vzorcev ne glede na njihovo leksikalno izpolnitev« (Korošec 1998: 15).

Da je določeni avtomatizem značilen, se po Korošču (1998: 14–16) najbolje vidi, ko se aktualizira s prenosom v kako drugo funkcijsko zvrst, znotraj poročevalstva celo v kak drug poročevalski žanr, lahko pa seveda tudi v umetnostno funkcijsko zvrst, kjer postane stilno zaznamovan. »Aktualizacija pomeni novo, svežo, posebno, nenavadno uporabo jezikovnih sredstev za doseg posebnega učinka« (Korošec 1998: 15).

Bistvo nasprotja med avtomatizmi in aktualizmi, poudarja Korošec (1998: 16), je v tem, da je »avtomatizem pripravljen za uporabo več kot enkrat, aktualizem pa za enkratno uporabo«. Pri tem je zelo pomembno tudi, da je razmerje avtomatizacija – aktualizacija »mogoče samo v publicističnih, boljše, poročevalskih besedilih« (Korošec 1998: 14). To razmerje Korošec (1998:17) enači s polarizacijskim razmerjem navzočnost – nenavzočnost tvorca v besedilu, hkrati pa tudi vključenost – ne vključenost naslovnika. Aktualizacija ga vključuje, avtomatizacija pa ne, zaključuje Korošec:

Aktualizacija v poročevalstvu ni zgolj formalni govorniški okrask. Pomeni odmik od neposredne označbe predmeta govora, tako da z njo tvorec dejansko posega v spoznano in na novo poimenovano resničnost, s tem pa je aktualizacija sredstvo, s katerim tvorec išče pot k naslovniku, navezuje stik z njegovim izkustvenim svetom, da bi sprožil njegovo razumsko in čustveno dejavnost (Korošec 1998:17).

Ker so značilnosti poročevalskega stila najbolj razvidne v časopisnih naslovih, bo aktualizmom kot eni najpomembnejših značilnosti posvečeno več pozornosti v naslednjem poglavju.

1.3 ČASOPISNI NASLOVI

Po Siliću (1997: 507) so naslovi še ena značilnost, ki novinarski stil ločuje od vseh ostalih funkcijskih stilov. Zaradi specifičnih jezikovnih značilnosti za Parizosko (2006: 533) naslovi predstavljajo posebno kategorijo novinarskih žanrov. Osnovni cilj naslovov je, pravi, pridobiti pozornost bralcev in jih pritegniti k branju prispevka. Poleg tega, da napovedujejo vsebino prispevka, ki ga naslavljajo, so naslovi na nek način tudi avtorjev komentar in prepoznavno znamenje njegovega osebnega stila in tudi stila celotnega časopisa (glej Parizoska 2006: 533).

V naslovih so, kot je bilo že omenjeno, razvidne vse značilnosti poročevalnega stila kot npr. raba internacionalizmov, avtomatizmov, izposojenih in tujih besed itn. Njihova vloga je, pravi Silić (1997: 507), tako pomembna, da je velikokrat prav od njih odvisno, ali bo časopis prodan oz. prebran. Zato so najpomembnejši naslovi na naslovnici, kjer je njihova naloga, da pritegnejo z različnimi jezikovnimi, stilnimi in pravopisnimi sredstvi bralčevo pozornost na besedilo prispevka oz. celoten časopis. Da bi to dosegli, so naslovi napisani večinoma s posebno obliko in velikostjo pisave, so na »udarnem« mestu na strani, vsebujejo ključne, v glavnem ekspresivne besede in so velikokrat poudarjeni z ločili.

V nadaljevanju bo več pozornosti posvečeno bogati in raznovrstni jezikovno-stilni strukturiranosti časopisnih naslovov ter njihovim različnim nalogam, odvisnim od žanrske in tematske pripadnosti besedila prispevka.

1.3.1 Hrvaška literatura o časopisnih naslovih

Čeprav je o časopisnih naslovih napisano veliko, se le redki hrvaški jezikoslovci ukvarjajo z njihovo delitvijo glede na funkcijo, ki jo opravljajo, jezikovne značilnosti ali konceptualno strukturo.

Glede na v uvodu omenjeno najpomembnejšo vlogo časopisnih naslovov, in sicer »pritegniti pozornosti potencialnih bralcev in zanimivo ter inteligentno opozoriti na glavno misel prispevka, ki mu sledi,« Hudečekova (2006: 297) deli časopisne naslove v dve skupini:

- tisti naslovi, ki besedilo prispevka povzemajo v konkretno informacijo tako, da je bralcu prepuščena izbira, ali želi prebrati prispevek v celoti, in
- tisti naslovi, ki na splošno poskušajo napovedati možno vsebino prispevka in na ta način pritegnejo bralčevo pozornost.

Pri tem se, poudarja, časopisni naslovi prve skupine večinoma uresničujejo v informativnih žanrih, medtem ko so naslovi druge skupine, v katerih do izraza posebej pride avtorjeva jezikovna kreativnost, karakteristični za vse žanrske skupine (glej Hudeček 2006: 297–298).

Buljanova (2006: 140) pa, po drugi strani, govori o konceptualni strukturi časopisnih naslovov. Vsebinsko, kodirano v naslovih novinarskih prispevkov, razlaga kot metonimijsko in poudarja možnosti, ki jih pri analizi časopisnih naslovov omogoča pojmovni aparat in kognitivna lingvistika.

Glede na makrometonimijo Buljanova (2006: 140) ločuje horizontalni in vertikalni model. Horizontalni model se uresničuje na dva načina:

- *del dogodkov za celoten dogodek* – ko ena od faz v linearni progresiji scenarija (najpogosteje je to začetna ali končna) daje metonimijski pristop ostalemu delu scenarija (npr. konec tekme za celotno tekmo in podobno);
- *mikrodogodek za makrodogodek* – ko kompleksni scenarij sestavlja več med seboj povezanih, potencialno samostojnih scenarijev.

Pri vertikalnem pa je tipološka struktura na ravni organizacijske sheme dogodkov. Zaradi te oblike (naslov nastopa kot povzetek vsebine besedila prispevka) je vertikalni model najbolj podoben tradicionalni kategoriji naslovov (glej Buljan 2006: 141).

Razen na ravni strukture dogajanja dogodkov, poudarja Buljanova (2006: 142), metonimija deluje tudi na nižjih ravneh, in sicer kot metonimijski odnos *člen kategorije za kategorijo*. »Takšnih mikrometonimij je v naslovih veliko več. /.../ Tako na primeru metonimije *člen kategorije za kategorijo*, deluje izkustveno načelo izbire *človeškega pred nečloveškim* in komunikacijsko načelo *relevantnega pred nerelevantnim /.../ oz. omejenega pred neomejenim, /.../ jasnega pred nejasnim, /.../ konkretnega pred abstraktnim, /.../ institucija za člane institucije, /.../ mesto za institucijo, /.../ določna lastnost kategorije za kategorijo*« (Buljan 2006: 142).

Lahko bi rekli, da »najbolj splošno« delitev časopisnih naslovov ponuja Silić (1997) v svojem članku *Novinarski stil hrvatskog standardnog jezika*. Glede na vsebino in način uresničevanja vsebine Silić (1997: 507) deli naslove v tri skupine:

- Nominativni naslovi imenujejo vsebino, zato imajo pri njih glavno vlogo imenovalniške besede: samostalnik in pridevnik. Glagolske besede in oblike ne vsebujejo več dejanja in časa, tako da so izvzete iz strukture naslova ali so pretvorjene v glagolske pridevnike in odvisne stavke.
- Informativni naslovi govorijo o vsebini in zato imajo pri njih glavno besedo glagoli, glagolske oblike, glagolski časi, vprašalne besede in predstavljanje vsebine s pomočjo interpunkcijskih ločil.
- Reklamni naslovi ponujajo vsebino, zanje so značilne sugestivne besede in ostala pozivna sredstva in načini za pridobitev bralcev.

1.3.2 Slovenska literatura o časopisnih naslovih

Tudi Korošec (1998: 43) se strinja, da so v pisnem poročevalstvu naslovi najizrazitejša prvina. Zaradi tega jim tudi posveča skoraj tretjino svoje knjige *Stilistika slovenskega poročevalstva*, kjer ponuja podroben strokovni pregled naslovov – ukvarja se z njihovo tipologijo, deli jih glede na funkcijo, uporabo ločil, izpuste, ki se v njih pojavljajo, in govori o obnovitvah v naslovih.

Po tipologiji Korošec (povzeto po 1998: 50–105) deli naslove na prave in neprave naslove. Prave naslove naprej deli na naslovijske (tej skupini pripadajo nadnaslovi, podnaslovi, veliki naslovi in naslovje) in nenaslovijske naslove (sem šteje male naslove, mednaslove, polnaslove in panaslove), neprave naslove pa na paginalne in rubrične naslove.

Posebej natančno je obdelana skupina naslovijskih naslovov, pri čemer je pomembno poudariti, da Korošec ločuje naslovje od naslova, natančneje velikega naslova. Po Korošču (1998: 50) je namreč naslovje »najizrazitejša časopisna kategorija«, veliki naslov (N) pa je, poleg nadnaslova (Nn), podnaslova (P) in sinopsisa (S), njegova osrednja enota. Glede na število enot, ki ga tvori, je naslovje lahko dvodelno ali večdelno (Korošec 1998: 52).

Glede na funkcije naslovov, Korošec (1976: 248–249) loči tri vrste naslovov, in sicer:

- naslove s poimenovalno-informativno funkcijo,
- naslove z informativno-stališčno funkcijo in
- naslove s pozivno-pridobivalno funkcijo.

Poimenovalno-informativni naslovi, pravi Korošec (1998: 48–49), poimenujejo temo oz. vsebino besedila. Informativno-stališčni informirajo o vsebini besedila in ga tudi poimenujejo, toda pri tem izrazito izstopa vrednotenje te vsebine oz. stališče avtorja. Pri pozivno-pridobivalnih neredko najdemo prvine informativne funkcije, prekriva jih stališčna funkcija, posebej pa je izrazita avtorjeva zahteva (ali poziv uredništva), ki je naslovljena javnosti ali čisto določenemu naslovniku. Tretja funkcija, poudarja Korošec (1998: 49), je zelo pogosto v pravem nasprotju z informativno, »jo naravnost zanika, tako da o vsebini ne pove nič in s tem skuša bralca pridobiti za branje ostalega besedila«. Zato je zelo pomembno, opozarja, da takšni naslovi dobijo ustrezno pojasnilo v besedilu prispevka, ker v nasprotnem primeru lahko nastopi motnja.⁸

Od vseh treh tipov naslovov je uporaba stilno zaznamovanih sredstev najpogostejša in najbolj izrazita pri pozivno-pridobivalnih naslovih. Zato naslovi z izpustom, obnovitvami ali interpunkcijo najpogosteje pripadajo tej tretji skupini naslovov.

Poleg prvotne, interpunkcijske vloge, ki jo imajo ločila v naslovih, Korošec (1998: 106) posebej poudarja njihovo naslovno vlogo in glede na njo določa (1998: 105–124) štiri vrste ločil: veliki ločili (vprašaj, klicaj), mali ločili (dvopičje, pomišljaj), parni oz. dvodelni ločili (oklepaj, narekovaj) in izpustno ločilo (tropičje).

Ločilo je lahko med ostalim tudi znak za izpust, navaja Korošec (1998: 148), izpusti pa so v časopisnih naslovih tako zelo pogosti, ker velikokrat nastopajo »zaradi potrebe po kratkosti sporočanja, potrebe, ki jo narekuje jezikovna gospodarnost« (1998: 140). Poleg ločila kot znaka za izpust Korošec (1998: 105–124) obravnava še naslednje izpuste v naslovih: izpust

⁸ Takšne »neuspele, napačne« naslove Korošec (1998: 149) poimenuje zastrti naslovi, nastanejo pa zaradi napačne uporabe jezikovnih sredstev. »Taka – hotena, predvsem pa nehotena – uporaba povzroči, da naslov izstopi iz okvira konvencije, se pravi iz ustaljenih navad pri branju časopisa, in povzroči motnje pri sprejemanju časopisnega sporočila« (Korošec 1998: 149).

glagola biti v pomenu *nahajati se*, izpust vezi, izpust pomožnika biti, izpust naklonskih izrazov, izpust povedkov (glagolov premikanja) in izpust predmetov.

Vendar so najpogostejši primeri naslovov s pozivno-pridobivalno funkcijo obnovitve, za katere Korošec (1998: 124) pravi, da so podobno kot metafore in metonimije vrsta aktualizacije, in jih, glede na izbiro sestavin, deli na obnovitve klišejev in obnovitve vzorcev. O obnovitvah in ostalih stilnih figurah, ki kažejo na eno najpomembnejših funkcij naslovov – pritegnitev bralčeve pozornosti, bo več besed v naslednjem poglavju.

1.3.3 Pozivno-pridobivalna funkcija naslovov in jezikovne značilnosti kot posledica te funkcije

Veliko jezikoslovcev kot eno najpomembnejših oz. osrednjih funkcij naslovov določajo: s pomočjo kratkega, jasnega in zanimivega sporočila pritegniti pozornost bralcev in jih s tem zainteresirati za nadaljnje branje prispevka oz. celotnega časopisa. Kot je bilo že omenjeno, Korošec (1998: 48) to funkcijo poimenuje *pozivno-pridobivalna* in poudarja, da pri njej ekspresivna sredstva najbolj izstopajo.

Hudečekova (2006: 298) to funkcijo vzporeja s funkcijo reklam oz. oglasov:

Cilj reklame oz. oglasa je, da potencialnega kupca zainteresira za določeni izdelek in ga prepriča v nakup; cilj časopisnega naslova na naslovnici časopisa pa, da privabi potencialnega bralca k ponjeni vsebini, ki se je ne sme v celoti razkriti, ker bi se na ta način znižal interes za nakup in branje časopisa. Zato lahko rečemo, da imajo časopisni naslovi isto funkcijo kot reklamni, in sicer, da prodajo izdelek. V primeru reklamnih naslovov gre za prodajo oglaševalskega izdelka, v primeru časopisnih naslovov pa za prodajo časopisa.

Da bi uspešno izpolnili to svojo funkcijo, morajo biti naslovi izzivalni. Zato se v njih, pravi Silić (1997: 508), pojavljajo močne, prepričljive, vpadljive besede, perifrize (poznane in razumljive bralčevim izkušnjam), ironija, kontrast, paradoks in podobne figure, narečne in lokalne besede in izrazi, žargonske besede, različne besedne igre itn., natančneje vse, »kar vpliva na čustva bralcev in tako privabi njihovo pozornost«.

Vse te **jezikovne značilnosti** časopisnih naslovov so po Hudečekovi (2006: 297) posledica njihove osrednje funkcije in je zato pri analizi naslovov posebej pomembno posvetiti

pozornost stilnim figuram, ki se v njih pojavljajo. Tudi ona kot najpogostejše navaja (2006: 300–301) kontrast, metonimijo, metaforo, personifikacijo in frazeme.

V knjigi *Stilistika slovenskega poročevalstva* Korošec (1998: 17–33) te stilne pojave obravnava pod enim poglavjem – *O aktualizmih*. Kot je bilo rečeno v prejšnjem poglavju, je Korošec (1977) prvi, ki govori o avtomatizmih in aktualizmih v slovenskih poročevalskih besedilih. Kot bistvo nasprotja med njimi, navaja (1998: 16), da je avtomatizem pripravljen za uporabo več kot enkrat, aktualizem pa je le za enkratno uporabo. O aktualizaciji v poročevalstvu Korošec (1998: 17) pravi naslednje:

Pomeni predvsem odklik od neposredne označbe predmeta govora, tako da z njo tvorec dejansko posega v spoznano in na novo poimenovano resničnost, s tem pa je aktualizacija sredstvo, s katerim tvorec išče pot k naslovniku, navezuje stik z njegovim izkustvenim svetom, da bi sprožil njegovo razumsko in čustveno dejavnost. Zato spada razmerje avtomatizacija – aktualizacija v enako polarizacijsko razmerje kot navzočnost – nenavzočnost tvorca v besedilu, hkrati pa tudi vključenost – ne vključenost naslovnika (aktualizacija ga vključuje, avtomatizacija pa ne).

Po Korošču (1998: 18–33) so **aktualizmi** lahko ločila v naslovih, metafore in metonimije, oksimoroni, paronomazije, litote, evfemizmi, stavčni figuri aposiopeza in apostrofa, neologizmi, arhaizmi, perifraze, frazemi itn.

Čeprav ne tako obsežno kot Korošec, tudi hrvaški jezikoslovci omenjajo **interpunkcijska ločila** kot sredstvo časopisnih naslovov za privabitev pozornosti. Hudečekova (2006: 299) in Frančičeva (2006: 253) tako opozarjata, da se interpunkcijska pravila v naslovih velikokrat ne spoštujejo, Silić (1997: 507) pa daje primere naslovov, pri katerih je uporaba ločil rezultat želje po učinkovitosti, pritegovanju pozornosti ali izražanju čustev.

Pri **metaforah**, eni od najpogosteje uporabljenih stilnih figur, je pomembno poudariti, pravi Buljanova (2006: 143), da bodo, ko enkrat posamezni leksem ali sintagma v naslovu pritegne bralčevo pozornost k branju, vse ostale metaforične korespondence v naslovu optimalizirale interpretacijo besedila. »Vse to so strukturni elementi, ki so že v shematski obliki prisotni pri branju časopisnih naslovov. Besedilo samo bo takšne shematske korespondence nadalje razvijalo – ali v metaforičnem tonu, ali v nemetaforičnem tonu, ali v kombinaciji« (Buljan 2006: 143).

Najbolj značilna stilna figura publicističnega funkcijskega stila je po Hudečekovi (2006: 300) **metonimija**, ker jo noben drugi stil ne uporablja tako pogosto. Poudarja tudi, da so metonimije, čeprav jih velikokrat zasledimo v besedilu prispevkov, vsekakor najbolj značilne za časopisne naslove informativnega žanra.

O metonimijah v novinarstvu govori tudi Silić (1997: 505), in sicer, da so najbolj pogoste v športnih rubrikah, kjer jih uporabljajo »kdaj po potrebnem, velikokrat pa žal tudi po nepotrebnem«. Čeprav se večinoma pojavljajo zaradi omejenega časa pisanja, Silić (1997: 506) opozarja, da jih je treba poskušati čim manj uporabljati, ker lahko postanejo navada, sčasoma pa tudi športnonovinarski (terminološki) standard. Dovoljene naj bi bile le takrat, ko se jim zaradi časovne omejitve ni mogoče izogniti (npr. radijski prenos tekme).

Zelo pogosto, pravi Frančičeva (2006: 251), kot sredstvo za privabitev pozornost časopisni naslovi uporabljajo tudi **antroponime**, natančneje enobesedne antroponime, ki so zaradi omejenega časopisnega prostora pogostejši kot antroponimijske formule. Pri tem opozarja, da kadar naslov vsebuje le en antroponim, je ta najpogosteje priimek, bolj poredko pa ime ali vzdevek. Antroponimijske formule sestavljata dva antroponima ali več (Frančič 2006: 254). Za razliko od slovenskega jezika, ki pozna žensko obliko priimkov, Frančičeva opozarja (2006: 255), da v hrvaških časopisih velikokrat pride do situacij, ko iz priimka ni mogoče prepoznati spola imenovane osebe. Razlog za to je »neobstoj t. i. ženskih priimkov v uradni hrvaški antroponimiji /.../, vendar o spolu imenovane osebe zelo poredko dvomimo, ker gre večinoma za znane osebnosti, ali pa je spol razviden iz nekaterih drugih pokazateljev« (Frančič 2006: 256). Kljub temu Gluhakova v svoji analizi (2001) opozarja, da se v zadnjem času ženske oblike priimkov pojavljajo, vendar še vedno zelo poredko.

Po Hudečekovi (2006: 301) so ena od najučinkovitejših strategij, ki pritegne pozornosti bralcev, **frazemi**, Parizoska (2006: 533) pa temu še dodaja njihovo **semantično modifikacijo**, ki je zasnovana na spremembi vsebine frazema, brez kakršne koli spremembe leksične sestave in strukture samega frazema. »Glede na to, da je ena od glavnih značilnosti frazemov slikovitost in ekspresivnost, so sami po sebi močno stilno sredstvo – še bolj pa, če se pojavljajo v spremenjeni obliki« (Parizoska 2006: 535).

Korošec (1998: 124) to vrsto aktualizacije v časopisnih naslovih imenuje obnovitve in razlaga, da so nekoliko redkeje zastopane od metafor in metonimij, po učinkovitosti v

naslovu pa zlasti metaforo daleč prekašajo. Zato jih je treba obravnavati kot enega glavnih načinov za delanje aktualiziranih naslovov.

Da je raba semantičnih modifikacij frazemov v časopisnih naslovih zelo učinkovit način privabljanja bralčeve pozornosti, se strinja tudi Parizoska (2006: 539) in razlaga, da poleg tega, da odkrivajo temo članka, ti naslovi tudi spodbujajo bralce k aktivnemu sodelovanju v interpretaciji časopisnega besedila, glede na to, da morajo poznati pomen frazema kot celote in prepoznati modifikacijo v kontekstu. »Na koncu takšna igra in eksperimentiranje z jezikom predstavlja izziv tako za avtorje teksta kot tudi za bralce« (Parizoska 2006: 535).

Kakšne asociacije in aluzije nove oblike lahko prinesejo, po Kalogjeri (2006: 358), je odvisno od tega, kaj je in kako je spremenjeno (dodano, odvzeto ali modificirano) s strani sporočevalca, na strani prejemnika pa, kdo je bralec in kakšna je njegova splošna izobrazba. »Del bralcev bo besedilo verjetno sprejel takšno, kot je – dobesedno kot naslov brez aluzij. V tem primeru ne obstaja *simetričnost* v kulturnem izhodišču obeh strani. Drugi del, pa bo besedno igro sprejel, čeprav mogoče v celoti ne razume avtorjeve implikacije« (Kalogjera 2006: 358).

Čeprav se lahko zgodi, da so modifikacije zelo radikalne, Parizoska (2006: 535) opozarja, da standardna forma frazema, na katerega se naslanja, ostaja prepoznavna. Semantične modifikacije so specifične po tem, da v njih ne pride do zamenjave leksične sestave ali strukture samega frazema, ampak temeljijo na spremembi vsebine. Posamezni sestavni deli frazema pa se pri tem izpuščajo ali zamenjujejo z drugimi besedami. Lahko se zamenja tudi razvrstitev že obstoječih delov frazemov ali pa se jim dodajajo nove komponente. Pri tem se ponovno aktualizirajo leksikalni pomeni besed v sestavi frazemov (povzeto po Parizoska 2006: 533–536).

Koročec (1998: 124) to vrsto aktualizacije poimenuje *obnovitve* in jih glede na izbiro sestavin deli na *obnovitve klišejev* in *obnovitve vzorcev*. Glede na obliko oz. podobnost z virom, katerega obnovitev predstavljajo, pa je v vsaki skupini še podskupina: *ponovitev klišejev* in *ponovitev vzorcev*.

Pri Hudečekovi (glej 2006: 298–301) so takšne besedne igre posebej značilne za športne rubrike časopisov, ki na splošno izvirajo iz jezikovne in stilne kreativnosti.

Semantične modifikacije v novinarstvu, opozarja Parizoska (2006: 536), lahko nastanejo tudi kot rezultat zveze med frazemom in slikovnimi elementi, ki dopolnjujejo besedilo in so zaradi tega velikokrat zelo pomembni za razumevanje modificirane strukture. V teh primerih lahko frazem obdrži svoj preneseni pomen, slika pa istočasno spominja na leksikalni pomen besed, ki ga tvori.

Parizoska (2006: 539) poudarja, da so manipulacije s frazeološkimi pomeni v naslovih zelo pomembno stilno sredstvo, ker najpogosteje prinašajo presenečenje, humor ali ironijo in dodaja, da so v prvi vrsti izraz individualnega avtorskega stila in posameznih časopisov.

Pomembnost modifikacij je najboljšje povzel Kalogjera (2006: 363), ki pravi, da jezikovna igra razumnim novinarjem omogoča priložnost, da pritegnejo pozornost bralcev k svojemu besedilu, bralcem, da preverjajo svoje splošno znanje, lingvistom pa, da se odločijo, kateri analitičen pristop jim bo najbolj pomagal razložiti mentalni proces pri iskanju propozicije v besedilu naslova.

1.4 POVZETEK UGOTOVITEV TEORETIČNE PRIMERJAVE

Čeprav se je do danes veliko pisalo o stilu pisanja slovenskih in hrvaških javnih medijev, so le redki avtorji stilistiko poročevalstva in njeno funkcijo natančneje definirali. Najbolj obsežen in sistematičen pregled poročevalstva kot dela publicističnega stila je dal Korošec v *Stilistiki slovenskega poročevalstva* (1998), kjer je poimenoval jezikovno disciplino, ki se ukvarja z vprašanji poročevalstva, jo definiral in ji določil cilj raziskovanja.

Pri tem se je posebej osredotočil na problem poimenovanja. Med prvimi je poudaril razliko med širšim poimenovanjem *publicistična funkcijska zvrst* in ožjim področjem, ki se uresničuje s poročevalsko dejavnostjo. Prvotno poimenovanje *časopisni stil* je kasneje spremenil v izraz *poročevalski stil*, ker je, kot pravi, v njem zajeto vse, kar teorija novinarskega sporočanja zajema s stalnimi oblikami novinarskega sporočanja (z zvrstmi, vrstami in žanri). Pregled hrvaške literature je pokazal, da se razprave in problemi pri poimenovanju stila pisanja in govora množičnih občil pojavljajo tudi pri hrvaških

jezikoslovcih. V hrvaški literaturi tako zasledimo več različnih poimenovanj – *novinski stil*, *novinarski stil*, *publicistični stil* in *žurnalistični stil*.

Zaradi posebnega položaja poročevalnega stila – izpostavljen je vplivom vseh ostalih stilov knjižnega jezika in tudi sam nanje vpliva – poročevalna besedila po Badurini (1998: 417) idealno prikazujejo trenutno stanje knjižnega jezika, na katerega močno vplivajo vse družbene in politične spremembe. Na razvoj poročevalskega stila so tako vplivale politične spremembe v zgodnjih devedesetih letih prejšnjega stoletja, ki so se v slovenščini in hrvaščini odrazile kot poudarjena skrb za knjižni jezik. V sodobnem času po Opačičevi (2006: 529) jezik najbolj ogroža »obča globalizacija«, katere posledica so anglizmi. Na to, da medijskim prostorom vse bolj vladajo tuje besede (večinoma angleškega izvora) opozarjajo tako hrvaški kot tudi slovenski jezikoslovci.

Strinjajo se tudi, da je ena najpomebnějšíh značilnosti poročevalskega stila tudi uporaba **avtomatizmov**, jezikovnih sredstev, ki so poročevalska besedila razvila zaradi vpliva najpomebnějšíga stilotvornega dejavnika – enake, podobne, ponavljajoče se okoliščine, ubesedene v poročevalskem besedilu in časovne stiske. Hrvaška stroka takšna jezikovna sredstva večinoma imenuje klišeji, čeprav se zavedajo, da se jih, zaradi etimologije poimenovanja, velikokrat neupravičeno negativno vrednoti.

Tudi o aktualizmih, še eni značilnosti poročevalnega stila, je bilo veliko napisanega. Obe stroki, slovenska in hrvaška, aktualizme večinoma obravnavata v kontekstu pozivno-pridobivalne funkcije časopisnih naslovov, kjer je njihova uporaba najpogostejša. Aktualizmi so lahko ločila v naslovih, metafore in metonimije, oksimoroni, paronomazije, litote, evfemizmi, stavčni figuri aposiopeza in apostrofa, neologizmi, arhaizmi, perifraze, frazemi itn. Vse te jezikovne značilnosti časopisnih naslovov so za jezikoslovce posledica pozivno-pridobivalne funkcije in je zato pri analizi naslovov posebej pomembno posvetiti pozornost stilnim figuram, ki se v njih pojavljajo. Ena najpogostejših aktualizacij v naslovih so obnovitve oz. modifikacije frazemov, kot jim pravijo hrvaški jezikoslovci. Ker močno vplivajo na čustva bralcev in z lahkoto pritegnejo njihovo pozornost k besedilu, jih Korošec (1998: 124) obravnava kot enega glavnih načinov za delanje aktualiziranih naslovov.

2 PRIMERJAVA MED SLOVENSKIM IN HRVAŠKIM POROČEVALSKIM STILOM

V drugem, analitičnem delu diplomske naloge je izvedena primerjava stilov pisanja dveh dnevnih časopisov – slovenskega *Delo* in hrvaškega *Novega lista*. Pri izbiri časopisov za analizo je bila najpomembnejša njihova dolgoletna tradicija izhajanja.

Delo je osrednji slovenski časopis, ki izhaja že od leta 1959, ko je nastal z združitvijo časopisov *Ljudska pravica* in *Slovenski poročevalec*. Na Hrvaškem imajo takšno dolgoletno tradicijo trije dnevni časopisi: *Večernji list* (izhaja od leta 1959), *Slobodna Dalmacija* (izhaja od leta 1943) in *Novi list*, ki je bil ustanovljen že leta 1900. Leta 1915 je časopis ugasnil in ponovno začel izhajati leta 1947 kot *Riječki list*. Prvotno ime *Novi list* je časopis dobil ponovno leta 1954 in ga ohranja še danes.

Časopisna tradicija je zelo pomembna pri formiranju jezika in stilnih norm, ker s seboj prinaša iskanje, predlaganje, razvoj in na koncu sprejemanje oz. formiranje določenih standardov stila pisanja. Zato sta s svojo več kot pol stoletja dolgo tradicijo časopisa *Delo* in *Novi list* primerna za analizo in nato primerjavo stila pisanja slovenskega in hrvaškega dnevnega časopisja.

Časopisa sta analizirana v času dveh tednov, in sicer od 9. julija do 22. julija 2007. Raziskava zajema 14 števil hrvaškega časopisa *Novi list* in 12 števil slovenskega časopisa *Delo*. Čeprav je število obravnavanih števil pri obeh časopisih različno, ker slovensko *Delo* ne izhaja ob nedeljah oz. izhaja v posebni obliki kot časopis *NeDelo*, glede na število obdelanih prispevkov, večjih razlik v količini analiziranega gradiva skorajda ni.

2.1 LASTNOSTI ČASOPISOV

Že na prvi pogled sta obravnavana časopisa *Delo* in *Novi list* popolnoma različna. Format *Dela* (42 x 57 cm) je dvakrat večji od *Novega lista* (28,5 x 42 cm). Razlika je tudi v številu strani. Medtem ko je povprečno število strani v enem izvodu *Novega lista* 68, jih ima *Delo* skoraj trikrat manj, in sicer povprečno 24 strani na izvod.

Devet najpogostejših Delovih rubrik (*Dogodki dneva*, *Mnenja*, *Svet*, *Kronika*, *Kultura*, *Šport*, *Gospodarstvo*, *Panorama*, *Zadnja stran*), ki se pojavljajo skoraj vsak dan, je obravnavanih kot »redne« rubrike. Ostale, »občasne« rubrike, kot na primer *Zdravje*, *Znanost*, *Športna panorama*, *Globus znanja*, *Delova borza dela*, *Iz naših krajev*, *Infoteh*, *Trip*, *Književni listi* itn., pa so obravnavne skupaj s prilogami (*Kult*, *Na kolesih*). V analizo niso vključene rubrike *Mali oglasi*, *Oglasi*, *Osmrtnice*, *Deloskop*, *Tečajnice*.

Tudi *Novi list* ima devet najpogostejših, »rednih« rubrik, in sicer *Novosti*, *Rijeka*, *Županijska kronika*, *Svijet*, *Crna kronika*, *Sport*, *Kultura*, *Fokus* in *Zadnja strana*. Ostale, »občasne« rubrike, kot so *7. dan*, *Mozaik*, *Dnevnic* ali *Šah* so obravnavane skupaj s sorodnimi rubrikami. Tudi tukaj niso bile v stilistično analizo vključene rubrike kot so *Oglasi*, *Osmrtnice*, *Informator*, *Vrijeme i razonoda* in *Tv izlog*.

Posebna pozornost je pri obeh časopisih posvečena **naslovnici**, ki se v konceptu zelo razlikujejo. Ime časopisa in podatki o izvodu so pri obeh naslovnicih skoraj na samem vrhu strani. Nad imenom časopisa je ozek pas, v katerem *Delo* omenja po dva naslova prispevkov (s pripadajočimi fotografijami) iz tekoče številke ter napoveduje prilogo naslednjega dne z nekaj naslovi in fotografijo naslovnice določene priloge. *Novi list* pa ta pas večinoma uporablja kot oglasni prostor, in sicer za oglaševanje »hišnih« izdelkov ali nagradnih iger, ki jih časopisna hiša izvaja. Za razliko od *Dela*, ki je podobnim oglasom namenil prostor na dnu naslovne strani, so oglasi na naslovnici *Novega lista* večinoma v bližini imena časopisa.

Pri obeh časopisih so poleg imena časopisa še podatki o mestu, dnevu in datumu izida številke, leto in številka izida, cena ter spletna stran časopisne hiše. Pod logotipom **NOVI LIST** je še napis *Novi list je utemeljio Frano Supilo 2. siječnja 1900.*, na skrajni desni strani logotipa pa slika vremenske napovedi za naslednje dni. *Delo* za razliko od *Novega lista* poleg

zgoraj naštetih podatkov, podaja še podatek o odgovornem uredniku in številu natisnjenih izvodov.

Največja (za to stilistično analizo najpomembnejša) razlika med naslovnici dveh časopisov je dejstvo, da so na prvi strani *Novega lista* le najbolj odmevni naslovi prispevkov iz dnevne številke, medtem ko *Delo* na naslovnici, poleg naslovov prispevkov iz notranjosti časopisa, objavlja še njihove začetne dele ali pa tudi celotne prispevke. Zaradi takšne ureditve naslovnice in večjega časopisnega formata *Delove* naslovne strani vsebujejo skoraj dvakrat več naslovov kot naslovnice *Novega lista*. Tako ima naslovnica *Dela* v povprečju 13 naslovov, medtem ko je na naslovnici *Novega lista* povprečno 5–6 naslovov.

Zanimivost pri *Novem listu* je ta, da se naslovi na naslovnici velikokrat razlikujejo od tistih naslovov, ki naslavljajo prispevek znotraj časopisa:

(1)

*Dvojica mrtva u padu helikoptera*⁹ (Novi list, 10. 7. 2007, 1)

*Dvojica poginulih u padu helikoptera*¹⁰ (Novi list, 10. 7. 2007, 3)

(2)

*Stanovi za milijun eura*¹¹ (Novi list, 18. 7. 2007, 1)

*U Opatiji stanovi od milijun eura za Ruse i Engleze*¹² (Novi list, 18. 7. 2007, 3)

(3)

*Rus za vilu nudio šest milijuna €*¹³ (Novi list, 20. 7. 2007, 1)

*Unuku Viktora Lenca Rus nudio 6 milijuna eura za vilu*¹⁴ (Novi list, 20. 7. 2007, 5)

Kot je razvidno iz zgornjih primerov, so naslovi na naslovnici večinoma krajši od tistih v časopisu. Ta pojav je mogoče razložiti na več načinov. Redukcija je lahko rezultat varčevanja s prostorom – uredniki želijo čim več naslovov na naslovni strani. Razlog krajšanja je lahko tudi ta, da se krajše naslove vizualno lažje poudari z večjo in debelejšo pisavo, zaradi česar so

⁹ *Dva mrtva pri padcu helikopterja*

¹⁰ *Dva poginula pri padcu helikopterja*

¹¹ *Stanovanja za milijon evrov*

¹² *V Opatiji stanovanja več kot milijon evrov za Ruse in Angleže*

¹³ *Rus ponujal šest milijonov evrov za vilo*

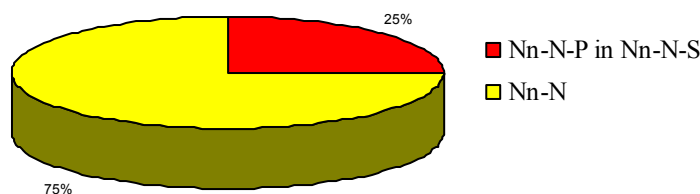
¹⁴ *Vnuku Vikrorja Lenca je Rus ponujal 6 milijonov evrov za vilo*

bolj opazni bralcem. Veliko vlogo pri reduciranju naslovov ima verjetno tudi radovednost bralcev. Naslovi, ki ne vsebujejo vseh informacij, lažje pritegnejo pozornost bralcev k besedilu znotraj časopisa, v katerem bralec poišče podatke, ki ga zanimajo.

2.2 TIPOLOGIJA NASLOVOV

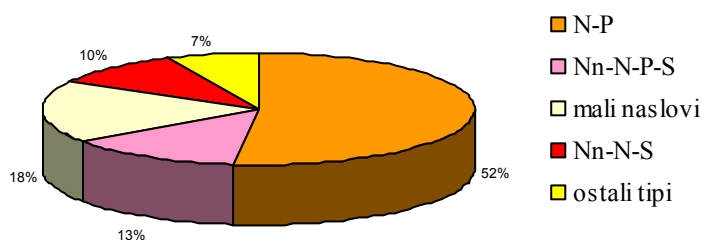
Po Koroščevi (1998: 50–105) tipologiji naslovov so na naslovnici *Novega lista* največkrat uporabljeni naslednji trije tipi naslovja: nadnaslovno naslovje Nn-N, nepolno nadnaslovno nesinoptično naslovje Nn-N-P in nepolno nadnaslovno nepodnaslovno naslovje Nn-N-S. Kot je razvidno iz spodnjega grafičnega prikaza (glej graf 3.2.1) se v največjem obsegu uporablja dvodelno nadnaslovno naslovje Nn-N (75,5 %). Nadnaslovno nesinoptično naslovje Nn-N-P in nepolno nadnaslovno nepodnaslovno naslovje Nn-N-S (skupaj 25 %) *Novega lista* sta obravnavana kot ena skupina, ker v primerih ni razločno, ali gre za podnaslov ali sinopsis. Te posebne oblike kratkega besedila so preveč obsežne za podnaslove, nimajo pa vseh značilnosti *pravega sinopsisa* (Korošec 1998: 103). Zato bi bilo mogoče za te oblike primerno poimenovanje *vodilo*, ker, kot pravi Korošec (1998: 103), takšne oblike besedila spominjajo na začetne odstavke časopisnega besedila iz anglo-ameriškega izročila, poimenovane *lead*.

Graf 3.2.1: Delež naslovov na naslovnica *Novega lista* glede na tipologijo



Zaradi drugačnega koncepta naslovne strani in večjega formata na Delovih naslovnica h je mogoče zaslediti skoraj vse tipe naslovja (glej graf 3.2.2), vendar v različnem obsegu. Največkrat se uporablja dvodelno nenadnaslovno naslovje N-P (52 %), ki je najbolj značilno (36 %) za naslove besedil v rubriki *Danes v Delu*. Sledijo mu, s približno enakomerno razporejenostjo, polno naslovje Nn-N-P-S (13 %) in nepolno nadnaslovno nepodnaslovno naslovje Nn-N-S (10 %) ter v manjšem številu dvodelno nadnaslovno naslovje Nn-N (5 %). Zelo pogosta je uporaba malih naslovov (18 %), ki naslavljajo predvsem kratke vesti in so posebej značilni za Delov uvodnik *Tema dneva*. Nepolno nadnaslovno nesinoptično naslovje Nn-N-P in nepolno nenadnaslovno naslovje N-P-S sta najmanj uporabljana in skupaj zajemata le dva odstotka vseh naslovov.

Graf 3.2.2: Delež naslovov na naslovnica *Dela* glede na tipologijo



Pri analizi Delovega naslovja zasledimo tudi primer naslova, ki ga Korošec (1998) ne navaja v svoji tipologiji naslovov v časopisnem poročevalstvu. Gre za dvodelno naslovje, ki ga tvorita veliki naslov in sinopsis (N-S):

(4)

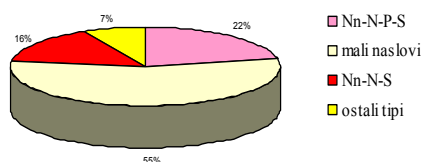
N: Arabska liga prvič v Izraelu

S: **JERUZALEM – V Izrael bo v četrtek prvič v zgodovini pripotovala Delegacija Arabske lige pod vodstvom zunanjih ministrov Jordanije in Egipta Abdula Ilaha al Hatiba in Ahmeda Abdula Geita.**

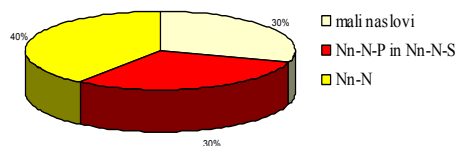
(Delo, 10. 7. 2007, 1)

Čeprav zelo poredko (le 2 %) je enak tip naslovja (N-S) mogoče zaslediti tudi znotraj časopisa. Po drugi strani so najpogostejši tipi naslovja, ki se uporabljajo v časopisu *Delo*, mali naslovi (55 %), polno naslovje Nn-N-P-S (22 %) in nepolno nadnaslovno nepodnaslovno naslovje Nn-N-S (15,6 %). Vse ostalo naslovje, vključno z zgoraj navedenim tipom dvodelnega naslovja (N-S), zajema le 7,4 % vsega naslovja (glej graf 3.2.3).

Graf 3.2.3: Delež naslovov v *Delu* glede na tipologijo



Graf 3.2.4: Delež naslovov v *Novem listu* glede na tipologijo



Tako kot v *Delu* tudi v *Novem listu* velik odstotek vseh naslovov zaobjamejo mali naslovi (30 %), ki večinoma naslavlajo kratke vesti znotraj posameznih rubrik. V enakem obsegu (30 %) *Novi list* uporablja tudi nepolno nadnaslovno nepodnaslovno naslovje Nn-N-S in nepolno nadnaslovno nesinoptično naslovje Nn-N-P, ki sta tako kot pri naslovnica obravnavana kot

ena skupina (glej graf 3.2.4). To skupino bi lahko glede na uporabo primerjali z Delovim »tipom« polnega naslovja Nn-N-P-S, ki naslavlja najbolj obsežne prispevke znotraj časopisa. Pri *Delu* so takšni obsežni prispevki večinoma oblikovani kot celota, za *Novi list* pa je značilno, da se besedilo prispevkov razdeli na manjše dele s pomočjo mednaslovov:

(5)

Nn: KRUH SA SEDAM KORA – MLADIM POMORCIMA IZ DALEKE AZIJE
SVIDIO SE ŽIVOT U HRVATSKOJ

N: **Mornari iz Šri Lanke odlutali do Korduna**

P/S: Mladići su, nakon dolaska iz Bakra, zatečeni u Karlovačkoj županiji i uz policijsku pratnju ispraćeni na put u Šri Lanku. Njihov agent tvrdi da su željeli ostati živjeti i raditi u Bakru.

M(ednaslovi): **Tražili posao // Šok u hotelu**¹⁵

(Novi list, 18. 7. 2007, 2)

(6)

Nn: LUČKA UPRAVA RIJEKA VEĆ 15 MJESECI UZALUDNO ČEKA
GRAĐEVINSKU DOZVOLU ZA SANACIJU OBALE RIJEČKOG
LUKOBRANA

N: **Putnički terminal neće proraditi ni u ljeto 2008?**

P/S: Ministarstvo prostornog uređenja tvrdi da građevinske dozvole nema jer Lučka uprava nije dala dokaze o pravu građenja, dok u Lučkoj upravi smatraju kako se zahtjev nije prioritetno rješavao u Ministarstvu. Ukoliko građevinsku dozvolu dobijemo do kraja kolovoza, sanacija obale bit će gotova za ljeto iduće godine, kaže ravnatelj Bojan Hlača

M(ednaslovi): **Nepotpun zahtjev, bez dokaza // Natječaj bez građevinske dozvole // Gateway do rujna 2009**¹⁶

(Novi list, 11. 7. 2007, 10 – 11)

¹⁵ Nn: KRUH S SEDMIMI SKORJAMI – MLADIM MORNARJEM IZ ODALJENE AZIJE JE VŠEČ ŽIVLJENJE NA HRVAŠKEM

N: **Mornarji s Šri Lanke prišli celo do Korduna**

P/S: Mladeniče je po prihodu iz Bakra v Karlovaški regiji zalotila policija in jih pospremila na pot za Šri Lanko. Njihov agent trdi, da so želeli živeti in delati v Bakru.

M(ednaslovi): **Iskali zaposlitev // Šok v hotelu**

¹⁶ Nn: PRISTANIŠKA UPRAVA REKA ŽE 15 MESECOV BREZUPNO ČAKA NA GRADBENO DOVOLJENJE ZA SANACIJO OBALE REŠKEGA VALOBRANA

Čeprav bolj poredkoma, mednaslove uporablja tudi *Delo*, in sicer v enakem razmerju kot *Novi list* - dva do tri mednaslove na prispevek:

(7)

Nn: Tour de France: Thor Hushovd prvič v sezoni zmagal na največji dirki

N: **Zelena simfonija v režiji četverice šprinterjev**

S: JOIGNY – čeprav je šestkrat osvojil zeleno majico najboljšega /.../

M(ednaslovi): **Kapetanski trak dobil od Petacchija // Hushovd ima najboljšega
»pilota«**

(Delo, 12. 7. 2007, 17)

(8)

Nn: Nove evropske oznake za zaščito pred soncem

N: **Ne pozabite – popolne zaščite pred soncem ni**

P: Sonce z dežnikom, ki simbolno meče senco na del ure s kazalcema med enajsto dopolne in tretjo popoldne, majica z rokavi, sončna očala in klobuk, gologlav dojenček /.../

M(ednaslovi): **Ob zaščitih sredstvih nujni tudi drugi ukrepi // Nevarno UV
sevanje A in B ... // Natančno branje navodil**

(Delo, 19. 7. 2007, 17)

Poleg mednaslovov so za večje članke *Novega lista* značilna tudi manjša besedila, ki so od glavnega besedila prispevka vizualno ločena z okvirjem in so naslovljena z malim naslovom. Besedila se navezujejo na temo glavnega prispevka, tako da jo bolj podrobno razložijo ali dopolnjujejo s podobnimi primeri, zanimivimi informacijami in izjavami oseb, omenjenih v prispevku. Tako poleg prispevka, z naslovom *Putniški terminal neče proraditi ni u ljeto 2008?* (Nl, 11. 07. 2007, 10–11) stojita še dve manjši besedili, naslovljeni z malimi naslovi –

N: **Tudi do poletja 2008 ne bo odprt potniški terminal**

P/S: Medtem ko v Pristaniška uprava meni, da Ministrstvo prošnje ni vzelo za prioriteto, *Ministarstvo prostornog uređenja* trdi, da gradbeniškega dovoljenja ni, ker Pristaniška uprava ni oddala dokazov o pravici za gradnjo. Če dobimo gradbeno dovoljenje do konca avgusta, bo sanacija obale končana do naslednjega poletja.

M(ednaslovi): **Nepopoln zahtevk, brez dokazov // Natečaj brez gradbenega dovoljenja // Gateway do septembra 2009**

*Konzervatorji zaščitili obalu*¹⁷ in *Lukobran vikendom Riječanima*¹⁸, v katerih se tema nadgrajuje s konzervatorskim pogledom na rekonstrukcijo reškega valobrana in besedilom o multifunkcionalnosti terminala.

Delo takšen tip naslovljenih manjših besedil, ki se navezujejo na glavni tekst, sicer ne pozna, ampak neredko z okvirjem loči in s pisavo poudari nekaj stavkov z zanimivo informacijo, ki ni dana v besedilu prispevka. Na ta način se teh nekaj stavkov vizualno navezuje na naslovje prispevka in ga dopolnjuje z novimi podatki:

(9)

Nn: Nove zahteve za ohranitev arheološke najdbe iz rimske dobe

N: **Mošnje pri odboru za kulturo EU?**

P: Država kot podpisnica malteške konvencije zavezana k ohranitvi pomembnih arheoloških najdb. »Če pristojni ne bodo ukrepali, bomo obvestili EU« – Ministrstvo brez pojasnil, Dars: denarja nimamo

S: **MOŠNJE PRI PODVINU – Strokovnjaki in prebivalci Mošenj so ob najdišču iz rimske dobe v Mošnjah včeraj znova opozorili, da mora Dars zagotoviti 140. 000 evrov za gradnjo zidu ob /.../**

(v okvirih): Kulturno društvo Naša Slovenija–Slovenija Nostra je bilo ustanovljeno leta 1997. Razvija in zastopa civilne pobude na področju raziskovanja, varovanja, ohranjanja in predstavljanja slovenske kulturne in naravne dediščine. // Pri gradnji avtoceste so pri Školaricah pri spodnjih škofijah pred leti prav tako naleteli na podobno najdbo. Kot je povedal Alfred Trenz iz piranske enote zavoda za varovanje /.../

(Delo, 17. 7. 2007, 4)

Zelo zanimiva je razporejenost dvodelnega nadnaslovnega naslovja Nn-N v obeh časopisih. Medtem ko je v *Delu* ta oblika naslovja ena najmanj uporabljenih (le 2 %), je v *Novem listu* najpogostejša in znaša 40 % vseh naslovov (glej graf 3.2.4).

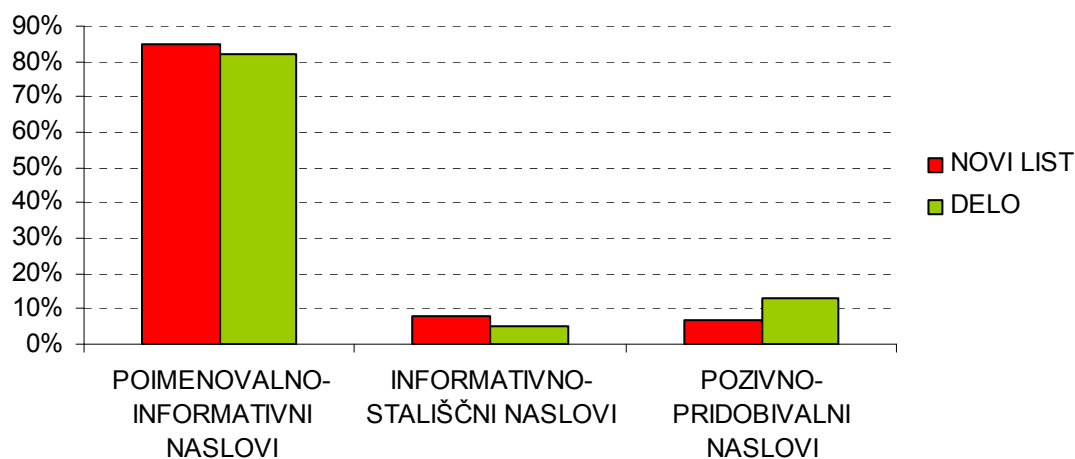
¹⁷ *Konzervatorji zaščitili obalo*

¹⁸ *Valobran ob vikendih za Rečane*

2.3 RAZDELITEV NASLOVOV PO FUNKCIJAH

Kot je razvidno iz spodnjega grafičnega prikaza 3.3.1, rezultati analize na podlagi Koroščeve (1998: 48) razdelitve naslovov po funkcijah kažejo, da je pri obeh časopisih največji odstotek poimenovalno-informativnih naslovov (*Novi list* 85 %, *Delo* 82 %), sledijo jim pozivno-pridobivalni (*Novi list* 7 %, *Delo* 13 %) in informativno-stališčni naslovi (*Novi list* 8 %, *Delo* 5 %). Visok odstotek **poimenovalno-informativnih** naslovov govori o tem, da gre za kakovostne dnevnike. Ostali dve funkciji, ki obsegata nekaj manj kot petino vseh naslovov, pa sta v Novem listu razporejeni približno enakomerno, medtem ko je v *Delu* odstotek pozivno-pridobivalnih naslovov več kot dvakrat večji od odstotka informativno-stališčnih naslovov.

Graf 3.3.1: Uporaba poimenovalno-informativnih, informativno-stališčnih in pozivno-pridobivalnih naslovov v *Novem listu* in *Delu*



Razlog, da **informativno-stališčni naslovi** v *Novem listu* glede na uporabo (8 %) zasedajo drugo mesto, lahko razložimo z dejstvom, da *Novi list* v svojih naslovih ne uporablja narekovajev kot ločila, ki zaznamuje dobesedni navedek, in je zato število informativno-stališčnih naslovov večje, kot je število žanrsko omejenih besedil, ki jim takšni naslovi dejansko ustrezajo.

Naslovi brez narekovajev so grafično bolj neobremenjeni, vsebinsko pa lažje pritegnejo bralčevo pozornost. Takšni naslovi na prvi pogled delujejo kot mnenje oz. stališče podpisane avtorja prispevka, zaradi tega je naloga bralca, da ugotovi, čigava izjava pravzaprav naslavlja to besedilo (ali avtorjeva ali izjava neke druge osebe, o kateri prispevek

govori oz. je kakor koli pomembna za vsebino tega prispevka). Iz spodaj navedenih zgledov je razvidno, kako lahko pride do pomote, čigavo mnenje oz. izjava naslavlja besedilo prispevka.

(10)

*Najteže je raditi s redateljima bez vizije*¹⁹ (Novi list, 15. 7. 2007, 19, V. B.)

(11)

*Država se prema vojsci ponaša neodgovorno*²⁰ (Novi list, 15. 7. 2007, 10, A. Dragojević)

(12)

*Cernat je strašan igrač*²¹ (Novi list, 16. 7. 2007, 22, T. Bilić)

(13)

*Želimo da se održi legalna skupština*²² (Novi list, 15. 7. 2007, 74, D. Frančišković)

Vse štiri navedene naslove bi lahko zaradi izrazitega stališča oz. mnenja, ki ga vsebujejo, opredelili kot naslove kolumn. Vendar naslovi niso ocene, mnenje podpisanih avtorjev besedil, ampak izjave oseb, o katerih besedilo govori oz. oseb, ki so neposredni udeleženci zgodb. Tako gre v zgledu št. 10 za izjavo britanske igralkice Grete Scacchi ob otvoritvi 54. festivala igranega filma v Pulju, pri zgledu št. 11 za mnenje Srećka Butorca, predsednika reškega Ogranka Hrvatskih demokršćana, pri zgledu št. 12 za oceno kapetana »Hajduka« Mirka Hrgovića in v zgledu št. 13 za zahtevo, ki jo je v imenu šahovskega kluba »Liburnija« vložil njihov predsednik Branko Brdar.

Kljub temu, da večina naslovov v *Novem listu* niso »pravi« informativno-stališčni naslovi, veliko naslovov izpolnjuje svojo dejansko funkcijo, in sicer, informirajo o vsebini besedila in ga tudi poimenujejo, vendar pri tem izrazito izstopa vrednotenje te vsebine oz. stališče podpisanega avtorja prispevka (Korošec 1998: 49). Takšni »pravi« primeri informativno-stališčnih naslovov v *Novem listu* so najpogostejši pri kolumnah ter v rubrikah *Sport* in *Kultura*, kar je razumljivo, glede na to, da je v obeh rubrikah veliko prostora namenjeno komentarjem oz. ocenjevanju umetnostnih ali športnih dosežkov:

¹⁹ *Najteže je sodelovati z režiserji brez vizije*

²⁰ *Država se do vojske obnaša neodgovorno*

²¹ *Cernat je izjemen igrač*

²² *Želimo legalno skupščino*

(14)

*Umrtnjena radnja između odličnog početka i završetka*²³ (Novi list, 21. 7. 2007, 67, Aldo Paquola)

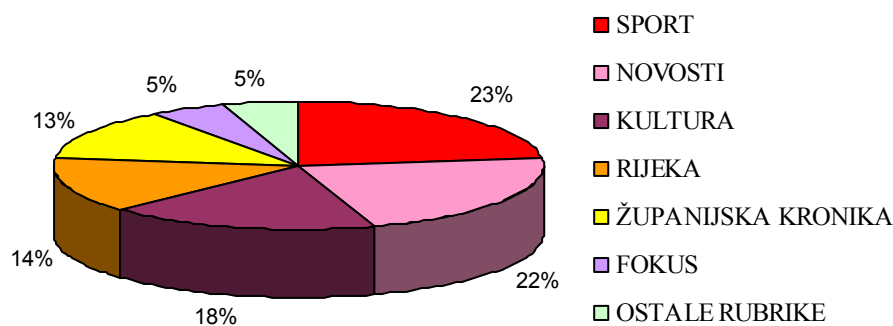
(15)

*Rezultat bolji od igre*²⁴ (Novi list, 20. 7. 2007, 61, Toni Bilić)

V zgornjih primerih gre za naslova z izrazitim vrednotenjem vsebine, kar ustreza tudi vsebini prispevkov, ki sta oceni oz. komentarja avtorjev Alda Paquola in Tonija Bilića. Prvi komentira novo filmsko uspešnico »Harry Potter in Feniksov red«, drugi pa nogometno tekmo Hajduk – Budućnost.

Kot je razvidno in spodnjega grafa 3.3.2, naslove z informativno-stališčno funkcijo pogosto zasledimo še tudi v rubrikah *Novosti*, *Rijeka* in *Županijska kronika*, ki bi jih sicer lahko določili za izrazito informativne rubrike *Novega lista*, toda pogosto uporabo naslovov s to funkcijo bi lahko razložili z zgoraj navedeno posebnostjo dnevnika, neuporabo narekovajev pri navajanju izjav.

Graf 3.3.2: Razporeditev informativno-stališčnih naslovov po rubrikah dnevnika *Novi list*



Najmanj informativno-stališčnih naslovov v *Novem listu* najdemo v rubrikah *Fokus* in *Svijet*, medtem ko jih v rubriki *Crna kronika* in na zadnji strani časopisa skorajda ni. Podobno je tudi pri *Delu*, kjer je najmanjši odstotek naslovov z informativno-stališčno funkcijo v rubrikah *Gospodarstvo*, *Panorama* in *Zadnja stran*, v rubriki *Kronika* pa se naslovi s to funkcijo ne uporabljajo.

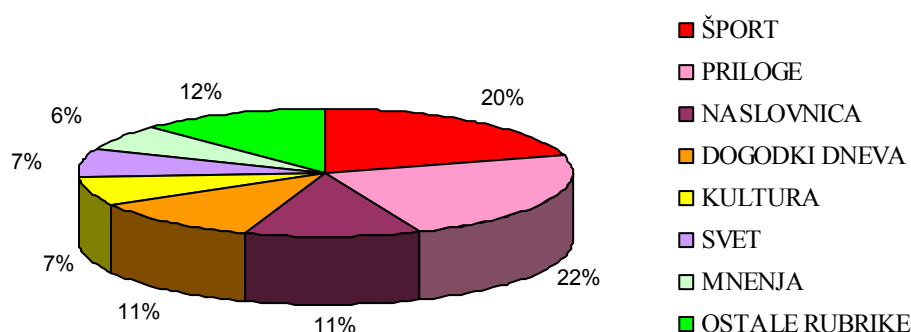
²³ *Umrtnjena radnja med odličnima začetkom in koncem*

²⁴ *Rezultat boljši od igre*

Razlog, da v rubrikah *Kronika* in *Crna kronika* ni primerov informativno-stališčnih naslovov, je verjetno v tem, da prispevki teh rubrik govorijo o dogodkih, kot so kriminalna dejanja in nesreče, pri katerih ni običajno, da avtor vrednoti dogodek, o katerem piše, ali izraža kakršno koli stališče glede tega dogodka. Analiza je pokazala, da je pri naslavljanju takšnih besedil v praksi bolj pogosta uporaba pozivno-stališčnih naslovov, ki »skušajo bralca pridobiti za branje« (Korošec, 1998: 49). Vendar je uporaba tudi teh naslovov zelo redka (*Delo* 2 %, *Novi list* 1 %). Prevlada poimenovalno-informativne funkcije lahko kaže na to, da gre za kakovostna časopisa, ki nista čustveno, stališčno in pridobivalno obarvana. Po drugi strani pa »kruta« dejstva v poimenovalno-informativnih naslovih mogoče najbolj uspešno pritegnejo bralčevo pozornost.

Uporaba informativno-stališčnih naslovov v *Delu*, kot je razvidno iz grafa 3.3.3, je najpogostejša v rubriki *Sport* in v *Delovih prilogah* oz. v rubrikah, kjer je veliko prostora namenjeno komentarjem in ocenam.

Graf 3.3.3: Razporeditev informativno-stališčnih naslovov po rubrikah dnevnika *Delo*



Kot je razvidno iz grafičnega prikaza 3.3.1 je uporaba **pozivno-pridobivalnih naslovov** skoraj dvakrat bolj pogosta v *Delu* (13 %) kot v *Novem listu* (7 %). Pri obeh časopisih so najbolj pogosti primeri teh naslovov obnovitve in ponovitve klišejev in vzorcev:

(16)

*Novci za ovce*²⁵ (Novi list, 13. 7. 2007, 8)

(17)

Denar je šaha vladar (Delo, 17. 7. 2007, 15)

(18)

*Pojeo vuk magare*²⁶ (Novi list, 21. 7. 2007, 13)

²⁵ *Denar za ovce*

(19)

Pot v pekel je tlakovana z dobrimi nameni (Delo, 16. 7. 2007, 5)

(20)

Gola sodnica in njena pravica (Delo, 9. 7. 2007, 15)

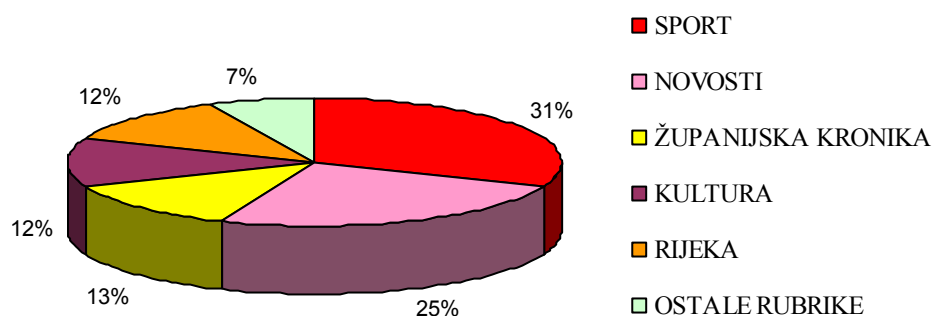
(21)

*Slušajte nešto narodno*²⁷ (Novi list, 17. 7. 2007, 43)

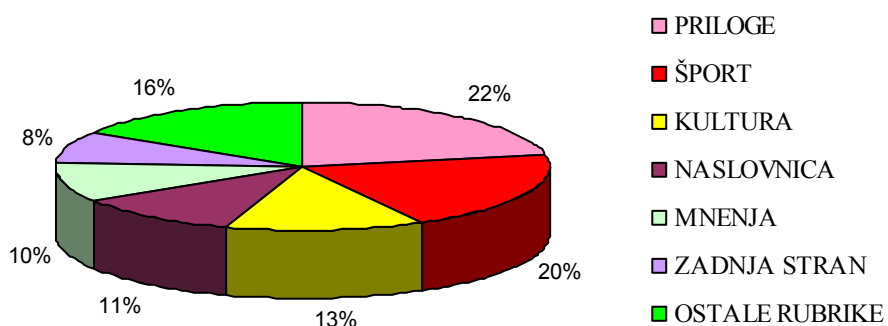
Eden od najpogostejših pozivno-pridobivalnih naslovov pri obeh časopisih je obnovitev vzorca *Amerikanec v Parizu*, ki se v vseh mogočih oblikah največkrat uporablja v športnih rubrikah, o čemer bo več povedanega v poglavju *Izpustni naslovi*.

Spodnja grafa 3.3.4 in 3.3.5 prikazujeta razporejenost naslovov s pozivno-pridobivalno funkcijo po rubrikah v dnevnikih *Novi list* in *Delo*:

Graf 3.3.4: Razporeditev pozivno-pridobivalnih naslovov po rubrikah dnevnika *Novi list*



Graf 3.3.5: Razporeditev pozivno-pridobivalnih naslovov po rubrikah dnevnika *Delo*



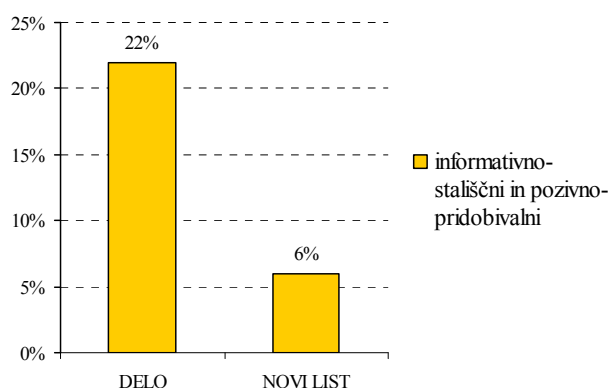
²⁶ *Volk pojedel osla*

²⁷ *Poslušajte nekaj narodnega*

Kot je razvidno, je pri obeh časopisih odstotek uporabe pozivno-pridobivalnih naslovov visok v športnih rubrikah, rubrikah o kulturi in tistih z zabavno-informativno vsebino, kot so na primer Delove priloge. Posebej zanimivo je, da se v obeh časopisih naslovi s tretjo funkcijo zelo pogosto uporabljajo v rubrikah z izrazito informativno vsebino. Tako polovico vseh pozivno-pridobivalnih naslovov v *Novem listu* zasledimo v rubrikah *Novosti*, *Rijeka* in *Županijska kronika*. Pri *Delu* je odstotek v takšnih rubrikah nekoliko manjši, ampak v primerjavi z ostalimi Delovimi rubrikami še vedno visok.

Posebej zanimiva je primerjava med naslovnicama dveh dnevnikov. Razlika v rabi informativno-stališčnih in pozivno-pridobivalnih naslovov v *Delu* in *Novem listu* je zelo opazna. Medtem ko naslovi z drugo in tretjo funkcijo obsegajo skoraj četrtino (22 %) vseh naslovov Delovih naslovnice, jih je na naslovnici *Novega lista* približno štirikrat manj (glej graf 3.3.6)

Graf 3.3.6: Razporeditev informativno-stališčnih in pozivno-pridobivalnih naslovov na naslovnici *Dela* in *Novega lista*



Razlog za to je verjetno ureditev naslovnice dveh dnevnikov. Delova naslovna stran tako vsebuje skoraj dvakrat več naslovov kot naslovnica *Novega lista*, vsebinsko pa bi jo lahko določili kot »uvod« v rubriko *Dogodki dneva*. Zaradi besedila prispevkov, ki na naslovnici sledijo naslovom in jih na ta način takoj obrazložijo, si *Delo* lažje izbere stališčno, pozivno ali pridobivalno obarvane naslove. Na drugi strani, mora *Novi list* na naslovnici dati celotno osnovno informacijo v obliki naslovja, ki ga z ostalimi podatki dopolnjuje besedilo prispevka znotraj časopisa. Zato je pogostost uporabe druge in tretje funkcije pri naslovi na naslovnici *Novega lista* verjetno tako nizka.

2.4 IZPUSTNI NASLOVI

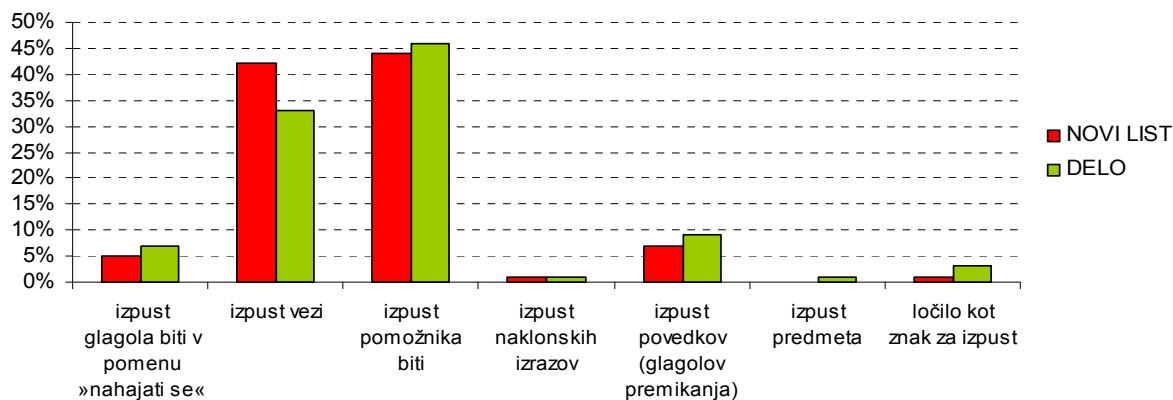
Čeprav Korošec (1998: 139) pravi, da so v slovenskem poročevalstvu časopisni naslovi z izpustom (elipso) zelo pogosti, je analiza pokazala, da je v *Delu* le tretjina vseh naslovov (34 %) naslovov z izpustom. Izpuste bolj pogosto uporablja *Novi list*, kjer ti naslovi tvorijo polovico (51 %) vseh naslovov v časopisu.

Glede na uporabo v rubrikah, je v *Novem listu* v glavnem več kot polovica naslovov izpustnih. Najpogostejši so v rubrikah *Crna kronika* (83 %) in *Svijet* (60 %), najbolj poredko pa se uporabljajo v *Kulturi* (27 %). V *Delovih* rubrikah pa izpustni naslovi večinoma tvorijo manj kot tretjino vseh naslovov, izjema so le rubrike *Šport* (54 %), *Gospodarstvo* (46 %) in *Kronika* (42 %), kjer je skoraj polovica vseh naslovov izpustnih.

Posebej zanimiva je primerjava uporabe izpustnih naslovov na naslovnica dveh časopisov. Čeprav ima *Delo* skoraj dvakrat več naslovov na naslovnici, kot jih ima *Novi list*, je le petina teh izpustnih (19 %). Po drugi strani je naslovnica *Novega lista* s 66 % izpustnih naslovov po uporabi na samem vrhu, kar lahko razložimo s tem, da postanejo naslovi s krajšanjem bolj opazni in se grafično lažje prilagodijo fotografijam, ki jih dopolnjujejo.

Kot je razvidno iz spodnjega grafa 3.4.1, se glede na Koroščevo razdelitev (1998: 142–149) izpustnih naslovov v naslovih najpogosteje izpušča pomožnik *biti*, sledijo pa mu izpust vezi, izpust povedkov in izpust glagola *biti* v pomenu »nahajati se«.

Graf 3.4.1: Pogostost uporabe izpustnih naslovov v *Novem listu* in *Delu*



Najpogostejši izpust, izpust pomožnika *biti*, se v glavnem uporablja v »naslovih, kjer se poroča o preteklih dogodkih« (Korošec 1998: 144):

(22)

Požar uničil podjetje (Delo, 9. 7. 2007, 1)

(23)

*Policija prekinula Princeov koncert*²⁸ (Novi list, 10. 7. 2007, 48)

Ta izpust pa zasledimo tudi v naslovih, ki napovedujejo dogodek v prihodnosti, pri čemer izpolnjujejo pogoj, »da je prihodnost razvidna kako drugače, najpogosteje z znaki, ki glede na trenutek *zdaj* pomenijo prihodnji čas« (Korošec 1998: 145):

(24)

*Danas nastavak suđenja Ademiju i Norcu*²⁹ (Novi list, 10. 7. 2007, 6)

(25)

*Završni turnir 21. srpnja*³⁰ (Novi list, 15. 7. 2007, 74)

(26)

*Ribarski tjedan početkom rujna*³¹ (Novi list, 18. 7. 2007, 18)

(27)

Krvodajalske akcije RKS v juliju (Delo, 10. 7. 2007, 2)

(28)

Skupna seja vlad oktobra (Delo, 11. 7. 2007, 3)

Naslovi, ki napovedujejo dogodke, so bolj izjeme kot pravilo in obsegajo le desetino (v *Delu* 13,6 %) ali manj (v *Novem listu* le 2,4 %) vseh naslovov z izpustom pomožnika *biti*. Glede na uporabo v rubrikah je pri obeh časopisih ta vrsta izpusta najpogostejša v *Crni kroniki* (59 %) oz. *Kroniki* (29 %) – rubrikah, ki sporočajo o nesrečah, kaznivih dejanjih in podobnih »črnih« dogodkih.

²⁸ *Policija prekinila Princeov koncert*

²⁹ *Danes se nadaljuje sojenje Ademiju in Norcu*

³⁰ *Končni turnir 21. julija*

³¹ *Ribiški teden v začetku septembra*

Drugi najbolj pogosto uporabljeni izpust v naslovih je izpust vezi, ki v *Novem listu* obsega nekaj manj kot polovico (42 %), v *Delu* pa tretjino (33 %) vseh izpustnih naslovov. Pri obeh časopisih ta tip izpusta najbolj zaznamuje športne rubrike, v katerih naslovi večinoma sporočajo o športnih dosežkih ali neuspehih:

(29)

*Hrvatska brončana*³² (Novi list, 15. 7. 2007, 74); *Janković šesti, Jovanić sedmi*³³ (Novi list, 22. 7. 2007, 67); *Vugrinec izostavljen*³⁴ (Novi list, 15. 7. 2007, 69)

(30)

Sijajna Litovka, Slovenke tretje (Delo, 9. 7. 2007, 14); *Mladi rokometaši srebrni, dekleta enajsta* (Delo, 9. 7. 2007, 14); *Handanovič št. 1 v Udineseju* (Delo, 10. 7. 2007, 24)

Koroščevo trditev (1998: 144), da »naslovi z izpustom vezi prevladujejo v (neavtorskih) informativnih in poročevalskih vrstah (žanrih), predvsem v vesteh in poročilih«, potrjujejo tudi rezultati analize, ki kažejo, da se ti naslovi, razen v športnih rubrikah obeh časopisov, zelo pogosto pojavljajo še v rubrikah Novega lista *Svijet*, *Rijeka* in *Županijska kronika* oz. v Delovih rubrikah *Gospodarstvo*, *Dogodki dneva* in na naslovnici.

Za analizo najbolj kompleksna skupina izpustnih naslovov so naslovi z izpustom povedka. V obeh časopisih obsegajo manj kot desetino vseh izpustnih naslovov, glede na uporabo v rubrikah pa so najbolj pogosti v športnih rubrikah ter v Delovi *Kroniki* oz. *Crni kroniki Novega lista*.

Za razliko od *Dela* so v *Novem listu* naslovi z izpustom povedka še posebej značilni za naslovnico, kar ne preseneča, glede na to, da so na prvi strani *Novega lista* naslovi prispevkov iz dnevne številke, kar pomeni tudi naslovi iz rubrik *Sport*, *Crna kronika* in *Novosti*, ki vsebujejo največ naslovov tega tipa.

³² *Hrvaška bronasta*

³³ *Janković šesti, Jovanić sedmi*

³⁴ *Vugrinec izločen*

Pri obeh časopisih so eni izmed najpogosteje izpuščenih glagolov glagoli premikanja (v *Novem listu* 22 %, v *Delu* pa 30 %). Posebej pogosti pa so izpusti tistih glagolov premikanja, ki jih Korošec (1998: 147) povezuje s »smerjo gibanja zlasti v vesteh o prometnih nesrečah«:

(31)

*Motorom u provaliju*³⁵ (Novi list, 9. 7. 2007, 40); *Bez kacige u smrt*³⁶ (Novi list, 9. 7. 2007, 40); *Šestletnica s kolesom pred avto* (Delo, 10. 7. 2007, 6); *Po avtocesti v napačno smer* (Delo, 11. 7. 2007, 6)

Pogosta je tudi raba glagolov rekanja (reči, dejati, povedati, pogovarjati se), ki se večinoma pojavljajo v naslovih informativnih in poročevalskih besedil v zvezi z diplomacijo:

(32)

Abas s Prodijem o namestitvi mednarodnih sil v Gazi (Delo, 11. 7. 2007, 7)

(33)

Premijer Janša s predstavnikoma evropske komisije o predsedovanju EU (Delo, 14. 7. 2007, 3)

Posebnost, ki je Korošec ne omenja, je izpust glagolov dodeliti/dodijeliti oz. dobiti, ki se ga največkrat zasledi v športnih in kulturnih rubrikah ter v rubriki *Crna kronika* oz. *Kronika*, v katerih naslovi velikokrat govorijo o osvojenih nagradah in odličjih ali pa dodeljenih kazni za krivična dejanja:

(34)

*Prva nagrada predstavi »Soboslikar«*³⁷ (Novi list, 19. 7. 2007, 50)

(35)

*Koturu i Vanji Perišić bronca*³⁸ (Novi list, 15. 7. 2007, 73)

(36)

*Saborskom zastupniku godinu dana zatvora*³⁹ (Novi list, 13. 7. 2007, 3)

³⁵ *Z motorjem v prepad*

³⁶ *Brez čelade v smrt*

³⁷ *Prva nagrada predstavi »Soboslikar«*

³⁸ *Koturu in Vanji Perišić bron*

³⁹ *Saborskemu poslancu eno leto zapora*

(37)

Pet let za smrt osmerice na Poljanskem klancu (Delo, 10. 7. 2007, 6)

Zelo zanimiva je razporeditev naslovov z izpustom glagola *biti* v pomenu 'nahajati se', ki v obeh časopisih zajemajo manj kot desetino vseh izpustnih naslov. Čeprav so takšni naslovi večinoma »naslovi vesti ali poročil o dogodkih iz diplomacije in politike, kjer se zmeraj poroča, če kaka pomembna politična osebnost kam pride in tam je, se nahaja« (Korošec 1998: 142), v analizi naslovov, ki se pojavljajo v rubrikah *Novosti*, *Rijeka*, *Županijska kronika* in *Svijet Novega lista* skoraj da ni primerov tega obnovitvenega vzorca. Eden izmed redkih je:

(38)

*Ratko u Beogradu, Radovan u Sarajevu*⁴⁰ (Novi list, 10. 7. 2007, 8)

Največ primerov pa pri obeh časopisih najdemo v športnih in kulturnih rubrikah:

(39)

*Prpić u Karlovcu*⁴¹ (Novi list, 18. 7. 2007, 39); *Reprezentativci u Zermattu*⁴² (Novi list, 9. 7. 2007, 33); *Bianchi u Manchester Cityju*⁴³ (Novi list, 11. 7. 2007, 47); *Golemac v Parizu* (Delo, 9. 7. 2007, 12); *Čeplakova v Liganu* (Delo, 14. 7. 2007, 25); *Beckham v LA* (Delo, 14. 7. 2007, 24).

(40)

*Hrvatske pjesnikinje u Rumunjskoj*⁴⁴ (Novi list, 21. 7. 2007, 66); *Svjetski glazbenici u Lubenicama*⁴⁵ (Novi list, 15. 7. 2007, 11); *Janez Lotrič na Japonskem* (Delo, 13. 7. 2007, 18) *Nobelovci v Sloveniji?* (Delo, 12. 7. 2007, 19)

⁴⁰ *Ratko v Beogradu, Radovan v Sarajevu*

⁴¹ *Prpić v Karlovcu*

⁴² *Reprezentativci v Zermattu*

⁴³ *Bianchi v Manchester Cityju*

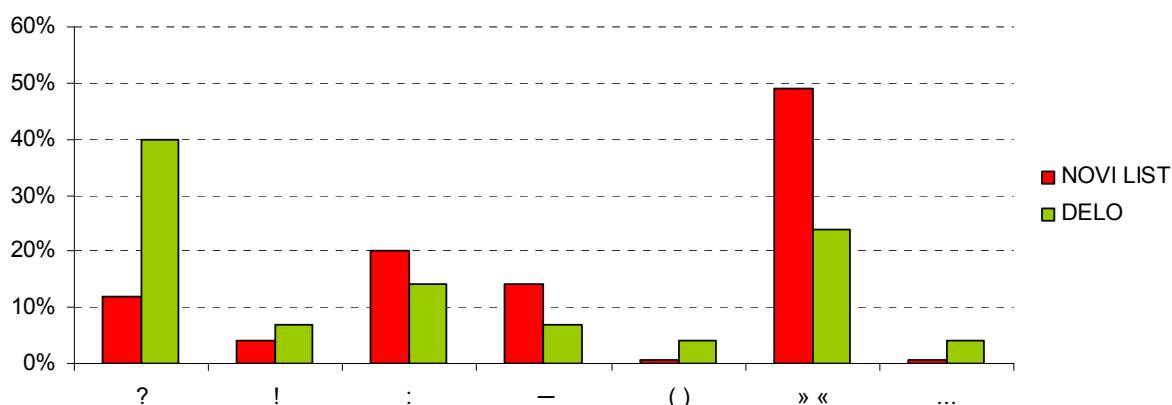
⁴⁴ *Hrvaške pesnice v Rumuniji*

⁴⁵ *Svetovni glazbeniki v Lubenicah*

2.5 INTERPUNKCIJSKI NASLOVI

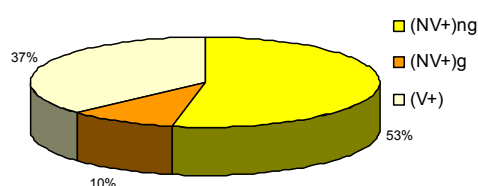
Pri obeh časopisih so interpunkcijski naslovi redki in zajemajo manj kot 20 odstotkov vseh naslovov. Tako je v *Novem listu* od 1768 analiziranih naslovov interpunkcijskih le 307 oziroma 17,4 %, v *Delu* pa je od 1520 naslovov interpunkcijskih 176, kar pomeni le 11,6 %. Kot je razvidno iz spodnjega grafa 3.5.1, oba časopisa v naslovih najbolj pogosto uporabljata naslednja ločila: vprašaj, narekovaj, dvopičje in pomišljaj. Večja razlika v uporabi je le pri vprašaju, ki je v *Delu* s 40 % najbolj uporabljano naslovno ločilo, medtem ko je v *Novem listu* po uporabi šele na četrtem mestu (12 %).

Graf 3.5.1: Pogostost uporabe interpunkcijskih naslovov v *Novem listu* in *Delu*

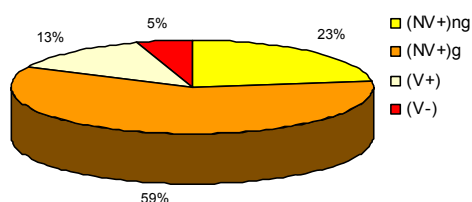


Pri *Delu* je več kot polovica (53 %) vseh vprašajnih naslovov neglagolskih (NV+)ng, sledijo pa jim pravi vprašajni naslovi (V+) in glagolski naslovi (NV+)g (glej graf 3.5.2). V primerjavi z *Delom*, je pogostost uporabe vprašaja pri *Novem listu* popolnoma drugačna. Najbolj pogosti so glagolski naslovi (NV+)g, ki zajamejo 59 % vseh vprašajnih naslovov. Drugi so najpogosteje uporabljeni neglagolski naslovi (NV+)ng s 23 %, najmanj pa so v rabi pravi vprašajni naslovi (V+) in nevprašajni naslovi (V-), ki skupaj štejejo manj kot petino vseh vprašajnih naslovov (glej graf 3.5.3).

Graf 3.5.2: Vrste vprašajnih naslovov v *Delu*



Graf 3.5.3: Vrste vprašajnih naslovov v *Novem listu*



Različna je tudi uporaba narekovaja, drugega najbolj pogosto uporabljenega ločila v interpunkcijskih naslovih. *Delo* največkrat (62 %) uporablja to parno (dvodelno) ločilo za označevanje dobesednega navedka:

(41)

»Zdravstvo ni pred zlomom« (Delo, 11. 7. 2007, 1)

(42)

»Učenje brez vzgoje duha je mlatenje prazne slame« (Delo, 16. 7. 2007, 10)

Novi list pa tega načina uporabe skorajda ne pozna. Dobesedni navedki v naslovih in izjave v besedilih prispevkov v *Novem listu* večinoma niso označeni z narekovaji. Ko gre v prispevku za izjavo določene osebe, je ta izjava poudarjena na takšen način, da se izjava začne v novi vrstici s pomišljajem, konča pa se z enim od avtomatizmov *rekel je, kot pravi, po besedah* itn.

(43)

– Centralna klima bila bi jedino rješenje u ljetnim mjesecima, no postojeći su sustavi prilično stari i njihovo održavanje skupo te je nada u novu bolnicu zapravo jedino što nam u ovom trenutku preostaje, zaključila je glavna sestra KBC-a Veronika Pupačić.⁴⁶

(Novi list, 21. 7. 2007, 5, B. Čalušić)

Glagol rekanja se lahko pojavi tudi v stavku, ki stoji v vrsti pred izjavo, poudarjeno s pomišljajem:

(44)

Dok se u javnosti dosta govori o visokom odštetnom zakonu, brez presedana u našoj državi, Maškarinova odvjetnica Ingrid Barić tvrdi da je sve temeljeno na zakonu:

– Znam da će parnica biti skupa jer radnja trenutčno košta 100 tisuća kuna plus PDV, ali vjerujem u konačnu pobjedu zakona.⁴⁷

⁴⁶ – Centralna klimatska naprava bi bila v poletnih mesecih edina rešitev, vendar so obstoječi sistemi zelo stari in je njihovo vzdrževanje drago. V tem trenutku je edinom, kar nam preostane upnje na novo bolnišnico, je zaključila glavna sestra KBC-ja Veronika Pupačić.

⁴⁷ Medtem ko se v javnosti veliko govori o visokem odškodninskem zakonu, ki nima precedansa v naši državi, Maškarinova odvjetnica Ingrid Barić trdi, da je vse utemeljeno na zakonu:

Narekovaji v naslovju *Novega lista* se največkrat (v 63 % primerov) uporabljajo pri označevanju naslovov podjetij, ustanov, gospodarskih objektov, organizacij, različnih projektov, časopisov, knjig, publikacij itn., čeprav je v hrvaškem pravopisu (glej Babić in drugi 2000: 117) določeno, da v primerih, ko je jasno razločno, da gre za ime/naslov, uporaba ločil ni potrebna.

(45)

*Ivo Sanader otvorio radove u KB »Merkur«*⁴⁸ (Novi list, 10. 7. 2007, 8)

(46)

*Počelo »Otočko kulturno ljeto 2007«*⁴⁹ (Novi list, 11. 7. 2007, 20)

(47)

*Izašli »Reaganovi dnevnici«*⁵⁰ (Novi list, 10. 07. 2007, 23)

(48)

*»Groova Armada« rasplesala »Tvornicu«*⁵¹ (Novi list, 13. 07. 2007, 68)

Tudi če odštejemo zgoraj navedeni skupini naslovov, ena narekovaje uporablja za označevanje dobesednih navedkov, druga pa, kot navaja Korošec (1998: 123), za »naslov podjetja, ustanove in sploh besed, ki jih brez narekovajev ne bi razumeli kot lastna imena«, je še vedno pri obeh časopisih zelo visoka pogostost uporabe narekovajev kot ločil, ki poudarjata »poseben pomen, položaj ali vrednost besed ali besednih zvez« (Korošec 1998: 121):

(49)

*Hrvatski političari »napadaju« Jadran*⁵² (Novi list, 16. 7. 2007, 3)

– Vem, da bo sojenje drago, ker delo trenutno stane 100 tisoč kun z DDVjem, vendar verjamem, da bo na koncu zmagal zakon.

⁴⁸ *Ivo Sanader odprl začetek gradnje v KB »Merkur«*

⁴⁹ *Začelo se »Otočko kulturno ljeto 2007«*

⁵⁰ *Izšli »Reaganovi dnevnici«*

⁵¹ *»Groova Armada« rasplesala »Tvornico«*

⁵² *Hrvaški politiki »napadajo« Jadran*

(50)

*Lopovi »operiraju« po plažama i apartmanima*⁵³ (Novi list, 20. 7. 2007, 18)

(51)

Rusija »raztrgala« osnutek (Delo, 14. 7. 2007, 8)

(52)

Dosmrtna ječa za nesojene »mučenike« (Delo, 12. 7. 2007, 24)

Različno od vprašaja in narekovaja, sta mala (nedokončna) ločila dvopičje in pomišljaj v obeh časopisih uporabljana približno na enake načine. Najbolj pogosti naslovi z dvopičjem so v obeh časopisih premogovorni naslovi (v *Novem listu* obsegajo 72 %, v *Delu* 44 %), sledijo pa jim naslovi skrajšanih napovedi ter izjavni in izidni naslovi.

Oba časopisa največkrat (38 %) uporabljata pomišljaje pri izjavnih naslovih. Zanimivo je, da z enako pogostnostjo (38 %) v *Novem listu* nastopajo še zvezni naslovi, v *Delu* pa naslovi razmaknjenih enot. Na drugi strani naslovi razmaknjenih enot v *Novem listu* in zvezni naslovi v *Delu* zajemajo najmanjši delež (24 %), vendar so glede na odstotek zelo blizu tistim naslovom s pomišljajem, ki v posameznem časopisu prevladujejo.

Raba klicajev v naslovju obeh časopisov je presenetljivo redka. Z manj kot 10 % so klicajni naslovi, skupaj z oklepajnimi naslovi in naslovi okrajšanih povedi, najbolj poredko uporabljeni interpunkcijski naslovi.

⁵³ *Lopovi »operirajo« po plažah in apartmajih*

2.6 SKUPNI SPOROČANJSKI KROG

Po Korošcu (1998: 163) lahko skupni sporočanjski krog (SSK) pojmuje kot izkustveno predstavo, ki v poročevalskem poteku iz uistosmerjenosti vseh treh spremenljivk (sporočevalca, sporočila, sprejemalca) vzpostavlja tukajšnjost in zdajšnjost sporočanjskega stika. Uistosmerjenost treh sporočanjskih spremenljivk lahko razpoznamo izkustveno, po sporočanjski konvenciji iz nanašanje (referenčne) točke, ki jo v besedilu vzpostavljajo besede kot npr. osebni in osebnosvojilni zaimki, relacijski pridevniki ter pisne in govorne tehnike ločevanja med avtorskim in citiranim besedilom (glej Korošec 1998: 161). Zato bo v tem poglavju o SSK največ pozornosti posvečeno besedam, ki s kazalniki SSK vzpostavljajo skupni sporočanjski krog.

Korošec razlikuje dve obliki kazalnika stičnega sonanašanja, poudarno in nepoudarno. Tako kot slovenski jezik – *Jaz, knez modruški* (Toporšič 2000:307), tudi hrvaščina pozna poudarni kazalnik stičnega sonanašanja – *Ja, opat Držiha* (začetek besedila na spomeniku Baščanska ploča iz leta 1100, eden od najzgodnejših spomenikov hrvaškega jezika), vendar je uporaba zastarela in se zato to obliko lahko najde le v zgodovinskih dokumentih. Iz te oblike se je danes razvila oblika, ki je značilna za administrativni stil, in sicer: *Ja, dolje potpisani, izjavljam /.../*.

Obliki nepoudarnega kazalnika stičnega sonanašanja – *Mi Slovenci*, Korošec (1998: 169) ne daje retorične vloge, ampak jo upravičuje s *pravilom pobiranja vsake zanke*, ki določa, da »mora naslovnik *na vsaki točki* linearnega, v prostoru in času /.../ potekajočega nizanja jezikovnih znakov dobiti zadostno količino podatkov, ki omogočajo gladko sprejemanje prejšnje in naslednje vsebine« (Korošec 1998: 170).

Tudi hrvaški jezik pozna obliko *Mi Hrvati*, vendar jo uporablja kot stilno zaznamovano, ker želi avtor, ki je to obliko izbral, na ta način ali poudariti svojo narodnostno pripadnost ali pa doseči občutek privzdignjenega besedila. Zaradi tega je oblika *Mi Hrvati* v poročevalstvu zelo redka, če pa jo zasledimo, je to le v besedilih kot so kolumne in komentarji, ki dovoljujejo različne stilne figure. Veliko pogosteje kot oblika *Mi Hrvati* se uporablja le prvoosebna množinska glagolska oblika:

(53)

*Nakon što **smo** uspješno izveli naše vojnike /.../ Ako **bismo** nešto mogli zvati »novim nacionalnim projektom«, onda bi to bila sigurna Hrvatska, ona bez mina /.../ Osim ako se netko ne sjeti kako **bismo** mogli izvesti /.../*⁵⁴

(Novi list, 11. 7. 2007, 2, B. Mijić)

Bolj primerna (stilno nezaznamovana) in zato veliko bolj pogosta v poročevalstvu je oblika **Hrvati su**.

(54)

*/.../ optužio je neke saborske zastupnike koji su proklamiranjem krivnje u agresiji izjednačili Hrvatsku sa Srbijom, te zaključio kako **su Hrvati** sami sebi veći neprijatelji nego su to bili Srbi.*⁵⁵

(Novi list, 20. 7. 2007, 12, S. Pucić)

(55)

*Nakon izjednačenog uvoda prvi **su se razbudili Hrvati** i do kraja druge četvrtine stekli dva pogotka prednosti.*⁵⁶

(Novi list, 9. 7. 2007, 34)

(56)

*Treće mjesto zauzeli **su Hrvati**, odnosno Boris Matišić iz Našica, koji /.../*⁵⁷

(Novi list, 16. 7. 2007, 16, M. Krajnović Zeljak)

Lahko rečemo, da je vzporedno temu v slovenskem jeziku oblika **Slovenci smo**.

(57)

*Tudi **Slovenci bomo** pravila hitrega življenjskega ritma morali sprejeti, pa če nam je to všeč ali ne.*

(Delo, 16. 7. 2007, 15, G. Mohr)

⁵⁴ Po tem, ko **smo** uspješno opravili naše vojake /.../ Če **bi** kaj lahko imeli za »novi nacionalni projekt«, bi bila to varna Hrvaška bez min /.../ Razen, če se nekdo ne spomni, kako **bi** to lahko izvedli /.../

⁵⁵ /.../ je obtožil nekatere saborske poslance, ki so s proklamiranjem krivice poenotili v agresiji Hrvaško s Srbijo in zaključil, da **so Hrvati** sami sebi večji sovražniki kot so to bili Srbi.

⁵⁶ Po izenačenem uvodu **so se** prvi **zbudili Hrvatje** in **so** do konca druge četrtine dosegli dve piki prednosti.

⁵⁷ Treće mjesto **so** zasedli **Hrvati** oziroma Boris Matišić iz Našic, ki /.../

(58)

*Sosedje Italijani in Grki pa so že zdavnaj ugotovili, da je Albanija turistično privlačna. **Slovenci imamo** do nje še vedno predsodke /.../*

(Delo, 18. 7. 2007, 18)

(59)

***Slovenci smo** lani več potovali*

(Delo, 13. 7. 2007, 8, M. Ropret)

Takšna oblika (**Hrvati smo**) v hrvaškem jeziku ne obstaja. Prvoosebna množinska oblika glagola se uporablja le v zgoraj navedenem primeru, ko pred *Hrvati* stoji osebni zaimек 1. os. množine – *mi*, torej *Mi Hrvati smo*.

Zanimivo je, da čeprav je stilno neznanamovano *Slovenci smo*, v Delovih športnih rubrikah ni nobenega primera uporabe te prvoosebne množinske glagolske oblike! Podobno kot v hrvaškem jeziku športni novinarji *Dela* uporabljajo tretjeosebno množinsko glagolsko obliko oz. izraz **Slovenci so**:

(60)

*Potem ko so **se Slovenci** tako prvi kot drugi dan v finišu znašli /.../*

(Delo, 9. 7. 2007, 12, T. Volarič)

(61)

*Za kolikšne nagrade **se potegujejo Slovenci** v individualnih panogah?*

(Delo 10. 07. 2007, 14, P. Zalokar)

(62)

*S sinočnjo novo zmago nad Litvo **so** namreč **Slovenci** nadaljevali popoln niz brez spodrsaljajev /.../*

(Delo 11. 7. 2007, 12, T. V.)

(63)

*/.../ kmalu po njegovi tretji trojki pa **so si Slovenci** priigrali tudi najvišjo prednost v prvih 20 minutah /.../*

(Delo, 13. 7. 2007, 12, T. Volarič)

V zgoraj navedenih zgledih gre za metonimijo in se pojem *Slovenci* nanaša na slovensko reprezentanco oz. športne predstavnike Slovenije. Še bolj pogosto pa pri obeh časopisih za isti pojem uporabljajo imena držav – *Slovenija je* oz. *Hrvaška je*:

(64)

*Hrvaška druga*⁵⁸

(Novi list, 9. 7. 2007, 34)

(65)

*Hrvaška i Rumunjska će sljedeće sezone igrati u /.../*⁵⁹

(Novi list 10. 7. 2007, 42)

(66)

Slovenija bo nastopila v popolnoma enaki zasedbi kot v prvem kolu /../

(Delo 14. 7. 2007, 25, S. Verčič)

(67)

Kakorkoli, Slovenija vsaj zaenkrat ostaja /.../

(Delo, 9. 7. 2007, 13, S. Urošević)

(68)

V Davisovem pokalu prihodnji teden Slovenija z Marokom

(Delo, 14. 7. 2007, 25, S. Verčič)

Čeprav lahko rečemo, da glede na zgornje primere skupni sporočanjejski krog v športnih rubrikah *Dela* in *Novega lista* skorajda ne obstaja, je razviden iz nekaterih drugih kazalnikov kot npr. uporabe osebnosvojnega zaimka 1. osebe množine- *naš*:

(69)

/.../ ko bo naš prvak gostil Tirano.

(Delo 11. 7. 2007, 11, G. N.)

(70)

/.../ naša edina reprezentantka v spustu na divjih vodah /.../

(Delo, 10. 7. 2007, 14, T. Volarič)

(71)

⁵⁸ *Hrvaška druga*

⁵⁹ *Hrvaška in Rumunija bosta naslednjo sezono igrali v /.../*

*Minuto in štiri sekunde pred koncem so **naši** zaostajali za 5 točk in bili povsem zunaj polfinala /.../*

(Delo, 13. 7. 2007, 12, T. Volarič)

(72)

*/.../ a tijekom boravka u **našoj** zemlji sastat će se sa /.../*⁶⁰

(Novi list, 12. 7. 2007, 48)

Korošec (1998: 172) tem osebnosvojlilnim zaimkom v 1. osebi množine pravi navezniki na besede kazalnika, ki je lahko zemljepisni, narodnostni, družbenopolitični, kulturno-zgodovinski ipd. S kazalnikom se naslovniki sporočila lahko poistovetijo v smislu tukajšnjosti in zdajšnjosti, navezniki na besede kazalnika pa kažejo na obstoj SSK.

Kazalniki SSK so najpogostejši v športnih komentarjih. Ti zaradi stališčnih elementov, ki jih vsebujejo, stilno odstopajo od izključno informativnih besedil športne rubrike in je zato uporaba osebnih in osebnosvojlilnih zaimkov ter prvoosebni množinskih glagolskih oblik bolj pogosta:

(73)

*Tudi pri **nas** imamo nekaj odmevnih »prestopnikov«.*

(Delo, 9. 7. 2007, 14, G. Mohr)

(74)

*V Sloveniji še **nimamo** žensk v prvi moški ligi. **Imamo** pa tri mednarodne sodnice.*

(Delo, 9. 7. 2007, 15)

Osebnosvojlilne zaimke najdemo tudi v ostalih rubrikah *Dela* in *Novega lista*, kjer je njihova uporaba sicer pogostejša kot v športni rubriki:

(75)

*Dokaz da budućnost hrvatske znanosti nikada nije izgledala svjetlija sve su češći posjeti stranih stručnjaka **našim** sveučilištima te brojne suradnje inozemnih i hrvatskih znanstvenika i institucija. I dok je dosad razmjenjena funkcionirala isključivo*

⁶⁰ /.../ med obiskom **naši** deželi se bodo sestali /.../

tako da su **naši** mladi znanstvenici na usavršavanje odlazili izvan Hrvatske, sada pak strani stručnjaci u potrazi za novim znanjima stižu u **našu** zemlju.⁶¹

(Novi list, 15. 7. 2007, 30)

(76)

/.../ proizvajalci mesnih izdelkov barvila E128 ne uporabljajo, zato uživanje klobas in drugih mesnih izdelkov **naših** proizvajalcev ne predstavlja tveganje za zdravje potrošnika.

(Delo, 14. 7. 2007, 9, M. Šoštarič)

(77)

/.../ radioaktivne snovi prej ali slej morali kot radioaktivne odpadke odložiti v odlagališču na območju **naše** države.

(Delo, 19. 7. 2007, 17, G. P.)

vendar se niti zdaleč ne približa uporabi pridevnikov *slovenski, slovenska, slovensko* oziroma *hrvatski, hrvatska, hrvatsko*:

(78)

Od dveh slovenskih adutov /.../ (Delo, 9. 7. 2007, 13); /.../ *med deseterico slovenskih* reprezentantov /.../ (Delo, 12. 7. 2007, 17); /.../ *postal peti slovenski* zmagovalec /.../ (Delo, 10. 7. 2007, 14); /.../ *so bili pred slovenskim* šampionom /.../ (Delo, 12. 7. 2007, 17)

(79)

/.../ *interesima svih hrvatskih* građana /.../⁶² (Novi list, 15. 7. 2007, 2); *Najuspješnija hrvatska* posada /.../⁶³ (Novi list, 9. 7. 2007, 33); /.../ *proslavljene hrvatske*

⁶¹ Vse bolj pogosti obiski tujih strokovnjakov na **naših** univerzah ter številna sodelovanja tujih in hrvaških znanstvenikov in inštitucij so dokaz, da prihodnost hrvaške znanosti nikoli ni bila bolj svetla. Medtem ko je do zdaj izmenjava funkcionirala izključno tako, da so **naši** mladi znanstveniki šli na izpopolnjevanje v tujino, sedaj tuji strokovnjaki prihajajo v **našo** deželo iskat novo znanje.

⁶² /.../ v interesu vseh **hrvaških** prebivalcev /.../

⁶³ Najuspešnejša **hrvaška** posadka /.../

*paraolimpijke /.../*⁶⁴ (Novi list, 9. 7. 2007, 37); */.../ najbolju **hrvatsku** kombinacijo /.../*⁶⁵ (Novi list, 10. 7. 2007, 42)

Oba časopisa v enaki meri uporabljata tudi eno od najpogostejših relacijskih besed, ki jo po Korošču (1998: 173) najdemo v poročevalskih besedilih — pridevnik **sosednji**:

(80)

*/.../ mariborski nadškofiji luksuzne vile ob morju v **sosednji** državi?*

(Delo, 17. 7. 2007, 9)

(81)

*Uspješni poduzetnik i jedan od najbogatijih Slovenaca od nekadašnjeg tvorničkog kluba želi stvoriti najmoćniju momčad u **susjednoj** državi pri čemu ne štedi vrijeme i novac.*⁶⁶

(Novi list, 10. 7. 2007, 38, I. Volarić)

Na podlagi podrobne analize prispevkov lahko zaključimo, da v obeh časopisih skupni sporočanje krog obstaja, vendar v različni meri in se uresničuje na različne načine. Medtem ko *Novi list* zelo poredko vzpostavlja SSK, in sicer z uporabo osebnosvojilnih zaimkov 1. osebe množine, nekaterih relacijskih besed (najpogosteje s pridevnikom *sosednji*) in le z občasno uporabo prvoosebne množinske oblike glagolov, se pri *Delu* SSK veliko bolj pogosto uresničuje.

⁶⁴ */.../ zmagovite **hrvaške** paraolimpijke /.../*

⁶⁵ */.../ najboljšo **hrvaško** kombinacijo /.../*

⁶⁶ *Uspješni podjetnik in eden najbogatijih Slovencev želi od nekdanjega tovarniškega kluba ustvariti najmočnejše moštvo **sosedni** državi, pri čemer ne varčuje ne s časom ne denarjem.*

2.7 ČAS V ČASOPISNIH BESEDILIH

Poglavje, ki sledi je posebej zanimivo, ker je v njem največ podobnosti med dvema časopisoma in največ odstopanja od »teoretske« podlage, ki jo skozi celoten analitični del predstavlja Koroščeva *Stilistika poročevalstva*.

Korošec (1998: 179) za jezikovni pomen časa oz. jezikovne časovnosti uvaja izraz *časje*. Oba jezika jezikovno časovnost izražata večinoma prek časovnih pridevnikov (današnji/današnji), prislovih (danes/danas) in prislovnih zvez (ta dan/taj dan). Vendar, kot opozarja Korošec (1998: 179), tudi nekateri členki s svojimi stavčnimi pretvorbami implicirajo časovnost. V slovenskem jeziku sta to členka *že* in *še*, v hrvaščini pa *već* in *još*.

Časovni pridevniki, prislovi in prislovne zveze spadajo k omejenim ali neomejenim enotam, s katerimi jezik izraža časovne odseke (glej Korošec 1998: 180). Prislovi, kot so npr. *trenutek* (*trenutak*) ali *obdobje* (*razdoblje*), spadajo k odprtim oz. neomejenim enotam, medtem ko *zjutraj* (*ujutro*), *zvečer* (*navečer*), *danes* (*danas*) itn. spadajo k omejenim enotam.

Korošec (1998: 180) opozarja, da je omejenost teh prislovov lahko značilnost posameznih jezikov. V primeru slovenščine in hrvaščine lahko rečemo, da je omejenost osnovnih enot obeh jezikov približno enaka.

Razen prislovov in ustreznih sedanjiških oblik, časopisi pogosto uporabljajo za izražanje časovnosti tudi lastna sredstva, kot so **avtomatizmi**:

(91)

Poročali pa smo že, da so v igri za denarno nagrado zlate lige /.../

(Delo, 14. 7. 2007, 25)

(92)

Za zdaj je znano le to, da se je helikopter dvignil /.../

(Delo, 10. 7. 2007, 20)

(93)

*Do sada smo dobili samo usmenu informacijo /.../*⁶⁷

⁶⁷ *Do zdaj smo dobili samo ustno informacijo /.../*

(Novi list, 16. 7. 2007, 9)

(94)

*O njemu smo nedavno pisali /.../*⁶⁸

(Novi list, 17. 7. 2007, 4)

Kot osnovni **časovni odsek** oz. izhodiščno točko Korošec (1998: 180) navaja trenutek tvorjenja besedila in poudarja, da nadaljnje sprejemanje besedila od te točke naprej poteka linearno s potekom objektivnega časa. Čas tvorjenja besedila je po Korošču (1998: 184) prevladujoči notranji čas besedila, ki se ne ujema z aktualno sedanostjo. Ima lastno nanašajnsko točko v datumskem času, ki je običajno bil naveden v časo-prostorskem vhodu v besedilo. Časo-prostorski vhod v poročevalskih besedilih Korošec (1998: 185) določa kot stvar tradicije, razvojno naslovljene na nemško poročevalstvo druge polovice prejšnjega stoletja in njegovo opuščanje označuje kot »izraz odločitve, izhajajoče iz želje po drugačnosti, individualnosti kakega časopisa«.

V današnji praksi je časo-prostorski vhod v Delovih poročevalskih besedilih zamenjal le prostorski vhod, enako kot je to v Novem listu. Izhodiščna točka v obeh časopisih je točka sprejema, ki je predvidena za časovni odsek »danes«. »Danes« je določen z datumom, navedenim na vsakokratnem izvodu časopisa. Po Korošču (1998: 184) je ta »danes« predstavljal le »kontrolno točko za aktualno sedanost«, ki pa se ni ujemala s sedanostjo v notranjem času poročevalskega besedila.

Ker časo-prostorski vhod ne obstaja več, čas tvorjenja besedila ne v Delu ne v Novem listu ni več dominantni čas, ampak se vsi časovni prislovi podrejajo doživljanju aktualnega časa. Z izhodiščno točko, ki je navedena v vsakokratnem izvodu časopisa, se ujemajo vse časovne besede, izpostavljene v naslovih, kot tudi tiste v besedilu časopisov:

(95)

*Kako smo jučer izvestili, dr. Gosić upozorila je /.../*⁶⁹

(Novi list, 13. 7. 2007, 4, E. Škomrlj)

⁶⁸ *O njem smo nedolgo nazaj pisali /.../*

⁶⁹ *Kot smo včeraj obvestili, je dr. Gosićeva opozorila /.../*

Ker je med časopisom in naslovniki izoblikovana konvencija, bralec prispevka ve, da se prislov *včeraj* nanaša na dan pred izidom časopisa oz. v tem primeru na 12. julij 2007. Izjema je samo v primeru, če je prislov v citiranem delu besedila. Takrat je treba v nadaljevanju navesti točen čas dogodka, na katerem je izjava dana:

(96)

»Danes je poseben dan, ker obeležujemo /.../«, je rekel predsednik društva na včerajšnji skupščini. (izmišljen primer)

3 SKLEP

Pregled in analiza hrvaške literature o stilistiki poročevalstva sta pokazala, da na Hrvaškem še ni natančnega in sistematičnega strokovnega pregleda najpomembnejših področij stilistike poročevalstva, tako kot je na Slovenskem knjiga jezikoslovca Toma Korošca iz leta 1998 *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Vendar vse večje število strokovnih člankov, nastalih v zadnjih letih, kaže, da se vedno več hrvaških avtorjev ukvarja s problematiko poročevalstva – poimenovanjem in definiranjem poročevalskega stila, raziskovanjem jezikovnih značilnosti, kot so avtomatizmi in aktualizmi, klasifikacijo časopisnih naslovov kot najizrazitejše prvine pisnega poročevalstva itn.

Prvi problem, ki se javlja pri pregledu tako hrvaške kot tudi slovenske teorije, je **problem poimenovanja** stila množičnih občil. Medtem ko Korošec po izčrpnem pregledu vseh dotodanjih izrazov, ki jih uporabljajo slovenski jezikoslovci, predlaga oz. uvaja izraz *poročevalski stil*, se hrvaška literatura zgublja v morju različnih poimenovanj – novinski, novinarski, publicistički, žurnalistični stil. Jezikoslovci imajo težave tudi pri določanju obsega poročevalskega stila – eni ga omejujejo na pisanje in izdajanje dnevnih in periodičnih časopisov, drugi pa v obseg njegovega delovanja uvrščajo tudi tiskani material aktualnega kulturnega, književnega in družbeno-političnega življenja v zasebnem tisku.

Večina jih poudarja, da imajo na oblikovanje in razvoj poročevalskega stila kot dela knjižnega jezika močen vpliv **družbeno-politični dejavniki**. Zato je bilo pri pregledu obeh poročevalskih stilistik pomembno poudariti skupno družbeno in politično okolje, v katerem sta se poročevalski tradiciji razvijali. Analiza gradiva je pokazala, da se slovenski in hrvaški jezikoslovci večinoma osredotočajo na poudarjeno skrb za jezik kot posledico osamosvojitve držav v devedesetih letih in vdor anglicizmov na vseh ravneh jezika, posebej pa v poročevalstvu.

Vendar pa so največkrat obravnavana tema obeh stilistik **značilnosti poročevalskega stila** – avtomatizmi in aktualizmi. Koroščeve razdelitve na avtomatizirana in aktualizirana jezikovna sredstva hrvaška stroka ne pozna. Jezikovna sredstva (po Korošču **avtomatizmi**), ki so poročevalska besedila razvila zaradi vpliva najpomembnejšega stilotvornega dejavnika –

enake, podobne, ponavljajoče se okoliščine, ubesedene v poročevalskem besedilu in časovne stiske, hrvaški jezikoslovci poimenujejo klišeji.

Čeprav ne tako sistematično kot Korošec, pišejo tudi o **aktualizmih** – metaforah in metonimijah, oksimoronih, paronomazijah, litotah, evfemizmih, neologizmih, arhaizmih, perifrazah, frazemih itn. Največkrat jih obravnavajo v kontekstu časopisnih naslovov, kjer so najbolj razvidni kot posledica njihove pozivno-pridobivalne funkcije – vplivati na čustva bralcev in pritegniti njihovo pozornost k besedilu. Poudarjajo tudi, da se od vseh aktualizmov najpogosteje uporabljajo semantične modifikacije frazemov, ki jih Korošec imenuje **obnovitve** v časopisnih naslovi in jih obravnava kot enega glavnih načinov za delanje aktualiziranih naslovov.

Pregled hrvaške in slovenske literature o stilistiki poročevalstva v prvem delu naloge je pravzaprav uvod v praktično analizo, ki je bila izvedena v drugem delu diplomske naloge na podlagi Koroščeve *Stilistike slovenskega poročevalstva* (1998).

Prvi del praktičnega dela naloge je analiza naslovov po Koroščevi (1998) delitvi glede na funkcijo, tipologijo, interpunkcijo, izpuste in uporabo obnovitev. V *Delu* je obdelanih 1520 naslovov prispevkov, v *Novem listu* pa 1768. Pri tem je posebna pozornost posvečena naslovom na naslovnica.

Analiza Delovih naslovov **glede na tipologijo** je potrdila obstoj in uporabo vseh Koroščevih tipoloških kategorij naslovov (1998: 52) in odkrila uporabo novega tipa dvodelnega naslovja **N-S**, ki ga Korošec ne navaja, tvorita pa ga veliki naslov in sinopsis. Pri *Novem listu* pa analiza primerov kaže na nekatera odstopanja od osnovnih tipoloških kategorij. Novi list tako pozna le tri tipe naslovja:

- dvodelno nadnaslovno naslovje Nn-N,
- male naslove,
- nadnaslovno nepodnaslovno naslovje Nn-N-S in nepolno nadnaslovno nesinoptično naslovje Nn-N-P.⁷⁰

⁷⁰ Nadnaslovno nepodnaslovno naslovje Nn-N-S in nepolno nadnaslovno nesinoptično naslovje Nn-N-P sta obavnavana kot ena skupina, ker v primerih ni razvidno, ali gre za podnaslov ali sinopsis, in jih je zato po Korošču (1998: 103) primerno poimenovati *vodilo*.

Tako kot pri *Delu* prva dva tipa – dvodelno nadnaslovno naslovje Nn-N in mali naslovi, naslavljata krajše prispevke v časopisu, kot so npr. vesti ali manjši članki. Največje prispevke naslavlja tretji tip, ki se kot najobsežnejši tip naslovja *Novega lista* lahko primerja z *Delovim* polnim naslovjem Nn-N-P-S.

Podobnosti med dvema časopisoma so tudi v mednaslovih, le da so za *Novi list* pravilo, medtem ko se v *Delu* pojavljajo bolj poredko. Poleg mednaslovov so za *Novi list* značilna še naslovljena manjša besedila, ki se navezujejo na temo besedila, vizualno pa so ločena z okvirjem. *Delo* takšen tip besedil ne pozna, vendar neredko z okvirjem loči in s pisavo poudari nekaj stavkov z zanimivo informacijo, ki dopolnjujejo besedilo prispevka.

Večja razlika med dvema časopisoma je le v uporabi naslovov na naslovnica, kar verjetno izhaja iz drugačnih konceptov naslovnih strani. *Delova* naslovnica je posebna, ker poleg naslovov prispevkov iz notranjosti časopisa, vsebuje še njihove začetne dele ali pa tudi celotne prispevke. Zato ne preseneča delež malih naslovov in dvodelnega nenadnaslovnega naslovja N-P, ki naslavljata krajše prispevke ter polnega naslovja Nn-N-P-S, ki naslavlja večje prispevke, ki se začnejo na naslovnici in nadaljujejo v nekaterih *Delovih* rubrikah. Po drugi strani naslovnica *Novega lista* vsebuje le naslove prispevkov, ki so objavljeni v eni od rubrik znotraj časopisa, in fotografijo, ki dopolnjuje informacije iz naslova. Naslovi torej morajo biti opazni in zanimivi, da bi pritegnili pozornost bralcev in jih zainteresirali za besedilo znotraj časopisa – naslovi so torej kratki, da pritegnejo pozornost, dodatne informacije, ki jih pritegnejo k nadaljnjemu branju, so ali v nadnaslovu (tip Nn-N) ali vodilu (tipa Nn-N-P in Nn-N-S).

Največ podobnosti med dvema časopisoma je pri uporabi naslovov **glede na funkcijo**, ki jo opravljajo. Enaka uporaba poimenovalno-informativnih naslovov kaže na to, da gre za kakovostna dnevnik. Tudi uporaba informativno-stališčnih in pozivno-pridobivalnih naslovov je pri obeh časopisih skoraj enaka, skupaj obsegajo manj kot petino vseh naslovov. Pri tem je v *Novem listu* večji odstotek informativno-stališčnih naslovov, medtem ko *Delo* bolj uporablja pozivno-pridobivalne naslove.

Tudi glede na razporejenost po rubrikah je uporaba naslovov pri obeh časopisih enaka. Kot je bilo pričakovati, so informativno-stališčni in pozivno-pridobivalni naslovi najpogostejši v športnih in kulturnih rubrikah, ki imajo največje število besedil, v katerih izrazito odstopa vrednotenje vsebine besedila oziroma dogodka, o katerem prispevek govori.

Zanimiva razlika v deležu informativno-stališčnih in pozivno-pridobivalnih naslovov je na naslovnica obeh časopisov. Razlog, da ima *Delo* skoraj štirikrat več naslovov druge in tretje

funkcije kot *Novi list*, verjetno ponovno izhaja iz drugačnih konceptov naslovnih. Zaradi besedila prispevkov, ki na Delovih naslovnih sledijo naslovom in jih na ta način takoj obrazložijo, si *Delo* lažje izbere stališčno, pozivno ali pridobivalno obarvane naslove, medtem ko mora *Novi list* na naslovnici dati celotno osnovno informacijo v obliki naslovja, ki ga z ostalimi podatki dopolnjuje besedilo prispevka znotraj časopisa.

Posebej zanimivi so rezultati analize pogostosti uporabe **izpustnih naslovov**. Čeprav so po Korošču (1998: 139) izpustni naslovi zelo pogosti v slovenskem poročevalstvu, je analiza pokazala, da je v *Delu* le tretjina naslovov z izpustom, medtem ko v *Novem listu* izpustni naslovi tvorijo polovico vseh naslovov v časopisu. Skoraj enako razmerje je tudi na naslovnih obeh časopisov.

Vendar podobnosti med časopisoma obstajajo, in sicer v rabi izpustnih naslovov glede na tipe izpustov, ki jih vsebujejo. Tako so pri obeh časopisih najpogosteje uporabljeni tipi izpustov: izpust pomožnika *biti*, izpust vezi, izpust povedkov in izpust glagola *biti* v pomenu »nahajati se«, kar kaže na jezikovne podobnosti med slovenščino in hrvaščino.

Podobnosti so razvidne tudi v pogostosti uporabe **interpunkcijskih naslovov**, ki pri obeh časopisih zajemajo manj kot petino vseh naslovov. Najbolj pogosta je raba naslednjih ločil: vprašaja, narekovaja, dvopičja in pomišljaja. Večja razlika v uporabi je le pri vprašaju, ki je v *Delu* najbolj uporabljeno naslovno ločilo, medtem ko je v *Novem listu* po uporabi le na četrtem mestu (12 %).

Oba časopisa uporabljata ločila bolj ali manj enako. Edina večja razlika je pri rabi narekovajev, ker poleg tega, da oba časopisa narekovaje uporabljata za poudarjanje posebnega pomena, položaja ali vrednosti besed ali besednih zvez, *Delo* največkrat uporablja to parno ločilo za označevanje dobesednega navedka, medtem ko *Novi list* ta način uporabe skorajda ne pozna. Analiza je pokazala, da *Novi list* največkrat uporablja narekovaje pri označevanju naslovov podjetij, ustanov, gospodarskih objektov, organizacij, različnih projektov, časopisov, knjig, publikacij itn.

Drugi del analize govori o skupnem sporočanjem krogu, ki ga Korošec uvaja in definira na podlagi analize slovenskih medijev. Čeprav hrvaška stroka tega pojma ne pozna in o tem nič ne govori, je analiza besedil prispevkov *Novega lista* dokazala obstoj SSK v hrvaškem poročevalstvu. Zaradi razlik med dvema jezikoma se SSK v hrvaškem poročevalstvu uresničuje drugače kot v slovenskem.

Skupni sporočanjski krog je za hrvaško poročevalstvo zelo redek pojav. Uresničuje se na tri načine: z uporabo prvoosebne množinske glagolske oblike (npr. *smo izveli* v pomenu *mi Hrvati smo izveli*), z uporabo osebnosvojilnih zaimkov (npr. *naši proizvodi* v pomenu *hrvatski proizvodi*) in z uporabo relacijskih besed (npr. pridevnik *sosednji*). Veliko bolj pogosta je uporaba nezaznamovanih oblik: *Hrvati su* (tretjeosebna množinska glagolska oblika zamenjuje prvoosebno), *Hrvatska je* (namesto prvoosebne množinske oblike se uporablja ime države in tretjeosebna edninska oblika) in *hrvatskih građana* (raba pridevnika namesto osebnosvojilnega zaimka).

Posebej preseneča rezultat analize besedil *Delovih* prispevkov, ki kaže na to, da se najpogostejši kazalnik SSK – stilno neznanamovana oblika *Slovenci smo* uporablja v vseh *Delovih* rubrikah, razen na športnih straneh. Podobno kot hrvaški novinarji, *Delovi* športni novinarji v svojih prispevkih najpogosteje uporabljajo tretjeosebno množinsko glagolsko obliko *Slovenci so*.

Zadnji del analize obravnava tudi **pojmem časa** v poročevalskih besedilih dveh časopisov. Zanimivo je, da je v tem poglavju največ podobnosti med dvema časopisoma in največ odstopanja od teoretske podlage Koroščeve *Stilistike slovenskega poročevalstva*. Na podlagi analiziranih besedil prispevkov iz *Dela* in *Novega lista* se lahko zaključi, da imata oba časopisa enak »model« uresničevanja časa v svojih poročevalskih besedilih in v časopisu na splošno. Odstopanje od teorije se vidi tako, da je pri obeh časopisih prostorski vhod zamenjal časo-prostorski vhod v besedilo, ki ga je Korošec (1998: 185) določal kot izhodiščno točko, od katere je nadaljnje sprejemanje besedila potekalo linearno s potekom objektivnega časa. Izhodiščna točka v obeh časopisih je tako postala točka sprejema, ki je predvidena za časovni odsek »danes«.

Na podlagi primerjave teorij slovenske in hrvaške stilistike poročevalstva ter analize praktičnih primerov v *Delu* in *Novem listu* je prikazano, da kljub lastnim stilnim posebnostim obeh stilov poročanja, obstaja tudi zelo veliko podobnosti, ki so odraz skupne poročevalske tradicije in podobnih družbeno-političnih dejavnikov. Podobnosti, kot so uporaba anglicizmov, izbira določenih tipov naslovij ali uresničevanje časa v poročevalskih besedilih, kažejo tudi na trende v poročevalstvu, ki se razširjajo in uveljavljajo, ne glede na jezikovne ovire. Vendar pa so bile za analizo posebej zanimive razlike (npr. drugačni načini uresničevanja skupnega sporočanjškega kroga), ker kažejo na značilnosti in stilne posebnosti slovenskega in hrvaškega poročevalskega stila, ga definirajo in oblikujejo.

Stil poročevalstva je kot predmet raziskave že sam po sebi zelo obsežen. Zaradi obsega diplomske naloge in čim bolj sistematičnega pregleda diploma obravnava le osnovna področja stilistike slovenskega in hrvaškega poročevalstva in navaja najpogostejše primere uresničevanja teh pojavov.

4 LITERATURA

a) primarni viri

analiza publikacij:

DELO, leto XLIX/ št. 155–166 (9– 21. julij 2007)

NOVI LIST, leto LXI/ št. 19 323–19 336 (9– 22. julij 2007)

b) ostala literatura

Anić, Vladimir (1991): *Rječnik hrvatskog jezika*. Zagreb: Novi liber.

Babić, Stjepan (1965): *Jezik*. Zagreb: Panorama.

Babić, Stjepan, Božidar Finka in Milan Moguš (2000): *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Školska knjiga.

Badurina, Lada (1998): Neke odlike leksika u suvremenoj hrvatskoj publicistici. *Filologija* (30–31), 417–426.

Buljan, Gabrijela (2006): Konceptualna struktura naslova novinskih članaka. V Jagoda Granić (ur.): *Jezik & mediji Jedan jezik – više svjetova*, 137–146. Zagreb – Split: HDPL.

Frančić, Anđela (2006): Antroponimija novinskih naslova. V Jagoda Granić (ur.): *Jezik & mediji. Jedan jezik – više svjetova*, 251–258. Zagreb – Split: HDPL.

Hudeček, Lana (2006): Jezične značajke novinskih naslova. V Jagoda Granić (ur.): *Jezik & mediji. Jedan jezik – više svjetova*, 297–304. Zagreb – Split: HDPL.

Kalin Golob, Monika (1996): *Jezikovna kultura in jezikovni kotički*. Ljubljana: Jutro.

Kalin Golob, Monika (2003): *H koreninam slovenskega poročevalskega stila*. Ljubljana: Jutro.

Kalogjera, Damir (2006): Jezične igre u novinskim naslovima. V Jagoda Granić (ur.): *Jezik & mediji. Jedan jezik – više svjetova*, 357–363. Zagreb – Split: HDPL.

Korošec, Tomo (1976): *Poglavlja iz strukturalne analize slovenskega časopisnega stila*. Ljubljana: doktorska disertacija.

Korošec, Tomo (1977): K tipologiji časopisnih naslovov. V Franc Zadravec (ur.): *Slavistična revija* IV, 457–464. Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije.

Korošec, Tomo (1998): *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: ČZD.

Matoš, Antun Gustav (1988): *Misli i pogledi*. Zagreb: Globus.

Mladenov, Marin (1980): *Novinarska stilistika*. Beograd: Naučna knjiga.

Opačić, Nives (2006): Mediji i hrvatski standardni jezik. V Jagoda Granić (ur.): *Jezik & mediji. Jedan jezik – više svjetova*, 521–531. Zagreb – Split: HDPL.

Parizoska, Jelena (2006): Semantičke modifikacije frazema u novinskim naslovima. V Jagoda Granić (ur.): *Jezik & mediji. Jedan jezik – više svjetova*, 533–539. Zagreb – Split: HDPL.

Pavlinić, Vladimir (2001): *Stil i jezik novinara*. Zagreb: Udruga za demokratsko društvo.

Silić, Josip (1997): Novinarski stil hrvatskog standardnog jezika. *Kolo* VI(3), 495–513.

Silić, Josip (2005): Jezik hrvatske televizijske nogometne reportaže. V Diana Stolac, Nada Ivanetić in Boris Pritchard (ur.): *Jezik u društvenoj interakciji*, 502–512. Zagreb – Rijeka: HDPL.

Slovar slovenskega knjižnega jezika (1998). Ljubljana: DZS.

Tafra, Branka (2005): *Od riječi do rječnika*. Zagreb: Školska knjiga.

Težak, Stjepko in Stjepan Babić (1992): *Gramatika hrvatskog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.

Toporišić, Jože (1992): *Enciklopedija slovenskega jezika*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Toporišić, Jože (2000): *Slovenska slovnica*. Maribor: Založba Obzorja.