

Anita Runjić-Stoilova
Odsjek za hrvatski jezik i književnost
Filozofski fakultet u Splitu

Izvorni znanstveni rad
UDK: 811.163.42'373.612.2:070(497.5)
Primljeno: 17. 07. 2012.

RETORIČKI TROPI U HRVATSKIM DNEVNIM NOVINAMA

SAŽETAK

U radu se analizira figurativnost u hrvatskim dnevnim novinama. Cilj je rada bio utvrditi koji su tropi u njima najzastupljeniji te koje su novine najfigurativnije. Tropi su slikoviti izrazi nedoslovnoga prenesenoga značenja. Mogu se prevesti na neki drugi izraz, uključujući nulti, koji ima logički gledano točno značenje. Uporaba tropa motivirana je iz duboka: potrebom za oblikovanjem u riječima – poetikom i potrebom za adekvatnošću izraza (Škarić, 2000:119). Tropi su uobičajeni u svakodnevnom govoru, i za razliku od drugih figura u govoru (poput anafore epifore, aliteracije, asonance itd.) uže su povezani sa sadržajem nego s formom ili strukturom. U ovom se radu uočeni tropi grupiraju, prema pojednostavljenoj Kvintilijanovoj (1985) podjeli, u šest kategorija: metaforu, metonimiju, sinegdohu, antonomaziju, perifrazu i ostalo, što uključuje hiperbolu, alegoriju, personifikaciju, ironiju, litotu i epitet. Analizom su obuhvaćene četiri tiskovine: Večernji list, Jutarnji list, Slobodna Dalmacija i 24 sata. Izdvojeno je 964 tropa, a rezultati pokazuju da su tropi najzastupljeniji u Slobodnoj Dalmaciji. U analizi posebno mjesto zauzima metafora, a svojom zastupljenošću u publicističkom stilu potvrdila je najznačajnije mjesto među tropima.

Ključne riječi: antonomazija, dnevni tisak, figure, metafora, metonimija, perifraza, sinegdoha, tropi

1. UVOD

1.1. Definicija figura

Unutar antičke retoričke tradicije, u dijelu koji istražuje oblikovanost govora, središnje mjesto nesumnjivo pripada učenju o vrstama figura. Figure nam prema učenju tradicionalne retorike o stvarnosti ne kazuju ništa više od svojih nefigurativnih korelata, ali to kazuju na življi, ljupkiji, otmjeniji način. „One su samo semantički ekvivalentna zamjena za nešto što se moglo reći i jednostavnim, neukrašenim jezikom, pa stoga njihovom uporabom pjesnički govor dobiva na dopadljivosti, ali ne i na informativnoj vrijednosti“ (Benčić, 1995:189). Od Cicerona i Kvintilijana definicija figura i tropa bila je uključena u konkretnu uporabu u retorici, zato što je uključivala govornika (*ethos*), slušateljstvo (*pathos*) i govor (*logos*). Figura je tako

označavala svaki učinak govora što bi ga na slušateljstvo proizveo govornik služeći se pojmovima ili argumentima na neuobičajen, nepredviđen način, koji odstupa od uvriježene uporabe.

Retoričke figure su „izrazi kojima se nešto kaže na neobičan ili nedoslovan način“ (Škarić, 2000:109). Obično se govori o doslovnom značenju (pravom, uobičajenom i banalnom) i o prenesenom (drugom značenju). Figure su, dakle, izbor između neutralnog i markiranog izraza (Katnić-Bakaršić, 2001). O figuri se često govori kao i o otklonu od uobičajenog pa se za nju kaže da je *exornatio* – ukras govora (Kvintilijan, 1985).

1.2. Figure i tropi

Pripadnost pojedinih figura nekoj kategoriji nije jasna ni danas. To potvrđuju i razlike u brojnim pokušajima svrstavanja. Najčešća je Kvintilijanova klasifikacija, jednostavna podjela govornih figura na trope i sheme (figure). O tropu se radi kada se riječi prenose iz svog prvobitnog značenja u neko drugo, dok je figura govorni oblik koji se samo udaljava od običnog načina izražavanja. Što se figura tiče, Kvintilijan navodi dvije vrste: figure misli, odnosno figure shvaćanja i figure govora, odnosno dikcije ili stila (Kvintilijan, 1985). Termin *trop* upućuje na (pre)okret (grč. imenica *τροπή* – ‘okret’, ‘obrat’), a termin *shema* u grč. je značio položaj tijela, držanje ili stav, posebice govornikov. Dok su sheme postupci na planu izraza, tropi mijenjaju plan sadržaja. U određenju tropa supostojе dva viđenja: prvo je da se u tropima događa promjena značenja riječi, a drugo da tropi nastaju zamjenom riječi (Ivas, 2004). Beker (1997), pak, tvrdi da govorimo o tropu kada se riječi prenose iz svog prvobitnog značenja u neko drugo, a o figuri kao o govornom obliku koji se samo udaljava od običnog načina izražavanja. Prema Bakaršić-Katnić (2001) kod tropa se osnovna devijacija realizira na semantičkom planu, kod ostalih figura osnovna se devijacija realizira na fonemsko-grafičkom ili sintaktičkom planu.

Različiti su načini klasificiranja tropa. Kvintilijan (1985) definira trope kao umjetničku promjenu pravog značenja riječi ili fraze u drugo značenje. Taj je predmet izazvao brojne rasprave o podjeli tropa na rodove i vrste, o njihovu broju, što je zanimljivo jer su te rasprave aktualne i u naše vrijeme. Uslijed temeljna nepoznavanja dijalektike Kvintilijan je razlikovao čak dvanaest različitih vrsta tropa: metaforu, sinegdohu, metonimiju, antonomaziju, onomatopeju, katakrezu, metalepsu, epitet, alegoriju, perifrazu, hiberbaton i hiperbolu iako postoje samo četiri osnovna načina promjene doslovnoga značenja riječi. To su „metonimija, tj. premještanje s uzroka na posljedicu, s glavnog na sporedno, ili obrnuto; ironija, tj. prelazak neke stvari u svoju suprotnost; metafora, tj. usporedba; sinegdoha, tj. prelazak s cjeline na dio ili s dijela na cjelinu“ (Meyer i sur., 2008:110).

Zanimljiva su klasificiranja drugih autora, primjerice Burkea (1969) koji govori o četiri glavna tropa (*four master tropes*). Prema njegovu mišljenju, osnovni su tropi

metafora (uključujući personifikaciju i alegoriju), metonimija, sinegdoha (uključujući antonomaziju kao specifični oblik sinegdoha) te ironija. Ironija se izdvaja od ostala tri tropa jer je heterogenija, raznorodnija, što znači da uključuje prozodiju, geste i/ili mimiku. Tropima se još smatraju perifraza, litota, hiperbola i emfaza, koje su kao ironija mnogo heterogenije. Zapravo se često i deriviraju iz tri osnovna tropa. Perifraza se može, npr., realizirati kao antonomazija, sinegdoha, metafora, alegorija i sl.

Uzimajući u obzir odnos između onoga što je izrečeno ili napisano i onoga što se pod tim mislilo, Heinrich Lausberg (1998:64-79) razlikuje dvije vrste tropa. Tropi tzv. pomicanja, preklapanja granica (engl. *shifting boundaries*) sastoje se od pomicanja granica susjednih semantičkih polja ili granica unutar jednog te istog semantičkog polja. Ti su tropi određeni odnosom između onoga što je rečeno ili napisano i onoga što se misli. Prema tome, podijeljeni su u dvije potkategorije. Perifraza, litota, hiperbola, emfaza, antonomazija i sinegdoha su prva potkategorija. Konstituirane su pomicanjem granica unutar semantičke sfere. Druga potkategorija uključuje odnos susjedstva. Tipično je predstavljen metonimijom. Drugi tip tropa zove se preskakajući (engl. *leaping trope*). U usporedbi s tropima koji uključuju preklapanje granica, preskakajući tropi temelje se na skoku iz jedne semantičke sfere u drugu koja nije susjedna prvoj. Tradicionalno se metafore, alegorija i ironija smatraju preskakajućim tropima. Njihovo se značenje nalazi u semantičkoj domeni koja se jasno razlikuje od onoga što je zaista rečeno ili napisano. U konkretnoj retoričkoj analizi, jasna razlika između dva tipa tropa nije uvijek moguća.

Ivas (2004) trope dijele u pet skupina. Prva skupina odnosi se na trope koji nastaju zamjenom po sličnosti značenja (usporedba, metafora, personifikacija i antonomazija). Druga je skupina tropa koji nastaju zamjenom po uzročno-posljedičnoj, prostornoj, vremenskoj ili nekoj drugoj vezi (metonimija i sinegdoha). Treću skupinu čine metaforičko-metonimijski tropi (perifraza i opisi tjelesnih pokreta i držanja), četvrtu skupinu čine tropi koji nastaju zamjenom po suprotnosti (ironija), petu – tropi koji nastaju po jačini (hiperbola, litota) te na kraju dvosmislice i aluzije.

1.3. Tropi u publicističkom stilu

U novinama se javljaju obilježja publicističkoga¹ stila², prema Siliću (2006) jednog od najteže odredljivih funkcionalnih stilova. Taj je stil svojevrsan *hibrid* (Pranjić, 1968) u smislu da preuzima obilježja drugih funkcionalnih stilova (književno-umjetničkog, znanstvenog, administrativnog i razgovornog), već prema tome u kojem

1 Silić (2006) ovaj stil naziva novinarsko-publicističkim, Katnić-Bakaršić (2001) žurnalističkim, a Tošović (2002) publicističkim.

2 Ovdje treba razlikovati pojmove stil i diskurs. Stil je trag što ga u iskazu, diskursu ili tekstu mogu ostaviti bilo zemljopisno ili nacionalno ili civilizacijsko ili kulturalno podneblje, književnopovijesno razdoblje, društveni stalež, struka, književni pravac, autorovo podrijetlo i sl. (Biti, 1997:377), a diskurs označuje spontani, improvizirani govorni istup neodređene duljine i intersubjektivnoj situaciji rasprave (Biti, 1997:58).

je „žanru publicističkog stila (informativnom, analitičkom ili književno-umjetničkom) i je li naslovljeni tekst vijest, izvještaj, članak, uvodnik, pismo, prikaz, pamflet, feljton, intervju ili kronika“ (Ivas, 2004:11).

Opće su funkcije novinarskih medija (novina, radija i televizije) informativna, propagandna, popularizatorska, prosvjetiteljstva, agitativna, pedagoška i zabavna. Dakle, u novinskom tekstu dolaze do izražaja zahtjevi publicističkoga stila: s jedne strane informativnost i jasnoća (zadovoljenje zahtjeva dostupnosti informacije i usklađenost s brzinom proizvodnje i recepcije informacije), a s druge strane privlačenje pozornosti, zabavljanje te agitacija i propaganda (Tošović, 2002:241, 245, 246).

Publicistika zahtjeva određeni stil izražavanja. Stil treba biti u dostupnoj, razumljivoj formi i tako predstaviti sadržaj. Nekad je potrebno na primatelja poruke emocionalno utjecati pa se primjenjuju sredstva djelovanja kao što su tropi i stilske figure. Taj izraz nije monolitan niti se njegov autor može svesti na jednu dimenziju: publicist je i političar, i istraživač, i umjetnik (Tošović, 2002). Zbog složenosti svoje djelatnosti, ovaj stil, dakle, traži i uporabu neutralnih (stilski neobilježenih) i ekspresivnih (stilski obilježenih) jezičnih sredstava. Po uporabi ekspresivnih jezičnih sredstava nalazi se odmah iza književno-umjetničkoga stila. „Neutralna jezična sredstva načelno prevladavaju u informativnim, popularizatorskim, prosvjetiteljskim i pedagoškim žanrovima (kao što su vijest, komentar, kronika, recenzija, reportaža i sl.), dok ekspresivna sredstva češće nalazimo u propagandnim, agitativnim i zabavnim žanrovima (kratka priča, humoreska, esej, feljton i sl.)“ (Silić, 2006:77). Ovim su istraživanjem obuhvaćene i jedna i druga skupina žanrova.

U publicističkom stilu često se javljaju karakteristični izrazi, koji se nazivaju žurnalizmima. Mnogi su od njih nastali izvan publicističkoga stila, primjerice u politici, sociologiji, ekonomiji, pravu, itd., ali su se u njemu ustalili. Npr.

*zahlađeni odnosi, neriješeno pitanje, strateško pitanje, strateški interes, baviti se mutnim poslovima, podgrijavati atmosferu, držati situaciju u rukama, grcati u dugovima*³, itd. Uporaba ustaljenih figura često se zamjera publicističkom stilu, ali s druge strane neke šablone predstavljaju sredstvo koje pojednostavljuje čitateljevo razumijevanje. Može se reći da je automatizacija jezičnih sredstava jedna od ključnih karakteristika ovoga stila te je po tome suprotstavljen književno-umjetničkom ili reklamnom stilu.

Kako je publicistika samo produžena ruka politike, mnoge se odlike njezina stila preklapaju s onim političkog diskursa, a tako i uporaba tropa.

³ Primjeri preuzeti iz Silić, 2006:92.

2. ISTRAŽIVANJE

U radu se analizira figurativnost publicističkog stila. Analizom su obuhvaćene četiri hrvatske dnevne novine, prema anketama⁴ dostupnim na internetu najčitanije u Hrvatskoj: *Večernji list*, *Slobodna Dalmacija*, *Jutarnji list* i *24 sata*.

Korpus je skupljan sustavno i u njemu su podjednako zastupljene sve četiri novine, po deset brojeva⁵, svake u razdoblju od 2. 12. 2010. do 1. 2. 2011. Ukupno su pregledane i analizirane 2364 stranice dnevnoga tiska (598 stranica *Večernjeg lista*, 480 stranica *Slobodne Dalmacije*, 640 stranica *Jutarnjeg lista* te 646 stranica *24 sata*). U korpus nisu ušle reklame ni zabavni prilozi.

Uz standardne rubrike: vijesti iz zemlje i svijeta, lokalna, kulturna i sportska događanja, obuhvaćeni su i vikend-prilozi kulturnog, sportskog i političkog sadržaja: *Spektar Slobodne Dalmacije*, *Magazin Jutarnjeg lista*, *Automoto* prilozi i sl. Dakle, radi se o različitim žanrovima publicističkog stila: informativnom, popularizatorskom, prosvjetiteljskom i pedagoškom žanru s jedne strane, koji se smatraju manje stilski obilježenima te propagandnom, agitativnom i zabavnom žanru s druge strane s više stilskih obilježja.

Cilj je ovoga rada bio utvrditi zastupljenost retoričkih tropa u hrvatskim dnevnim novinama, utvrditi koji je trop najčešći i na koncu utvrditi koja je novina najfigurativnija. Pretpostavilo se da su tropi uobičajeni u publicističkom stilu, a da je vrlo vjerojatno najčešći trop metafora.

Iako je najveći broj novijih istraživanja, posebno u kognitivnoj lingvistici, posvećen metafori, ne može se reći da ima manje ili više atraktivnih figura. U radu se identifikaciji tropa pristupa sa stajališta klasične retorike, odnosno stilistike. Rad se temelji na pojednostavljenoj Kvintilijanovoj podjeli tropa. Nije analizirano svih dvanaest tropa, već samo metafora, metonimija, sinegdoha, antonomazija, perifraza. Hiperbola, alegorija, personifikacija, hiperbola, ironiju, litota i epitet uključeni su u kategoriju *ostalo*.

3. REZULTATI I RASPRAVA

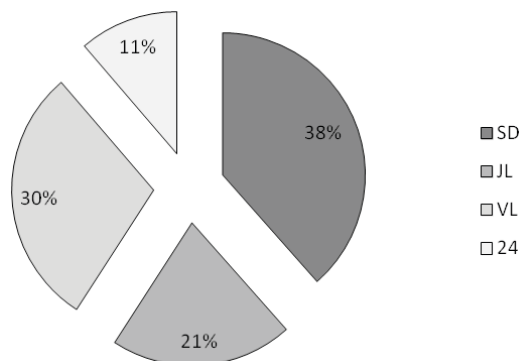
U istraživanju su izdvojena 964 tropa. Nije uvijek bilo lako odrediti razliku među njima, posebno između metafore i metonimije; neki su primjeri bili dvojni, odnosno ono što je metafora ujedno je i personifikacija i sl. Vrlo se često i u teoriji isti tropi svrstavaju u različite kategorije. Što zbog nesuglasja među samim teoretičarima, što zbog brojnosti primjera, tropi u ovom radu razvrstani su u šest kategorija⁶: *metafora*, *metonimija*, *sinegdoha*, *antonomazija*, *perifraza* i kategorija *ostalo* koja uključuje

4 <http://www.jutarnji.hr/jutarnji-list-najcitaniji--slijedi-vecernji-pa-24-sata/150007/>;
<http://www.poslovniforum.hr/about02/sd32.asp>.

5 Točni brojevi novina navedeni su u popisu literature.

6 Već je ranije rečeno da je u radu preuzeta pojednostavljena Kvintilijanova podjela tropa.

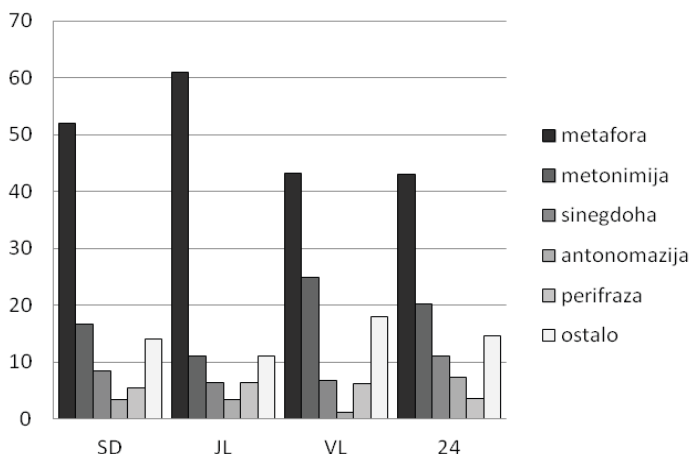
hiperbolu, alegoriju, personifikaciju, hiperbolu, ironiju, litotu i epitet. Slijede ukupni rezultati, a za početak se donosi prikaz zastupljenosti tropa u pojedinim novinama (Slika 1).



Slika 1 Zastupljenost tropa u pojedinim dnevnim novinama

Slika 1 prikazuje u postocima odnos u pojavnosti tropa u pojedinim dnevnim novinama. Tropi su najzastupljeniji u *Slobodnoj Dalmaciji*, gdje je pronađen čak 371 trop što je 38,5%. Slijedi *Večernji list* s 285 primjera što je 29,6%, 10% manje ima *Jutarnji list*, a na posljednjem mjestu su *24 sata* s 11,3%.

Na sadržaj korpusa utjecali su i događaji aktualni u promatranom razdoblju. U ovom se slučaju to prvenstveno odnosi na zbivanja oko bivšega premijera Sanadera i Svjetsko rukometno prvenstvo u Švedskoj. Iduća slika prikazuje zastupljenost pojedinog tropa u svakom listu.



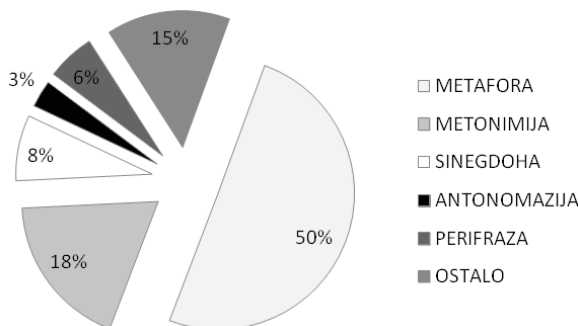
Slika 2 Zastupljenost pojedinog tropa u odnosu na sve trope po listu

Tablica 1 Zastupljenost pojedinog tropa u odnosu na sve trope po listu

	metafora	metonimija	sinegdoha	antonomazija	perifraza	ostalo
SD	193/371= 52%	62/371=16,7%	31/371=8,4%	13/371=3,5%	20/371=5,4%	52/371=14%
JL	122/199= 61%	22/199=11,1%	13/199=6,5%	7/199=3,5%	13/199=6,5%	22/199=11,1%
VL	123/285=43,2%	71/285= 24,9%	19/285=6,7%	3/285= 1,1%	18/285=6,3%	52/285=17,9%
24	47/109=43,1%	22/109=20,2%	12/285=11%	8/109=7,3%	4/109=3,7%	16/109=14,7%

Iz Slike 2 i Tablice 1 vidi se da je u svim novinama najzastupljenija metafora. Više je ima u *Jutarnjem listu* (61%) nego u *Slobodnoj Dalmaciji* (52%), gdje je ukupan broj tropa veći. Metonimija je drugi trop po učestalosti: u *Večernjem listu* javlja se najčešće, od ukupnog broja tropa 24,9% primjera je metonimija, dok se u *Jutarnjem listu* metonimija javlja najrjeđe – 11,1%. Perifraza i sinegdoha imaju podjednaku zastupljenost, u prosjeku oko 6%. Antonomazija je najrjeđi trop; primjerice u *Večernjem listu* javlja se u tek u 1,1% primjera.

Iduća slika potvrđuje prevagu metafore u odnosu na ukupan broj tropa. Zastupljena je u čak 50% slučajeva (484 primjera). Slijedi metonimija s 18% primjera.

Slika 3 Postotak pojedine vrste tropa u odnosu na ukupan broj tropa

3.1. Metafora

Metafora je u ovom istraživanju najznačajniji trop. U 50% primjera radi se upravo o metafori. Dolazi od grč. μεταφορά u značenju 'prijenos' (Skok, II:387). Definira se kao „skraćena usporedba u kojoj je ono što se uspoređuje neizrečeno, ali jasno pretpostavljeno“ (Škarić, 2000:119) ili kao „zamjena/prenošenje imena/značenja s jedne stvari/triječi na drugu“ (Ivas, 2004:15). U ovom se istraživanju brojni tropi pa i metafore ponavljaju. Često nisu svježije, nego već upotrijebljene u nekom drugom kontekstu. To ih s poetskog stajališta čini manje vrijednima, ali razumljivima pa stoga i retorički vrjednijima. To su tzv. stalne ili okamenjene metafore. U istraživanju se od stalnih metafora javljaju: *dati zeleno svjetlo*, *okrenuti ploču*, *okrenuti novi list*,

uzeti dio kolača, val nasilja, biti na tapetu, tjerati vodu na svoj mlin, odriješiti kesu...
 Promjena značenja u metafori odvija se prebacivanjem iz jednog semantičkog polja u drugo. Što je veća udaljenost među semantičkim poljima, to je metafora originalnija. Najčešće semantičke domene koje se javljaju u publicističkom stilu su vojska i rat, sport, zdravlje, bolest i medicina, putovanje i promet, prehrana, seksualnost, gradnja, povijest, mitovi i folklor, poljoprivreda i astronomija.

Evo nekih primjera⁷ iz istraživanja za pojedina semantička polja:

promet

...nakon zelenog svjetla Odbora za obranu...

...treba uzeti s nešto rezerve, odnosno kao podizanje ručne kočnice...

... oni su malo izgubili kompas...

...mogao bi poput lokomotive i druge sektore izvući iz krize...

... Jusup lutao i Zadra izbacio iz tračnica...

astronomija i meteorologija

...na lokalnom nebu zasjat će nova nadolazeća zvijezda⁸...

...700 tisuća potpisa bačeno je u vjetar...

... odlučio je dati petama vjetra...

... otpuhao je svoje protivnike...

...propuh na vratima...

medicina

...Hajduk je začet u Pragu, rođen u Splitu...

...Mladi Jastreb pogodio je bilo naroda...

...otvorena rana liječi se solju i paprom⁹...

gradnja

...vlast mu se iz temelja drma...

...dva je mjeseca na terenu glumio buldožer¹⁰...

povijest, mitovi, folklor

...valjda nije sve to Potemkinovo selo...

...Pandorina kutija počela se otvarati...

...ma to je Sofijin izbor...

...a studenti ne žele postati Pavlovljevi psi koji misle na zvuk tržišnog zvonca...

...protiv mene i moje obitelji provodi se medijski lov na vještice...

7 U radu nisu navedeni svi pronađeni primjeri. Od 964 izdvojeni su samo najzanimljiviji za svaku kategoriju.

8 Riječ je o Kristijanu Petricu, mladoj nadi županijskog HDZ-a, koji bi s vlasti trebao skinuti Krunu Peronju.

9 Ovdje bivša premijerka Kosor misli na unutarstranačke probleme, točnije ispad Vladimira Šeksa.

10 Odnosi se na Igora Štimca i njegovo ponašanje tijekom izbora u HNS.

gastromomija

...a iz njegove kužine izlaze **dobro skuhane kritike** političarima, u svojoj kužini ...s velikim zadovoljstvom zapapri neprijateljima...

... **uhvatiti vruć krumpir** na godinu dana...

... a isto poslijepodne **gutao je knedle**...

... Španjolac je **dolio ulje** na vatru...

... radnike **s rukama u pekmezu**

sport

...paralelni **slalom u politici** i odvjjetništvu...

...**trče se posljednji metri** do 17. prosinca...

...u živoj raspravi Šukeru je **pobjegla lopta** što mu se u karijeri nije događalo...

...počelo **drugo poluvrijeme života**...

...Mamić je odlučio **povući se u zalede**...

...ovo je **pitanje** u pravom smislu bilo **ispod pojasa**...

poljoprivreda

...i u tehnologiji treba **odvojiti žito od kukolja**...

... **siječanjaska žetva** Ivice Kostelića¹¹...

...aktualnom **čišćenju HDZ-ovih štala**¹²...

3.2. Metonimija

U ovom istraživanju metonimija je drugi trop po zastupljenosti. Javlja se u 18% primjera. To je „trop kojim se nešto izriče riječju drugog značenja koje je u odnosu s prvim. To mogu biti odnosi uzrok-posljedica, ono što sadrži umjesto sadržaja, znak umjesto označenoga, apstraktno za konkretno i sl.“ (Škarić, 2000:121). Dolazi od grč. *μετωνομία*, a može se tumačiti, slično metafori, kao zamjena imena ili značenja riječi. Za razliku od metafore „zamjena nije po odnosu sličnosti, nego po bilo kojoj drugoj iskustvenoj povezanosti: prostornoj, vremenskoj, uzročno-posljedičnoj, simboličkoj, itd.“ (Ivas, 2004:19). Oba su uspoređivana predmeta u istom prostoru i vremenu pa se ostaje u istom semantičkom polju.

U novinarskim žanrovima česte su zamjene metonimijskoga karaktera: *parket* za košarkaško igralište, *cibonaši* za igrače Cibone, *zlatni* za dobitnici zlatne olimpijske medalje. Omiljena je sportskim novinarima. Evo nekih primjera iz istraživanja:

- *Putin je demantirao sve tvrdnje iz depeše i upozorio Ameriku da ne gura nos u poslove Rusije.*

11 Ivice Kostelić uspio je skupiti 999 bodova za ukupnu pobjedu u Svjetskom kupu.

12 U političkoj metaforici jako se često spominju Augijeve štale. Od antičkog vremena predstavljale su sinonim za prljavštinu, nebrigu i zapuštenost koja se zbog dubokog unutrašnjeg gubitka ravnoteže ne može ukloniti običnim čišćenjem. Ovdje se može govoriti i o parafrazi, ali i o drugom semantičkom polju – povijest, mitovi, folklor.

- *Sutra suhe špine*¹³...
- *Tada bi, izgledno je, čaršija*¹⁴ nju želi, ministricom mogla biti Andreja Zlatar.
- *Nijedna kapa*¹⁵ pod kojom je počinjen zločin nije lijepa, bez obzira jesu li na njoj četnička, partizanska ili ustaška obilježja.
- *Dolje Mubarak, diktator se ne da maknuti iz svoje fotelje*...
- *Čak 75.000 nezaposlenih moglo bi završiti na ulici*...
- *...da upozore beli Zagreb grad*...
- *Da bi HDZ mogao i dalje manipulirati Splitom*...
- *Najbrojnija kolonija hrvatskih iseljenika ovdje je umaknula pod maršem komunističke čizme*...
- *Tirana ključa*...
- *Dan poslije je izvijestio Washington*...
- *Tko se nađe pod perom zloglasnog životopisca.*
- *Osigurala je proljeće u europskoj ligi*...
- *Vatrena navijačica Medvjeda*...

3.3. Sinegdoha

Sinegdoha se u ovom istraživanju javlja u 8% primjera. Smatra se „podvrstom metonimije, iskazuje odnos dio-cjelina, manje-više“ (Škarić, 2000:122). Dolazi od grč. *συνεκδοχή* u značenju ‘uzeti s nečim drugim’. Kao i metonimija, funkcionira na brisanju konteksta. Tri su glavne supkategorije sinegdoha (Reisigl, 2006): *pars pro toto* (dio stoji za cjelinu), *singularis pro plurale* (jedinina stoji za množinu) i *specie pro genus* (gdje vrsta stoji za rod) te obrnuto.

- *sutra suha špina*¹⁶ u domaćinstvu
- *prijateljstvo između Dalmacije i Slavonije*
- *nastradao pod kotačima kamiona*
- *njezina noga više neće kročiti u Beograd*
- *želi spasiti vlastitu kožu*
- *nasilje je uselilo u učionice*
- *natjerao neke od njih da okrenu leđa*
- *važno je da su se svi vratili na svoja ognjišta*
- *vratiti dostojanstvu hrvatskom čovjeku*
- *predstavnici Udruga moraju skupiti svoje glave*

13 Ovdje je riječ o prestanku vodoopskrbe na određeno vrijeme pa *špine* stoje kao metonimijska zamjena za domaćinstva.

14 Metonimija po simboličkoj povezanosti, a *čaršija* ovdje znači utjecajni ljudi, njihovo djelovanje i moć koju imaju na javnost.

15 *Kapa* - simbolička povezanost različitih ideologija.

16 Odnos jednina – množina.

3.3. Antonomazija

Od pojedinačno analiziranih tropa, antonomazija se javlja najrjeđe, u samo 3% primjera. Zanimljiva je ta mala pojavnost antonomazije u analiziranim novinama u ovom istraživanju, kada se zna da antonomazija najčešće i nastaje u publicističkom diskursu. Prema Škariću (2000:123) u „antonomaziji se osobno ime zamjenjuje nekim atributom“. Dolazi od grč. riječi *αυτονομασία* < *αυτι* ‘protu’, *ὄνομα* ‘ime’. „Nastaje kad se umjesto svojstva upotrijebi ime onoga koji je po tom svojstvu poznat“ (Ivas, 2004:19). Može se govoriti o dva tipa antonomazija (Grgić i Nikolić, 2011): antičkoj ili metonimijskoj te vosijanskoj ili metaforičnoj. U antičkoj dolazi do zamjene vlastitog imena općom imenicom (apelativom), epitetom ili perifrazom (npr. *Profesor* za Ivicu Kostelića), a u vosijanskoj se događa suprotni postupak, apelativu – skupu osobina daje se vlastito ime (npr. *George Clooney* za zgodnog muškarca). Donose se primjeri iz istraživanja:

- *priča o splitskom dr. Jakyllu i mr. Hydeu, odnosno gradonačelniku Kerumu i poduzetniku Željku*
- *ondašnji Vakula*
- *cijela država traži beskrupulozni prevarantski par, hrvatske Bonnie i Clyde*¹⁷...
- *jer slaba je utjeha ako nakon tragedije neka hrvatska Erin Brokovich bude utjerivala pravdu...*
- *Profesor gazi i dalje*
- *gostovanje udovice ratnog zločinca*
- *Kerumovoj družici dozlogrdilo*
- *dalmatinski kralj otpada*¹⁸
- *borbeni poklič sina Neretve*¹⁹
- *div sa Šalate*²⁰

3.4. Perifraza

Dolazi od grč. riječi *περίφρασης* < *περί* ‘okolo’, *φρασης* ‘govor’. Perifraza je „definicija koja se kazuje umjesto naziva za nešto“ (Škarić, 2000:123). Može se definirati i kao „izricanje sadržaja dužim izrazom, umjesto uobičajenim kraćim; obično se kaže neko svojstvo ili kraća definicija predmeta umjesto da ga se imenuje“ (Ivas, 2004). Zamjena može biti: metonimijska, npr. *grad košarke* za Zadar, *grad na četiri rijeke* za Karlovac, *grad na Dravi* za Osijek, ali i metaforička, npr. *crno zlato*, *bijela kuga*, *kralj popa*.

17 Tadašnji ministri iz Zadra - Lovrin i Kalmeta.

18 Miho Zrnić Marinović

19 Igor Štimac

20 Ivo Karlović

Evo nekih primjera iz istraživanja:

- *do tada je u Hrvatskoj **bijeli sport** na ledu*
- ***pod Biokovom** će se školovati budući treneri*
- *zatvaranje **ljepotice s Laništa**²¹*
- *autor one **tumorske izrasline u središtu Zagreba**²²*
- *debakl **kolijevke nogometa***
- ***grad pod Srđem***
- *Velika Britanija, **zemlja koja je stvorila radničku klasu***
- *stanovnike **podno Španjole***
- *ni bura nije omela **one što oru modru brazdu***

4. ZAKLJUČAK

Prema rezultatima istraživanja najfigurativniji je list *Slobodna Dalmacija* s 38,5% tropa od ukupnog broja tropa u korpusu.

Metafora se, prema očekivanjima, pokazala najzastupljenijim tropom. Čak 50% pronađenih primjera upravo su metafore. Najčešća semantička polja su sport i vojska. Kako je publicistički diskurs često produžena ruka politike, tako nije čudo da prenosi i figurativnost iz političkog diskursa. Uz to, u istraživanju se često javljaju semantička polja gastronomije, mitova, folkloru i meteorologije. Slijedi metonimija s 18% i sinegdoha s 8% zastupljenosti. Svojevrsno iznenađenje je mala pojavnost antonomazije u korpusu (javlja se u samo 3% primjera), kad se zna da je to trop koji najčešće nastaje u analiziranom funkcionalnom stilu.

Iz ovoga se istraživanja može zaključiti da se publicistički stil odlikuje figurativnošću izraza. Ovisno o funkciji ovoga stila, informativnoj, prosvjetiteljskoj ili agitativnoj, taj je figurativni izraz više ili manje originalan odnosno više ili manje ustaljen. Tropi koji se javljaju u publicističkom stilu, naročito u naslovima nisu uvijek poetični, više su retorični, što znači da smisao prenose brzo i jasno, ali i da implikacijom prenose autorov svjetonazor i potvrđuju njegov stav. Samim time, to su češće ustaljeniji izrazi. U retoričkoj ulozi se i očekuje da trop djeluje kao prenosnica, da ubrza komuniciranje, objasni i podupre tvrdnju, dok u poetskoj ulozi češće djeluje kao prepreka i enigma, svladavanje i rješavanje koje se nagrađuje dodatnim značenjem, i naročito, estetskim užitkom.

Novinari bi svjesno trebali odlučivati hoće li ili neće upotrijebiti kakvu figuru ili trop u svojim tekstovima. Put do čitatelja svakako je atraktivniji preko teksta koji njima obiluje. Novinari bi stoga trebali težiti češćoj uporabi figura i tropa, a sudeći prema rezultatima ovoga istraživanja to uistinu i čine.

21 Arena Zagreb

22 Centar Cvjetno

Literatura

Citirana literatura

- Beker, M. (1997) *Kratka povijest antičke retorike*, Zagreb, ArTresor naklada.
- Benčić, Ž. (1995) Antonomazija. U: Fališevac, D. I Benčić, Ž. (ur.), *Tropi i figure*, Zagreb, Zavod za znanost o književnosti, str. 89-218.
- Biti, V. (1997) *Pojmovnik suvremene književne teorije*, Zagreb, Matica hrvatska.
- Burke, K. (1969) *A Rhetoric of Motives*, University of California Press.
- Ivas, I. (2004) Tropi u novinskim naslovima, *Medijska istraživanja*, 10: 9-34.
- Grgić, A., Nikolić, D. (2011) Upotreba i prepoznavanje antonomazija - usporedba mlađih i starijih govornika, *Govor* 28, 1; 25-43.
- Katnić-Bakaršić, M. (2001) *Stilistika*, Sarajevo, Ljiljan.
- Kvintilijan, M. F. (1985) *Obrazovanje govornika*, Sarajevo, Veselin Masleša.
- Lausberg, H. (1998) *Handbook of Literary Rhetoric: A Foundation for Literary Study*. Leiden, Boston, Köln, Brill.
- Meyer, M., Carrilho, M. M., Timmermans, B. (2008) *Povijest retorike od Grka do naših dana*, Zagreb, Disput.
- Pranjić, K. (1968) *Jezik i književno djelo*, Zagreb, Školska knjiga.
- Reisigl, M. (2006) Rhetorical Tropes in Political Discourse. U: Brown, K. (ur.), *Encyclopedia of Language and Linguistics (2nd Edition)*, Amsterdam, Elsevier LTD, str. 597-604.
- Silić, J. (2006) *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*, Zagreb, Disput.
- Škarić, I. (2000) *Temeljci suvremenog govorništva*, Zagreb, Školska knjiga.
- Tošović, B. (2002) *Funkcionalni stilovi*, Graz, Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität.

Korištene novine

Večernji list

Brojevi: 02.12.2010., 03.12.2010., 04.12.2010., 05.12.2010., 06.12.2010., 21.12.2010., 22.12.2010., 23.12.2010., 27.12.2010., 31.12.2010., 01.01.2011.

Jutarnji list

Brojevi: 03.01.2011., 04.01.2011., 1.01.2011., 22.01.2011., 24.01.2011., 25.01.2011., 26.01.2011., 27.01.2011., 28.01.2011., 29.01.2011.

Slobodna Dalmacija

Brojevi: 03.01.2011., 21.01.2011., 22.01.2011., 23.01.2011., 24.01.2011., 25.01.2011., 30.01.2011., 31.01.2011., 01.02.2011., 02.02.2011.

24 sata

Brojevi: 14.01.2011., 15.01.2011., 16.01.2011., 17.01.2011., 26.01.2011., 27.01.2011., 29.01.2011., 30.01.2011., 31.01.2011., 01.02.2011.

Anita Runjić-Stoilova

Department of Croatian Language and Literature

Faculty of Philosophy, University of Split

RHETORICAL TROPES IN CROATIAN DAILY NEWSPAPERS**Summary**

In this paper figurativeness in Croatian daily newspapers has been analyzed. The goal was to establish the most represented tropes in the journalistic discourse and also to explore which newspaper is the most figurative. Rhetorical tropes are figurative nonliteral expressions that involve a turn of meaning. They can be translated into another term, which, from the logical perspective, has correct or proper meaning. Usage of tropes is internally motivated by the need for word formation, poetics and term adequacy (Škarić, 2000:119). However, tropes are very common in everyday language. In contrast to other figures of speech (e.g., figures of repetition like anaphora, epiphora, alliteration etc.), tropes are said to be more closely related to content than to form or structure. Rhetorical tropes in this paper are divided according to the traditional but simplified Quintilian's classification (Quintilian, 1985): metaphor, metonymy, synecdoche, antonomasia, periphrasis and other which includes hyperbole, allegory, personification, irony, litotes and emphasis. The analyses include four daily newspapers: Večernji list, Jutarnji list, Slobodna Dalmacija and 24 sata. 964 tropes are singled out and the results show that tropes most often appeared in Slobodna Dalmacija. Furthermore, metaphor is analyzed and outlined in the journalistic discourse as one of the master tropes.

Key words: *antonomasia, daily newspaper, figures (schemes), metaphor, metonymy, periphrasis, synecdoche, tropes*