

Jezik i stil blogova

Ravlić, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:817735>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Preddiplomski studij hrvatskog jezika i književnosti i pedagogije

Iva Ravlić

Jezik i stil blogova

Završni rad

Mentorica: doc. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Osijek, 2020.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet Osijek
Odsjek za hrvatski jezik i književnost
Studij hrvatskog jezika i književnosti i pedagogije

Iva Ravlić

Jezik i stil blogova

Završni rad

Humanističke znanosti, filologija, kroatistika

Mentorica: doc. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Osijek, 2020.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravila te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni. Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasna da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku 1. rujna 2020.

Jva Ravlić, 0122227855

Sažetak

U suvremenom društvu internet je postao medij kojim se odvija svakodnevna komunikacija. *Blogovi*, odnosno internetski dnevnici predstavljaju tekstualni medij u kojima autori periodično bilježe različite priloge o svakodnevnim temama. Na temelju korpusa analiziran je jezik *blogova*, a stil pisanja povezan je s nekim od funkcionalnih stilova hrvatskoga jezika. S obzirom na to da je temelj komunikacijskog procesa prijenos misli i poruka, jezik i stil *blogova* sličan je razgovornom, neusiljenom načinu komuniciranja pa ga se može povezati s razgovornim funkcionalnim stilom hrvatskoga jezika. Naslovima *blogova* privlači se pozornost čitatelja pa često sadrže upadljive riječi, poslovice, izreke, dijalektizme, žargonizme ili igre riječima. Tako *blogovi* sadrže i karakteristike novinarsko-publicističkog stila. *Blogove* obično pišu ljudi različitih zanimanja i struka pa se u njima mogu pronaći brojni žargonski izrazi. Iz primjera je vidljivo da žargonizmi *blogova* najčešće ovise o urbanoj sredini iz koje autor potječe.

Ključne riječi: internet, blogovi, razgovorni funkcionalni stil, novinarsko-publicistički stil, žargon

Sadržaj

1. UVOD	1
2. O JEZIKU BLOGOVA	2
3. RAZGOVORNI STIL	6
3.1. KARAKTERISTIKE RAZGOVORNOG STILA U HRVATSKIM BLOGOVIMA.....	7
4. NOVINARSKO-PUBLICISTIČKI STIL	10
4.1. KARAKTERISTIKE NOVINARSKO-PUBLICISTIČKOG STILA U HRVATSKIM BLOGOVIMA.....	11
5. ŽARGON	13
5.1. POJAVA ŽARGONIZAMA U BLOGOVIMA.....	14
6. ZAKLJUČAK	17
7. LITERATURA I IZVORI:	18

1. UVOD

Hrvatski jezik je sustav u kojemu se mogu utvrditi jezični znakovi te različiti odnosi unutar njih. Hrvatski jezik obuhvaća mjesne govore, gradske govore i žargone te hrvatski standardni jezik. Za razliku od mjesnih govora i žargona, standardni je jezik „sustav uređen eksplicitnom (svjesnom, planskom) normom, tj. pravilima (pravopisom i gramatikom) i popisom (normativnim rječnikom)“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 19).

Standardni jezik je polifunkcionalan, funkcionira onako kako je društvu potrebno u određenim uvjetima ili situacijama. Funkcije standardnog jezika nazivaju se funkcionalni stilovi. U hrvatskom jeziku razlikuje se pet funkcionalnih stilova: znanstveni, administrativno-poslovni, novinarsko-publicistički, književnoumjetnički te razgovorni stil. Svaki stil ima svoje karakteristike, no to ne mora nužno značiti da pravila jednog funkcionalnog stila nisu pravila drugoga i obrnuto (Silić, Pranjković, 2007: 375).

Riječ *blog* (skraćeno od *web log* – *web mreža*, *log* (brodski) dnevnik) engleska je riječ koja „označava mrežnu stranicu s člancima u kojima autor izražava svoje mišljenje o čemu, iznosi svoja iskustva obično pisana u vremenskome slijedu te prikazana tako da se najnoviji članci nalaze na vrhu stranice. Smatra se da je umjesto te riječi u hrvatskome standardnom jeziku bolje upotrebljavati izraz *mrežni dnevnik* ili *internetski dnevnik* (<http://jezicni-savjetnik.hr/>).

Cilj je rada prikazati jezik i način komunikacije u hrvatskim *blogovima*, zatim opisati značajke razgovornog i novinarsko-publicističkog funkcionalnog stila te njihove karakteristike povezati s člancima *blogova*. U radu će se opisati i žargon te prikazati koji se žargonizmi pojavljuju u hrvatskim *blogovima*.

2. O JEZIKU BLOGOVA

U suvremenom svijetu internet je postao najčešći komunikacijski medij što je izazvalo zanimanje i razvoj znanstvenih istraživanja, ne samo informatičkih, već i psiholoških, socioloških, književnoteorijskih i brojnih drugih. Za lingvistička istraživanja zanimljivo je proučavanje hrvatskoga internetskog nazivlja, zatim proučavanje hrvatskog jezika koji se nalazi na internetu te proučavanje uloge interneta u nastavi hrvatskoga jezika. Zbog popularnosti interneta u hrvatski se jezik uvode novi nazivi, šire se anglizmi, pokrate i kratice u općemu jeziku, a sve je češća uporaba i osjećajnika (emotikona) kojim se izražavaju emocije (Halonja, Mihaljević, 2012: 9–10). Komunikacija na internetu može se odvijati elektroničkom poštom (*e-mail*), webom (*World Wide Web*), globalnim čavrljanjem (IRC), daljinskim preuzimanjem datoteka (FTP), dostavnim listama (*mailing lists*), radom u korisničkim skupinama (*Usenet*), internetskim telefoniranjem (IP), forumima, blogovima, *Facebookom* te *Twitterom* (Filipan-Žignić, 2012: 22).

Blogovi su stranice koje sadrže različite zapise *blogera* na zajedničkoj *web* stranici. Sadržaj vrlo često opisuje svakodnevni život njihovih autora, služe za prenošenje različitih informacija te komunikaciju internetom (Kobashy, 2012). Obično se pišu u formi osobnih dnevnika te sadrže autorove stavove, mišljenja, razmišljanja i komentare čitatelja. Od tehničkih dodataka uz tekst se mogu dodati slike ili multimedijalni sadržaji. Prvi *blogovi* pojavili su se devedesetih godina dvadesetog stoljeća, a ljudi su već tada pisali o svojim svakodnevnim događajima čime je njihov život bio dostupan široj čitateljskoj publici (Lazović, 2012). Smatra se da je osnivač prvog *web* preglednika Marc Andeersen ujedno i začetnik *bloga*, a prema posljednjim rezultatima istraživanja u Hrvatskoj postoji više od milijun *blogova* od kojih je aktivno samo sto tisuća.

Filipan-Žignić (2012: 98) *blogove* dijeli na internetske dnevnike, suradničke *blogove*, regionalne, stručne, izvještajne te *blogove* koji služe za pripremu priredbi ili događaja. Za razliku od *web* stranica *blogovi* ne zahtijevaju znanje programiranja što znatno olakšava njihovo korištenje (Kobashy, 2012), a čitatelji mogu jednostavno pisati vlastite komentare o pročitanim sadržajima. Brže i jednostavnije snalaženje omogućava to što su tekstovi, kao i komentari čitatelja, obično poredani kronološkim redoslijedom (Lazović, 2012). Upravo zbog jednostavnosti korištenja te mogućnosti arhiviranja, objavljivanja, komentiranja te lakog povezivanja i umrežavanja različitih spoznaja i informacija *blogovi* se razlikuju od ostalih oblika internetske komunikacije. Komunikacija na *blogu* vrlo je slična onoj na *web* stranicama ili forumima, no ponekad se približava sinkronijskoj komunikaciji, za razliku od *weba* gdje se komunikacija odvija asinkronijski.

Iako postoje različite vrste *blogova*, osnovna je podjela na osobne i neosobne što u najvećoj mjeri utječe na jezik i stil pisanja tekstova. Osobni su *blogovi* spontani, sadrže znatno više povjerljivih i emocionalnih informacija čime se autori nastoje što više približiti čitateljima. Neosobni *blogovi* sadrže „elemente udaljenosti koji se ogledaju u činjenici da se radi o monološkim, javnim, stranim, neemocionalnim, konačnim tekstovima koji su vezani za situaciju i u kojima je prisutna fizička distanca“ (Koch i Oesterreicher, 1994: 558 prema Filipan-Žignić, 2012). Tako tekstovi osobnih *blogova* prikazuju veća odstupanja od norme standardnog jezika, primjerice pisanje samo velikim ili malim slovima, ponavljanje grafema i interpunkcije, česte su igre riječima te pisanje bez razmaka (Filipan-Žignić, 2012). Pronađeni su primjeri poput:

1. *Viču... i ne dao bog da netko slučajno stane ispred televizora.*
2. *Daj im utrljaj još malo soli na otvorenu ranu... Joj...baš poludim na to., Kakav show...u jednom trenu nismo imali više rezervne odjeće, posteljine...-čekanje u bolnici, infuzije...njihov strah, naš strah.*
3. *I onda ako ti se sviđa što ti tvoja nosnica signalizira, popijete cugu stišćući se za šankom, sve dok ti on ne predloži da odete skroz do DJ-a jer upravo kreće teža špicaaaaaaaaa!!!!*
4. *No, neki ipak kažu da ovo nije ludo, već neko – NOVO NORMALNO DOBA.*
5. *Nakon napornog radnog tjedna, nađeš se s barem pet, šest frendica (ok, može i Štefica) i to ne na kavi, već na svetom PPIPP (Pijemo Pivu Petkom Poslije Posla). I onda završite na bureku pred samu zoru jer znate da BEZ BUREKA, NEMA DOBROG IZLASKA.*
6. *Imala neku samonametnutu rutinu u svoja četiri zida, uz obvezno lajanje na balkonu: AJMEEEEEEE, DA MI JE SAD ĐIR DO CENTRAAAAAAAAAA!*
7. *I onda konačno krizni stožer proglasi DAN ANTIVIRUSNE BORBE PROTIV IZRASTA, i ti shvatiš da se život polako vraća u normalu.*
8. *Čak sam mu dala ime – MIŠO!*
9. *SLOM. DUŠE.*
10. *NE-MO-GU.*
11. *#ostanidoma*
12. *#sadsmosvikućanica.*
13. *Čovječe...?!*

U *blogovima* se pojavljuju i grafostilistički znakovi poput smješka i plačka koji su karakteristični za neosobne *blogove*, dok je za osobne *blogove* karakteristična uporaba osjećajnika čija je uloga prikazati emotivno stanje i osjećaje (Filipan-Žignić, 2012). Primjeri:

1. *Isto tako, kada je riječ o nečem ozbiljnom predložio je da se koristi znak :-(-.*
2. *Probajte, isplati se ;)*
3. *Ili bolje da kažemo: tko ne voli emojije?* 😊🤓😁😄
4. *Primjerice emoji ❤️ je možda jedan od najkorištenijih emojija općenito i umjesto njega radije koristite neki drugi emoji kako bi vaš email djelovao svježije i zanimljivo.*
5. *Evo par savjeta kako napraviti vodič za kupovinu darova* 😊
6. *I mi imamo taj osjećaj, ali naši blogovi koji sadrže riječ besplatno u naslovu u pravilu su uvijek čitaniji od onih bez te čarobne riječi* 😊
7. *Sve je dozvoljeno* 😊

Kod neosobnih *blogova* karakterističan je uglavnom standardnojezični leksik, dok se u osobnim *blogovima* mogu pronaći elementi razgovornog jezika, zatim anglizmi, dijalektizmi, vulgarizmi te izrazi individualiziranog jezika (Filipan-Žignić, 2012). Primjerice:

1. *Mom shaming ili u ovom slučaju posramljivanje roditelja koji očito nemaju drugog izbora proširilo se našim društvom brže od zaraze Covidom 19.*
2. *Gdje ste bili prije točno 24 sata? (Calm down Tony, pitam bezveze).*
3. *Ona je zarađivala više od njega – so what? Hellouuuu.*
4. *A da taj dan ne bi slučajno pao na radni dan i tako ne daj Bože u formi praznika postao neradni dan, strpali smo ga u nedjelju jer tad k'o fol mame imaju free day.*
5. *Jednostavno, whatsapp, messenger, ig direct i ostali, nisu službeni kanali komunikacije.*
6. *Krivi sestrin pogled, neoprane hlače, novi prišt na čelu, loša ocjena, neka mala nesuglasica s BFF... - whatever.*
7. *Kad upgrade nije samo upgrade nego postaje upgrade delux onda dolazi razdoblje selidbe.*
8. *Na ovo nismo mogli ostati cool – vrištali smo od smijeha, a i ona nam se pridružila nakon par trenutaka.*

9. *Snimi se kako pospremaš suđericu i share-aj u story na instagram ili TikTok.*
10. *A s druge strane po društvenim mrežama furati high society stil ili kako god ga nazvali.*
11. *Prodavao sam grudnjake, prao bazene, prodavao tupperware suđe, konobario u kafiću, kineskom restoranu, radio na telki, radiju, u turizmu...*
12. *I would like to propose a toast ima isti efekt. Na phila od Philadelphia već gledam tko dostavlja Philly cheese steak sendvič.*
13. *Lazanjice, njokice, linoladice, knedlice, palačinkice, štruklice, pitice, pudingići, štrudlice, we got white pussy, black pussy, Spanish pussy, yellow pussy, hot pussy, black pussy, cold pussy.*
14. *I ti duboko u sebi znaš da je sve to skupa takav jeftini bullshit koji mjesecima čitaš na sve strane...*
15. *Izvana cool, iznutra vrištim.*
16. *Gotovo, game over.*
17. *Isuse, kak' su ti klinici bedasti.*
18. *O krušnu ti mrvu *****.*
19. *Ma dajte ljudi, nemojte me zaje***.*
20. *Shit happens.*
21. *Mala, kaj piješ?*
22. *Nigdar ni tak bilo da ni nekak bilo pak ni vazda ne bu da nam nekak ne bu.*

Zabilježena je i pojava skraćenica, primjerice *ig direct, BFF, MUP, HV, LED žaruljice, OK, SMS, HRT, CV, BTW, Mr., WL, CT, OPG, NP, P.S., UV, BDP, BiH.*

Smatra se da je stil *blogova* teško opisati jer se nalazi na granici između standardnoga i nestandardnoga jezika, a to se događa upravo zbog subjektivnih tekstova. Društvene mreže postaju sve popularnije, a način na koji se autori u svojim *blogovima* izražavaju ima utjecaj na standardni jezik. Iz primjera je vidljivo da su osobni *blogovi* spontani i nepredvidivi, potpuno je normalno da se izražavaju stavovi i mišljenja, bilo da je riječ o autorovu tekstu ili komentarima čitatelja. Nadalje, u radu će se opisati razgovorni i novinarsko-publicistički funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika te prikazati njihove karakteristike koje se mogu pronaći u *blogovima*.

3. RAZGOVORNI STIL

Razgovorni je stil dio svakodnevnog komunikacije, a karakteriziraju ga spontanost, nepripremljenost, neslužbenost, neusiljenost te jednostavnost. U njemu se mogu pronaći značajke svih drugih funkcionalnih stilova (Silić, Pranjković, 2007: 387). Pojedini autori smatraju da razgovorni jezik pripada neknjiževnim oblicima jezika, točnije *supstandardima* u koji se ubrajaju različiti oblici gradskog govora „koji nisu kodificirani, tj. fiksirani u rječnicima i gramatikama.“ (Birth, Matešić, 2010: 89 prema Pintarić, 2010).

Veliki utjecaj na razgovorni stil imaju mjesni govori, međutim može se razlikovati i ovisno o temi ili prilici u kojoj se razgovara, stupnju naobrazbe, podrijetlu sugovornika (Barić i dr., 1999: 58). U *Hrvatskom jezičnom savjetniku* (1999: 58) navodi se da je razgovorni stil „prepoznatljiv po svojem razgovornom leksiku, razgovornoj gramatici (morfologiji i sintaksi) i razgovornoj fonetici (i prozodiji) – ekonomičnost jezičnim izrazom, kraćenja i izostavljanja, nerazlikovanje stupnjeva neodređenosti neodređenih zamjenica, nerazlikovanja pridjevnih likova, razgovorni red riječi, razgovorna prozodija, ukidanje razlika po mjestu i tonu naglaska, silazni naglasci na unutrašnjim slogovima.“

Za razliku od drugih funkcionalnih stilova hrvatskog standardnog jezika, u razgovornom stilu pronaći će se barbarizmi, dijalektizmi, regionalizmi te vulgarizmi. Takvi se „izmi“ u razgovornom jeziku osjećaju slobodno i ne doživljavaju normativne osude kao u drugim funkcionalnim stilovima hrvatskoga jezika (Silić, 2006: 110). Razgovornom je jeziku svojstven konkretan način mišljenja pa će se u njemu naći brojni ekspresivni i emocionalni izrazi koji mogu biti praćeni neverbalnom komunikacijom: gestama i mimikama (Silić, 2006: 109). Osim u usmenim oblicima, kada je razgovorni stil najčešće u uporabi, pojavljuje se i u elektroničkoj pošti, bilješkama i podsjetnicima, porukama, različitim zapisima na forumima, *chatovima* (Bijelić, 2009). Silić (2006) navodi da razgovorni stil ne može biti jedinstven jer se razlikuje prema kraju u kojem se koristi, socijalnoj skupini, struci ili zvanju ljudi koji ga koriste, odgoju ili podrijetlu skupine. S obzirom na to da razgovorni jezik pripada neslužbenom i svakodnevnom govoru, ne može biti temelj standardnom jeziku (Barić i dr., 1999).

3.1. KARAKTERISTIKE RAZGOVORNOG STILA U HRVATSKIM BLOGOVIMA

Silić (2006: 110) navodi da je razgovorni stil komunikacijski najštedljiviji funkcionalni stil standardnog jezika što će se očitovati na leksičkoj, fonološkoj, morfološkoj i sintaktičkoj razini. U različitim hrvatskim *blogovima* promatrane su odlike razgovornog stila koje će biti prikazane.

U razgovornom stilu česta je uporaba eliptičnih rečenica koje su moguće radi opisivanja različitih svakodnevnih situacija. Razgovorni je stil oslobođen svake diskurzivnosti (Silić, 2006: 112). Primjeri koji se pojavljuju u istraženoj građi su: *Stvarno.*, *Točno i preneseno.*, *Ja. Ne on.*, *Deficit.*, *Jok. Niti približno.*, *Još.*, *Uh.*, *Borba.*, *Gastritis. Štitnjaču.*, *Možda.*, *I drugi put. I treći put.*, *Uvijek i zauvijek.*, *Točka.*, *Ili ležanja.*, *Sedma.*, *Naprotiv.*, *Guštaš.*, *Nezamislivo.*, *Ni milimetar.*, *Nikada.*, *Bezobrazno.*, *Ozbiljno.*, *Genijalni.*, *Mir i tišina.*, *Pet puta za redom.*, *Avion.*, *Nečovjek. Tužno.*, *Sramota.*, *Ili znači.*, *Razočarana. Bijesna. Ljuta. Tužna.* Da bismo mogli shvatiti navedene rečenice, potrebno je poznavati širi kontekst.

Ekspresivnost u razgovornom jeziku očituje se i korištenjem uskličnih te upitnih rečenica, koje su obično i eliptične (Silić, 2006: 114). *Pa kak – kaj? Trudnoća.*, *Nažalost!*, *Redovnu plaću? Plaćene doprinose i porez? Božićnicu? Regres?*, *Ha?! Što reći?*, *Za šta?*, *Ma kakvi!*, *Kako i zašto?*, *A rogač?*, *Garantirati?*

Na emocionalno-ekspresivan karakter često utječu i čestice *evo*, *eno*, *eto gle*, *jel'* (Silić, Pranjković, 2007: 388). Primjeri: *Evo koje su najčešće zablude i greške koje većina ljudi čini.*, *Evo nek vam Dino ispriča dalje da ja krivo ne prenesem.*, *Eto sad kad smo to riješili, mogu vas službeno pozdravit.*, *Jel upisao španjolski ili samo gleda La Casa de Papel?*, *Uvijek može gore - jel tako Vili?*, *Jel treš napisat blago onom ko te snima?*

Nestandardni jezični izrazi kao što su *O kej!*, *Kužiš?* također pridonose neusiljenom te spontanom načinu komuniciranja. Ti izrazi prirodni su u razgovornom jeziku nego u drugim funkcionalnim stilovima, a njihova uporaba ovisi o socijalnoj skupini ljudi kojoj pripadaju (Silić, 2006: 115). U *blogovima* se još pojavljuje i riječ *OK.*, koja također ne pripada standardnom jeziku. Primjeri su: *Nju već kužim, znam kako se ponaša, način na koji razmišlja i uspješno balansiram s promjenama raspoloženja.*, *skužila bi tek kad bi kutija bila prazna.*, *Ne kužim.*, *Ne znam tko je, ali znam da ne bi skužila gumu da nije.*, *Ok – kužim da se propisanih mjera trgovci moraju držati, ali mi je baš jako išlo na živce.*, *točno kužiš kako evoluiraju u tim svojim lošim danima, Znam ih dosta takvih i sve je to ok, OK.*, *kako će na kraju ipak sve biti ok,*

ja sam ok s tim., Ok, ovo zadnje lažem., sad sam na trećem katu i sve je ok., prihvaćam da je i to ok., I apsolutno je sve bilo ok.

U razgovornom se jeziku često puta riječima daje značenje koje im ne pripada, primjerice pridjevu *bitan* pridaje se značenje *važan* (Silić, Pranjković, 2007). To potvrđuju i primjeri iz korpusa: *U vrijeme fake newsa morate pažljivo odabrati kome vjerovati, sad je to bitnije nego ikad., Donedavno jako bitne stvari odjednom su postale potpuno irelevantne., Je li za zdravlje bitnije što unosimo u tijelo ili je presudno stanje duha?, Nekima je bitno na stol u kafiću staviti novi mobitel i ključeve novog auta, vidiš im da promatraju jesu li svi za stolom primijetili i nije mi jasna ta potreba., Razaznaju bitno od nebitnog., Ne mogu vam opisati koliko je bitno da su vam fotke kvalitetne., Jako je bitno da ste aktivni svakodnevno i da nađete temu svojih fotografija., I stoga je bitno napraviti plan, informirati se, savjetovati s onima koji imaju iskustvo i stručno znanje., Napravljenih je s par jednostavnih sastojaka i ono što je najbitnije ne oduzima vam puno vremena.*

U razgovornom jeziku prijedlog *s* dobiva navezak *a* i onda kada to nije potrebno. Odnosno onda kada se ne nalazi ispred glasova *s*, *š*, *z*, *ž* ili ispred teško izgovorenih suglasničkih skupova (Silić, Pranjković, 2007): *Neki se šale da se Zagrepčani sa ovom Koronom nose potreseno., ja sam ga pila sa kockicama leda, Isto tako nisam imala problema sa nadutosti tokom tih dana dok sam putovala., Danas je na redu jedan od najtežih postova, usporedba dva najpopularnija tonika sa glikolnom kiselinom., Za osobe sa umornim, sivim tenom, kod osoba sa proširenim porama, tankim, finim ili dubokim borama, kod osoba sa nejednakom teksturom kože., I za kraj, ostaje mi podijeliti dojam sa vama oko novih kremica za ruke koje su oduvijek kod mene najkorišteniji proizvod., Sa kakvim se obrokom osjećate sitije i energičnije?*

Vidljivo je i napuštanje infinitiva sa završnim *i*. U istraživanoj građi dosta je takvih primjera, a mogući razlog je i utjecaj zagrebačkog govora. Pronađeni primjeri su: *Ne prestaju skakat i vrištat, uporno hoće ubacit preko reda, ne smijem nagazit, imaju za reć, hrenovke za nahrانيت pola škole, mogu pojest dvije napolitanke i prestat, i stat bez imalo problema, imam potrebu ignorirat i namjerno ih prevarit nečim, planirat svoje vrijeme, započet i ne dovršit, treba pojest sladoled, uživat u svim stvarima, pokušavaju uć preko reda, hvalit kasnije, neće tebi nitko govorit da ne smiješ ić negdje, vidjet oblake kad se otvore, neće služit samo za praćenje, ić u školu.*

Karakteristično za razgovorni jezik jest pogrdan, uvredljiv, nepristojan, grub te omalovažavajući način komuniciranja. Tako se u *blogovima* mogu pronaći primjeri poput:

siledžija od šefa, mulac, razmaženi gotovan, Đubre jedno, Ma glupa si, drskog balavca, luđak, ugodna varalica, zavodljiva manipulatorica, kradljivica života, budale, musavica, tovarka, seljačina, debil, idioti.

Upravo zbog spontanosti razgovornog stila redosljed riječi u rečenici je slobodan te odgovara slijedu govornikove misli (Silić, 2006: 114). U *blogovima* se mogu pronaći primjeri poput: *I single osobe će imati opaki test svog društvenog kruga, Praćenje sporta se ne odnosi na repku – to se obavezno prati., Jako je bitno da ste aktivni svakodnevno i da nađete temu svojih fotografija, Sve redom se jako uznemire.*

Dolazi i do dokidanja odnosa lice : osoba: *Pa dobro, čovječe, jel' ti baš stalno moraš nešto mijenjati?* jer se iza drugoga lica nalazi osoba koja govori, odnosno autor *bloga*.

4. NOVINARSKO-PUBLICISTIČKI STIL

Novinarsko-publicistički stil ostvaruje se u pisanom i govornom mediju, a njime se najčešće služe novinari i publicisti koji pišu tekstove za različite tiskovine poput novina ili časopisa (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 243). Silić (2006: 75) navodi razliku između novinarstva i publicistike opisujući pritom da novinarstvo obuhvaća pisanje i izdavanje dnevnih i periodičnih novina, dok publicistika obuhvaća tiskani materijal popularnog kulturnog, književnog i društveno-političkog života. Novinarstvo uključuje novine, radio, televiziju i internet, što znači da ne podrazumijeva samo pisane informacije, već i slušane te one gledane informacije (Silić, 2006: 75).

Funkcije novinarskih medija su informativna, propagandna, popularizatorska, agitativna, pedagoška te zabavna, a zadatak je obavijestiti o suvremenim događajima, društvu, kulturama, politici, vjeri te poučavati, odgajati i zabavljati širu čitateljsku publiku. S obzirom na navedene funkcije u novinarsko-publicističkom stilu, pronaći će se neutralna (stilski neobilježena) te emocionalno-ekspresivna (stilski obilježena) jezična sredstva. U informativnim, popularizatorskim, prosvjetiteljskim i pedagoškim žanrovima prevladavaju neutralna jezična sredstva, dok u propagandnim, agitativnim i zabavnim žanrovima prevladavaju ekspresivna jezična sredstva (Silić, Pranjković, 2007: 382). Tako će primjerice vijest, komentar, kronika, prikaz, intervju ili reportaža imati obavijesnu, odnosno informativnu funkciju, dok će s druge strane kratka priča, koserija, humoreska, esej ili feljton imati značajke književnoumjetničkog stila (Silić, 2006).

Zadatak publicističkog stila je da se na što jednostavniji način čitatelju prenese jasna i razumljiva poruka. S obzirom na to da se publicistika smatra vrelom jezične kreativnosti, pojavljuju se brojne stilske figure bez obzira na to što su one ponajprije vezane uz književnoumjetnički stil (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005). Stilska obilježenost postiže se individualnošću, ekspresivnošću, subjektivnošću te uporabom različitih figurativnih i emocionalnih sredstava. Najčešće stilske figure su poredba, metafora, metonimija, alegorija, simbol, antifraza, antiteza, kontrast, paradoks, emfaza, hiperbola, eufemizam, ironija, perifraza te igra riječima (Silić, Pranjković, 2007: 382). Najveću slobodu imaju autori kolumni, odnosno stalnih novinskih rubrika pa tako neki autori mogu biti prepoznatljivi po svom karakterističnom stilu pisanja (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005).

4.1. KARAKTERISTIKE NOVINARSKO-PUBLICISTIČKOG STILA U HRVATSKIM BLOGOVIMA

Neke od karakteristika novinarsko-publicističkog stila uočene su i u hrvatskim *blogovima*. Ponajprije su uočljivi naslovi *blogova* koji se smatraju najčešćim prepoznatljivim sredstvom novinarskog stila. Naslovi su ti koji će privući pozornost čitatelja te o njima ovisi hoće li novine ili tekst biti pročitani ili ne. Pozornost čitatelja obično se privlači posebnim pismom, na posebnu mjestu, s ključnim riječima, s riječima ekspresivna značenja, s karakterističnim rečeničnim i interpunkcijskim znakovima. Tako naslovi sadrže snažne, uvjerljive, upadljive riječi, poslovice, izreke, ironizirane poruke, kontrast, paradoks, dijalektizme, žargonizme te igre riječima (Silić, 2006: 89, 90). U *blogovima* se mogu pronaći upadljivi te ironični naslovi poput: *Gdje si bio i što si radio 2020.?*, *Svi smo pogođeni ovom krizom i iz nje ćemo morati izaći, zvali se mi Marko Grubnić ili Domagoj Knežević, Sretni dani relaksacija mjera, svima vama koji ih slavite!*, *Za #ostanidoma spremni – dok nas gel na noktima ne rastavi, Internet: Žena je ženi vuk. Davor Bernardić: Hold my beer.*, *Imam broj 565. Ako ga propustim, na redu sam kad se bere grožđe.*, *Idu li i vama pečinski dvostruki standardi na onu stvar?*, *40-e nikad neće biti nove 30-e. bit će još bolje, ma koliko bora i kila dobila, Bilo kuda, Tummy nosim sa sobom svuda, Breaking gnjus: Što je Boris Pinčić Kaštel Kambelovac šapnuo Severininom svekru o istospolnom cjepivu protiv Ivana Pernara?*

Silić (2006) navodi da se naslovi po sadržaju i načinu ostvaraja sadržaja mogu podijeliti u tri skupine: nominativne, informativne te reklamne naslove. Nominativni naslovi imenuju sadržaj te glavnu ulogu imaju imenske riječi (imenice i pridjevi), a glagoli su lišeni radnje i vremena (Silić, Pranjković, 2007: 383). Primjeri takvih naslova iz korpusa su: *Velika proslava drugog rođendana!*, *Zelena hranjiva smoothie bowl*, *Čokoladni namaz s lješnjacima*, *Sicilijanska riblja juha*, *Bezglutenski božićni čajni kolačići s kardamomom i čokoladom*, *Brzo i ukusno – hladna salata od riže*, *Lagani ljetni rižoto s povrćem*, *Omiljeni hrvatski brend nove generacije predstavio kolekciju za ljeto*, *Nova Reserved kolekcija – nepredvidiva i totalno chic*, *Najljepše party sandale iz ljetnih kolekcija*, *Grohe osvojio nagradu German Innovation Award za 2020. godinu*, *Mali stanovi – vodič za kupnju namještaja*.

Informativnim se naslovima prenosi sadržaj te će glavnu ulogu u njima imati glagoli, glagolski oblici, vremena, upitne riječi (Silić, Pranjković, 2007: 383). Primjeri informativnih naslova u hrvatskim *blogovima* su: *Tko u doba korone i dalje misli da je to samo beskorisna namiguša koja sjedi doma?*, *Kad je to odlazak u nacionalni park ili na godišnji postao luksuz? I da hoću ne mogu spasiti turističku sezonu.*, *Tko je gori - ljudi koji anonimno prijavljuju vrtove ili*

majoneza-ucjenjivači?, Želite adaptirati svoj životni prostor? Evo odakle početi..., Kako i vaš dom može imati ono nešto?, Kako dom pripremiti za ljeto i pretvoriti ga u pravu oazu za uživanje?, Što sve stoji iza jedne pamučne majice koju obučemo par puta?, Kako do savršenog travnjaka na kojem ćete s guštom piti prvu jutarnju kavu?, Kako napraviti betonsku teglicu za cvijeće? Video tutorijal, Kako ne posustati od treninga za vrijeme ljeta?, Zašto je Donaldu Trumpu dozvoljeno da se ponaša kao Darinka s Indexa?, Ratni inženjering – namještaju li se ratovi od strane interesnih skupina?.

Primjeri *Kako zbog omiljenog ministra danas proživljavamo scenarij holivudskog blockbustera, Gastro-sinkopa: Kako izgubiti karantenske kile (bez da ih opet pronađete), Kako do savršeno urednog ormara prikazuju da rečenični znakovi u naslovima nisu obavezni (Silić, Pranjković, 2007).*

Reklamni naslovi nude sadržaj teksta, stoga glavnu ulogu u njima imaju imperativi i poticajna sredstva izražavanja (imperativi, crtice, uskličnici, upitnici i sl.). Primjeri reklamnih naslova iz *blogova* su: *Zavirite u zanimljiv dubrovački ured smješten u staroj tvornici duhana, U stan austrijske blogerice želimo se useliti odmah!, Kao šareni bomboni! Manikure koje će vas svaki put razveseliti kada ih ugledate* (poticajna je riječ *razveseliti*), *Volimo ovakva mjesta. Idemo u KaKantun, Predahni, zastani, fermaj. Idemo u novi splitski hotel Fermaj, Eko zabava u izolaciji – Napravite vlastiti plastenik!, Tražite rasvjetu? Evo zanimljivih prijedloga, Odvedite djecu na piknik.*

Iz primjera je vidljivo da je za privlačenje pozornosti važno da naslovi budu efikasni i upadljivi te da je u njihovom oblikovanju važna kreativnost. Sažetim i zanimljivim naslovima autor najavljuje tematiku članka (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 248, 250).

5. ŽARGON

U *Velikom rječniku hrvatskoga jezika* žargon je definiran kao „govor šireg socijalnog kruga karakteriziran izrazima, značenjima i sintagmama koji ne pripadaju standardu i normi; podložan je pomodnosti, konkretizaciji i pojednostavljivanju (npr. vulgarizmi, barbarizmi, sociolekti, neprihvatljive tuđice i dr.)“, kao „govor užeg profesionalnog kruga, uvriježeni jezik određene struke koji se spontano razvio neovisno o službenom nazivlju, osobit po tome što je riječima preuzetim iz govornog jezika pridodao nova značenja koja često nisu razumljiva onima izvan struke“ te kao „bilo koji slabo razumljiv ili nepravilan govor“ (Anić, 2004: 1858). Pojava žargona karakteristična je u neobaveznoj komunikaciji određenih društvenih skupina koje imaju zajednički interes ili način života. Može se ostvarivati u govoru, privatnim bilješkama, pismima, elektroničkim porukama ili „razgovoru“ na Internetu (Halonja, Mihaljević, 2012: 15-18). Žargonizmi su riječi koje se pojavljuju u žargonu, primjerice riječ *nos* se u žargonu može pojaviti kao *babura*, *flauta*, *grba*, *kljuka*, riječ *brijati* znači *uzimati novac*, *ljubiti se*, *provoditi se*, *iscrpljujuće plesati*, *misliti*, *razmišljati*. Takve riječi u žargonu dobivaju novo, neprozirno značenje, a ako se koriste duže vrijeme unutar neke skupine, mogu postati dio standardnog leksika (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 16, 242).

Tomislav Sabljak (2001: 5-6) *žargon* opisuje kao govor grupe koji je slobodniji te agresivniji od bilo kojeg poznatog tipa jezika i govora, primjerice dijalekata. Prema stranoj terminologiji *žargon* se još naziva i *slang*, dok se u dijelu lingvistike pojavljuje i izraz *šatrovački*. Istoimeni autor smatra da je izraz *šatrovački* nastao „pod šatorima“ zbog skupine Roma koji su htjeli imati poseban tip govora. *Šatrovački* je obuhvaćao svaki govor određene skupine ljudi koji se svojim načinom komuniciranja i sporazumijevanja nastojao odvojiti od standardnog jezika. Određene skupine ljudi i staleži stvarali su govor po kojemu bi se razlikovali od ostalih. Nakon Kuzmanovićeve *Kreativnosti žargonske tvorbe* (1970.) te Hammovih otkrića *Dvije-tri o govoru zagrebačkih srednjoškolaca* (1940.) dolazi do razlikovanja *šatrovačkog govora* te *žargona*. Tada se pod utjecajem američkog *slanga* pojavljuju „govori srednjoškolaca, delikvenata, narkomana, studenata, kriminalaca, džepokradica, uličarki, vojnika, glazbenika kao i govor unutar obitelji.“ (Sabljak, 2001: 27). Autorica Neda Pintarić (2010: 90) ističe kako je Sabljak upotrijebio izraz *žargon* te da govor kao takav ima razrađenu samo tvorbu riječi i leksik, dok akcentuacija, fonetika te morfologija nisu razrađene. Istoimena autorica navodi kako Antica Menac razlikuje pojmove *žargon* i *slang*, smatrajući da je *žargon* govor otvorenih društvenih skupina poput znanstvenika, umjetnika, obrtnika, a *slang* govor zatvorenih društvenih skupina kao što su kriminalci, zatvorenici ili hipiji (Pintarić, 2010: 90).

Žargonizmi obično nisu dugog vijeka pa je, zbog učestalosti te brzine ulaska i izlaska žargonizama u jeziku, teško praviti rječnike žargona. Popisi tih riječi su individualni, necjeloviti te teško dostupni jer je najčešća metoda prikupljanja žargonskih riječi slušanje i zapisivanje (Pintarić, 2010: 92-93). U suvremenom svijetu, zahvaljujući globalizaciji i brzom širenju informacija, nemoguće je da žargon pripada određenoj grupi, da on postoji samo kao tajni jezik koji je strogo čuvan, već se različiti govori često isprepliću (Sabljak, 2001: 27).

5.1. POJAVA ŽARGONIZAMA U BLOGOVIMA

Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski (2010) smatraju da se žargon naslanja na razgovorni jezik, kratkog je vijeka, pojedine su riječi brzo i lako zamjenjive te je ispod razine stilski neutralnog jezika. Istoimene autorice smatraju da je teško odrediti jasne granice kada govorimo o pojedinostima svakog funkcionalnog stila u standardnom hrvatskom jeziku pa se tako razgovorni jezik ne može promatrati statično u odnosu na uporabu žargona.

U jezičnom savjetniku *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku* autorice navode da žargonizmi pripadaju razgovornom funkcionalnom stilu, no ne pripadaju standardnom jeziku (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 241). Za razliku od razgovornoga funkcionalnog stila standardnog jezika, žargoni sadrže vulgarizme i dijalektizme (Skelin Horvat, Muhvić-Dimanovski, 2010: 339).

Publicistički stil pokriva različite teme, bilo da se radi o politici, sportu, kulturi ili svakodnevnom životu. Razlikuju se žanrovi čija je uloga prenositi informacije i oni žanrovi koji su bliski književnoumjetničkom stilu (Skelin Horvat, Muhvić-Dimanovski, 2010: 340). Pojava kolokvijalizma i žargonizma u publicističkom stilu dopuštena je u neformalnim podstilovima (primjerice u kolumnama ili feljtonima) (Halonja, Mihaljević, 2012: 19).

„Žargonski izrazi u funkciji su određivanja stilske razine neke situacije, oni su tu da nešto naglase, da šokiraju, učine atmosferu manje formalnom, te omogućе govorniku da se izrazi izravno, da pokaže kako je u stanju poigrati se jezikom i biti kreativan (usp. Stenström, 2008)“ (Skelin Horvat, Muhvić-Dimanovski, 2010: 341).

U *blogovima* se mogu pronaći žargonizmi koji su karakteristični za određenu skupinu ljudi. S obzirom na to da *blogove* pišu ljudi različitih zanimanja o svakodnevnim te suvremenim temama pronađeni su primjeri poput:

1. *Praćenje sporta se ne odnosi na repku – to se obavezno prati. (repka – sportska reprezentacija)*
2. *Oni dani, kad ti naši klinci, još nedovoljno iskusni za nositi se sa svim promjenama koje su ih snašle – naprave predstavu. (klinac – dijete)*
3. *Tuš pa izležavanje u boravku uz telku. (telka – televizor)*
4. *Išli su i frendovi s nama. (frend – poznanik)*
5. *Ja imam još nekoliko frendica koje nisu ni na jednoj društvenoj mreži. (frendica – poznanica)*
6. *Možda je i problem što ne svijetli neke obavijest na suđerici, neke fensi LED žaruljice koje vrište – ...pospremi me...pospremi me... (fensi – „šik“)*
7. *One su sipale neke fore i to je bio baš onaj trenutak, tako spontan, a istovremeno onaj od trenutaka koje pohraniš negdje u svojoj roditeljskoj memoriji. (fora – smicalica)*
8. *Sretan si kad krenu u srednju školu, zarade neku svoju prvu lovu preko ljeta pa počaste cijelu obitelj. (lova – novac)*
9. *Flegma, ali odgovorno flegma. I ja sam flegma jer znam da ne može cijela ova priča trajati vječno i da će svemu doći kraj. (flegma – flegmatik, flegmatičan)*
10. *Kad ono sačekuša - ona s maskom i onom disalicom na nosu, u niskom startu me čeka iza žute linije, iza koje ni slučajno ne smijem nagazit, jer inače dobijem ne lijepu frizuru, već jezikovu juhu. I usput izgubim termin. (sačekuša – zasjeda; jezikova juha – grdnja, prijekor)*
11. *Em što ću sigurno imati paranoju da će me po tintari opaliti neka satelitska antena koja stoji nakrivljena još od potresa, strepim i od usluge ugostiteljskog objekta, čiji su konobari po novom licencirani šampioni u bacanju u dalj! (tintara – glava)*
12. *Tko ne prošvika, pričat će! (prošvikati – prolupati, poludjeti)*
13. *Ja ne znam jer nisam guglala, ali znam koliko sam se ja udebljala u trudnoći. (guglati - pretraživati Internet; tražiti informaciju preko Interneta)*
14. *Trudnoću iznesete, stvari kupite, knjige pročitate i familiju organizirate. (familija – obitelj)*
15. *Uz to, nudi se playstore mnoštvo besplatnih aplikacija preko kojih možete obraditi svoje fotke, a zatim ih direktno s mobitela uploadati na svoj blog. (fotka – fotografija; uploadati – osuvremeniti određeni program, operativni sustav, mrežne stranice i sl.)*
16. *Stara je radila u tvornici, na traci, u normu. (stara – mama)*

17. *I brat i ja smo bili mustre samo takve. (muštra – lukavac)*
18. *I zadnje pitanje, iako pitanja o fejk Australiji nikad ne staju – tko su svi ti ljudi koji žive u Australiji, njih 25 milijuna? (fejkano – krivotvoreno)*
19. *Nakon što sam mami čestitala, uz obavezan post na društvenim mrežama i fotografiju na kojoj smo obje jako lijepe, zapitala sam se – a kad će meni netko čestitati? (post - objava na internetskom forumu)*
20. *Nema šanse da ne znate ovu priču, ali za slučaj da su vam pozornost ukrade druge stvari i da ste ju fulali – prije par tjedana, u centru potresom pogođenog Zagreba, niknuo je mali, improvizirani vrt. (fulati – pogriješiti)*
21. *Suvozačica jednog pokušava rastaviti mlačenicu. (mlačenica – tučnjava).*

6. ZAKLJUČAK

Danas, u suvremenom svijetu, korištenje Interneta svakodnevna je pojava koja ne mijenja samo društvo, već i jezik. *Blogovi* kao internetski dnevници zanimljivi su za promatranje jer ih pišu osobe različitih zanimanja i struka pa se u tim tekstovima mogu pronaći brojna odstupanja od norme. Česti su članci koji sadrže elemente svakodnevnog govora kojima se autori nastoje približiti čitateljima. Tako se u *blogovima* javljaju *emotikoni*, a ukoliko se želi naglasiti određen sadržaj u tekstu dolazi do izmjene malih i velikih tiskanih slova ili stavljanja više istih ili različitih interpunkcijskih znakova. Autori nerijetko koriste i strane riječi te vulgarizme koji također ne pripadaju standardnom jeziku. S obzirom na to da *blogovi* sadrže elemente svakodnevne komunikacije, njihov je stil pisanja sličan razgovornom funkcionalnom stilu hrvatskoga jezika. U istraživanoj građi pronađeni su brojni primjeri eliptičnih rečenica te čestica *evo, eno, eto, gle, jel'* koje utječu na emocionalno-ekspresivan karakter. Osim toga, često se pojavljuju i rečenice koje sadrže pogrdan i uvredljiv način izražavanja. U govoru je česta pojava napuštanja infinitiva sa završnim *-i* što se očituje i u pisanju na *blogovima*. Tekstovi *blogova* mogu se usporediti i s novinarsko-publicističkim stilom. Istraživani su naslovi *blogova* čija je uloga privući pažnju i zainteresirati čitatelja, što je glavna odlika novinarsko-publicističkog stila. Uz razgovorni, svakodnevni jezik veže se i uporaba žargonizama. Iako se žargon ostvaruje najčešće u govoru i privatnoj komunikaciji, vidljivo je da se žargonizmi pojavljuju i u *blogovima*.

7. LITERATURA I IZVORI:

a) Literatura i izvori:

Anić, V. (2004). *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi liber.

Barić, E. i dr. (1999). *Hrvatski jezični savjetnik*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.

Bijelić, A. (2009). *Razgovorni stil*. Hrvatistika 3, 3, 57–66.

Filipan Žignić, B. (2012). *O jeziku novih medija*. Split: Matica hrvatska. Ogranak Čakovec.

Frančić, A., Hudeček, L. i Mihaljević, M. (2005). *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnome jeziku*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada

Halonja, A., Mihaljević, M. (2012). *Od računalnoga žargona do računalnoga nazivlja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Kobashy, M. (2011). *Blogging Around the Globe: motivations, privacy concerns and social networking*. Tokyo: IBM.

Lazović, V. (2012). *Blog kao moderna oglasna tabla u nastavi engleskog jezika*. U: *Virtuelna interakcija i kolaboracija u nastavi engleskog jezika i književnosti*, 37–52.

Pintarić, N. (2010). *Tvorbeni postupci u poljskom i hrvatskom razgovornom jeziku*.

Sabljak, T., (2001). *Rječnik hrvatskoga žargona*. Zagreb: V. B. Z.

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

Silić, J., Pranjković, I. (2007). *Gramatika hrvatskoga jezika*. Zagreb: Školska knjiga.

Skelin Horvat, A., Muhvić-Dimanovski, V. (2010). *Država u banani i mrak sniženja – žargonizmi u svakodnevnom jeziku*. U: *Proizvodnja i percepcija govora*, ur. Mildner, V., Liker, M. Zagreb: FF Press, 337–361.

b) Reference s internetskih stranica:

<http://jezicni-savjetnik.hr/>

<http://www.zargonaut.com/>

<https://deanpelic.com/30-lekcija-do-30te/>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/gdje-si-bio-i-sto-si-radio-2020-nasi-postupci-iz-ovog-vremena-zauvijek-ce-se-pamtiti-29946>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/sadsmosvikucanica-tko-u-doba-korone-i-dalje-misli-da-je-to-samo-beskorisna-namigusa-koja-sjedi-doma-29922>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/dragi-moji-ovo-ce-trajati-sad-je-pravo-vrijeme-da-budemo-ljudi-pardon-ljudi-29884>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/u-vrijeme-fake-newsa-morate-pazljivo-odabrati-kome-vjerovati-sad-je-to-bitnije-nego-ikad-29719>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/nase-kceri-tinejdzanke-se-sele-od-nas-aha-mos-mislit-kakva-mastovitost-na-djelu-29173>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/moj-prijatelj-vili-kako-zbog-omiljenog-ministra-danas-prozivljavamo-scenarij-holivudskog-blockbustera-29795>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/sretan-mi-dan-oceva-aha-bas-mi-je-sretan-vec-drugi-put-danas-pospremam-sudericu-29723>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/sad-kad-je-zajednistvo-potrebno-vise-no-ikad-nama-se-dogodi-predstavnik-stanara-29683>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/cekam-red-za-ulazak-u-more-imam-broj-565-ako-ga-propustim-na-redu-sam-kad-se-bere-grozde-30289>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/svi-smo-pogodeni-ovom-krizom-i-iz-nje-cemo-morati-izaci-zvali-se-mi-marko-grubnic-ili-domagoj-knezevic-30304>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/nova-paradigma-zdravlja-u-zdravom-duhu-zdravo-tijelo-i-ne-ne-pricamo-o-koroni-30329>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/gastro-sinkopa-kako-izgubiti-karantenske-kile-bez-da-ih-opet-pronadete-30353>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/nedostaju-mi-prijateljice-ne-mozes-se-posteno-ni-posvadati-s-muzem-kad-se-nemas-kome-pozaliti-30370>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/dijete-bez-tetke-je-dijete-bez-djetinjstva-svi-imamo-svoju-tetku-ne-nuzno-rodenu-30380>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/praznik-rada-me-podsjetio-da-siguran-posao-vise-ne-postoji-ali-postoji-sloboda-30371>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/carpe-diem-jer-sreca-je-u-malim-stvarima-i-ne-moras-mnogo-traziti-30407>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/jedna-vazna-zivotna-lekcija-koju-smo-naucili-od-korone-promjene-su-dio-zivota-30424>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/izmisljene-informacije-o-zivotu-ovi-horoskopski-znakovi-imaju-najgore-izolacijske-siske-i-najvecu-zalihu-kvasca-30451>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/otvaraju-se-vertici-zasto-se-moramo-sramiti-ako-svoju-djecu-u-njih-posaljemo-30469>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/otvaraju-se-vertici-zasto-se-moramo-sramiti-ako-svoju-djecu-u-njih-posaljemo-30469>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/sretan-majcin-dan-i-pliz-prenesite-ga-na-ponedjeljak-30497>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/sretni-dani-relaksacija-mjera-svima-vama-koji-ih-slavite-30498>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/muskarac-u-zivotu-ima-posebnu-povezanost-sa-samo-trizene-30511>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/blago-onom-ko-te-nema-plesi-kao-da-te-nitko-osim-billagatesa-ne-gleda-30562>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/blago-onom-ko-te-nema-plesi-kao-da-te-nitko-osim-billagatesa-ne-gleda-30562>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/kad-ces-se-vise-udat-kad-misli-roditi-do-kad-ce-bitinormalno-ispaljivati-ta-pitanja-30578>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/kad-je-to-odlazak-u-nacionalni-park-ili-na-godisnji-postaoluksuz-i-da-hocu-ne-mogu-spasiti-turisticku-sezonu-30620>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/idu-li-i-vama-pecinski-dvostruki-standardi-na-onu-stvar-30648>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/tko-je-gori-ljudi-koji-anonimno-prijavljuju-vrtove-ili-majoneza-ucjenjivaci-30678>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/40-e-nikad-nece-biti-nove-30-e-bit-ce-jos-bolje-ma-kolikobora-i-kila-dobila-30703>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/imam-novi-dio-tijela-pojas-okostruka-cak-sam-mu-dala-ime-miso-30713>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/od-ludaka-na-krizanju-borbe-za-prijestolje-na-hrvatskinacin-pa-do-reality-donora-sperme-novo-normalno-mi-se-bas-i-ne-svida-ali-ima-nade-30738>

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/mr-mrseds-covjek-koji-me-pratio-tjednima-a-mozda-vecprati-i-vas-30786>

<https://www.iamella.com/2018/06/18/my-super-power-za-bezbrizno-putovanje/>

<https://www.iamella.com/2017/01/03/5-najbitnijih-stvari-koje-vam-trebaju-da-zapocnete-blog/>

<https://www.iamella.com/2019/11/20/velika-proslava-drugog-rodendana/>

<https://www.iamella.com/2019/11/12/sprema-se-nesto-novo-na-mom-blogu/>

<https://www.mirjanamikulec.com/hr/blog/izbjegnite-najcesce-greske-prilikom-kupovine-ekretnine,39.html>

<https://www.mirjanamikulec.com/hr/blog/zelite-adaptirati-svoj-zivotni-prostor-evo-odakle-poceti%e2%80%a6,38.html>

[https://www.mirjanamikulec.com/hr/blog/kako-i-vas-dom-moze-imati-%e2%80%9econo-
nesto%e2%80%9c,28.html](https://www.mirjanamikulec.com/hr/blog/kako-i-vas-dom-moze-imati-%e2%80%9econo-
nesto%e2%80%9c,28.html)

<http://www.dearskin.me/2020/01/usporedba-the-ordinary-glycolic-tonik-vs-pixi-glow/>

<http://www.dearskin.me/2019/12/holyplant-deluxe-shimmer-oil-i-kreme-za-ruke/>

<http://www.dearskin.me/2019/11/retinol-koji-kako-zasto-razlika/>

<https://www.fitness.com.hr/blog/Zdravoislasno/Zelena-hranjiva-smoothie-bowl.aspx>

<https://www.fitness.com.hr/blog/Zdravoislasno/Cokoladni-namaz-s-ljesnjacima.aspx>

<https://www.fitness.com.hr/blog/Justanyone/Kako-ti-se-da-.aspx>

[https://marker.hr/blog/koristenje-emetikona-za-posao-
377/?fbclid=IwAR367Hu_aLeJcT8XkA6CZ0Adc42LC03U1OFIbNG2fnloexg2Y-
XeJTvXGYg](https://marker.hr/blog/koristenje-emetikona-za-posao-
377/?fbclid=IwAR367Hu_aLeJcT8XkA6CZ0Adc42LC03U1OFIbNG2fnloexg2Y-
XeJTvXGYg)

[https://marker.hr/blog/ecommerce-vodic-bozicna-kupnja-povecanje-online-prometa-web-
shop-499/](https://marker.hr/blog/ecommerce-vodic-bozicna-kupnja-povecanje-online-prometa-web-
shop-499/)

[https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/nazivaju-ga-najljepsim-gradom-na-obali-a-mi-imamo-par-
uvjerljivih-razloga-za-posjetiti-omis/](https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/nazivaju-ga-najljepsim-gradom-na-obali-a-mi-imamo-par-
uvjerljivih-razloga-za-posjetiti-omis/)

[https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/hrvatska-plaza-koja-podsjeća-na-tropski-raj-sa-srebrno-
bijelim-pijeskom/](https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/hrvatska-plaza-koja-podsjeća-na-tropski-raj-sa-srebrno-
bijelim-pijeskom/)

[https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/upoznajte-polja-i-sume-grebene-i-jezera-brda-i-travnjake-
prekrasne-regije-allgau-u-njemackoj/](https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/upoznajte-polja-i-sume-grebene-i-jezera-brda-i-travnjake-
prekrasne-regije-allgau-u-njemackoj/)

[https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/upoznajte-polja-i-sume-grebene-i-jezera-brda-i-travnjake-
prekrasne-regije-allgau-u-njemackoj/](https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/upoznajte-polja-i-sume-grebene-i-jezera-brda-i-travnjake-
prekrasne-regije-allgau-u-njemackoj/)

[https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/bez-obzira-na-poplavu-online-bracnih-savjetnika-doris-
boris-vise-nisu-zajedno-i-nemojte-se-nepotrebno-uzbudivati-31062](https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/bez-obzira-na-poplavu-online-bracnih-savjetnika-doris-
boris-vise-nisu-zajedno-i-nemojte-se-nepotrebno-uzbudivati-31062)

[https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/breaking-gnjus-sto-je-boris-pincic-kastel-kambelovac-
sapnuo-severininom-svekru-o-istospolnom-cjepivu-protiv-ivana-fernara-31103](https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/breaking-gnjus-sto-je-boris-pincic-kastel-kambelovac-
sapnuo-severininom-svekru-o-istospolnom-cjepivu-protiv-ivana-fernara-31103)

<https://miss7.24sata.hr/miss7-blog/gnjilo-moje-srednjim-prstom-protiv-osrednjih-steta-manikure-31195>

<https://jolie.hr/jolie-dom/interijeri/kako-dom-pripremiti-za-ljeto-i-pretvoriti-ga-u-pravu-oazu-za-uzivanje/>

<https://jolie.hr/jolie-dom/interijeri/zavirite-u-zanimljiv-dubrovacki-ured-smjesten-u-staroj-tvornici-duhana/>

<https://jolie.hr/jolie-dom/interijeri/u-stan-austrijske-blogerice-zelimo-se-useliti-odmah/>

<https://jolie.hr/moda/trendovi-moda/nova-reserved-kolekcija-nepredvidiva-i-totalno-chic/>

<https://jolie.hr/gastro/recepti/hladna-salata-od-rize/>

<https://jolie.hr/gastro/recepti/lagani-ljetni-rizoto-povrcem/>

<https://www.dblog.hr/interijeri/volimo-ovakva-mjesta-idemo-u-kakantun/>

<https://www.dblog.hr/dgreen/sto-sve-stoji-iza-jedne-pamucne-majice-koju-obucemo-par-puta/>

<https://www.dblog.hr/interijeri/predahni-zastani-fermaj-idemo-u-novi-splitski-hotel-fermai/>

<https://www.dblog.hr/dgreen/eko-zabava-u-izolaciji-napravite-vlastiti-plastenik/>

<https://www.dblog.hr/savjeti/kako-do-savrsenog-travnjaka-na-kojem-cete-s-gustom-piti-prvu-jutarnju-kavu/>

<https://www.dblog.hr/savjeti/grohe-osvojio-nagradu-german-innovation-award-za-2020-godinu/>

<https://www.dblog.hr/savjeti/mali-stanovi-vodic-za-kupnju-namjestaja/>

<https://www.dblog.hr/dgosti/napraviti-betonsku-teglicu-cvijece-video-tutorijal/>

<https://www.dblog.hr/interijeri/trazite-rasvjetu-evo-zanimljivih-prijedloga/>

<https://blog.vecernji.hr/bitifit-marko-loncar/kako-ne-posustati-od-treninga-za-vrijeme-ljeta-11761>

<https://blog.vecernji.hr/martin-sever/zasto-je-donald-trumpu-dozvoljeno-da-se-ponasa-kao-darinka-s-indexa-11783>

<https://blog.vecernji.hr/ratko-martinovic/ratni-inzenjering-namjestaju-li-se-ratovi-od-strane-interesnih-skupina-11771>

<https://blog.vecernji.hr/gordana-holjevac/odvedite-djecu-na-piknik-11760>