

Univerzitet u Nišu
Filozofski fakultet

JEZIK, KNJIŽEVNOST, PROMENE

JEZIČKA ISTRAŽIVANJA

ZBORNIK RADOVA

Urednice:
Biljana Mišić Ilić
Vesna Lopičić

Niš, 2010.

**JEZIK, KNJIŽEVNOST, PROMENE
JEZIČKA ISTRAŽIVANJA**

ZBORNİK RADOVA

Prvo izdanje, 2010.

Urednice:

Prof. dr Biljana Mišić Ilić

Prof. dr Vesna Lopičić

Izdavač:

Filozofski fakultet u Nišu

Ćirila i Metodija 2

Za izdavača:

Prof. dr Goran Maksimović, dekan

Glavni i odgovorni urednik:

Prof. dr Bojana Dimitrijević

Akademski odbor:

Prof. dr Biljana Mišić Ilić

Prof. dr Vesna Lopičić

Prof. Colin Nicholson

Prof. dr Walter Epp

Prof. dr Dragana Mašović

Sekretar redakcije:

Dušan Stamenković

Recenzenti:

Prof. dr Dragana Mašović

Prof. dr Jordana Marković

Prof. dr Vladimir Jovanović

Lektura:

Prof. dr Jordana Marković (srpski)

Mr Marta Dimitrijević (engleski)

Dizajn korica:

Darko Jovanović

Kompjuterska priprema i grafički dizajn:

Mile Ž. Randelović

ISBN 978-86-7379-206-4

Štampa: SCEROPRINT – NIŠ

Tiraž: 150 primeraka

Sva autorska prava zadržana. Zabranjeno je svako neovlašćeno umnožavanje,
fotokopiranje ili reprodukcija delova teksta.

Sadržaj

JEZIK, KNJIŽEVNOST, PROMENE PROMENE U JEZIKU I NJEGOVOJ UPOTREBI.....	7
I	
PROMENE U UPOTREBI JEZIKA: JAVNI DISKURS, AKADEMSKI DISKURS, JEZIK STRUKE I NASTAVA JEZIKA	27
Милица Марјановић, Наташа Марковић О ЈЕЗИЧКИМ ИНОВАЦИЈАМА У ПУБЛИЦИСТИЧКОМ СТИЛУ НА ПРИМЕРИМА НАСЛОВА ИЗ ДНЕВНЕ ШТАМПЕ	29
Марина Јањић, Илијана Чутура ФУНКЦИОНАЛНОСТИЛСКА ПОМЕРАЊА У ИЛУСТРОВАНИМ ЖЕНСКИМ ЧАСОПИСИМА.....	41
Nadežda Silaški <i>MY NAME IS LEASING, VB LEASING</i> – DISKURS REKLAMNIH OGLASA ZA FINANSIJSKE USLUGE U TRANZICIONOJ SRBIJI.....	54
Gordana Bojičić REKLAMA – SLOBODNI JEZIK (LEKSIČKE KARAKTERISTIKE ITALIJANSKE NOVINSKE REKLAME)	66
Olga Panić-Kavgić FILMSKI NASLOVI I NJHOVI PREVODI: ŠTA SE PROMENILO U POSLEDNJIH TRIDESET GODINA?	83
Ивана Палибрк, Тиана Тошић ПОЛНО РАСЛОЈАВАЊЕ У ЈЕЗИКУ ИНТЕРНЕТА	97
Tatjana Vulić, Dragana Pavlović BLOG – ŽANR NOVIH MEDIJA	108
Bilyana Todorova THE BULGARIAN MOTHERS' FORUM AS AN INSTITUTION OF SOCIAL CHANGE.....	120
Jasmina Đorđević TRANZICIJA: OD „KUPOVINE“ DO „ŠOPINGA“ PREKO TRŽNOG CENTRA...132	
Semiha Rebronja, Jovana Dimitrijević Savić STAVOVI POTROŠAČA PREMA NAZIVIMA FIRMI NA ENGLJESKOM JEZIKU	141

Jelena Drljević POLITIČKA KOREKTNOST I JEZIČKE PROMENE. PRIMER ITALIJANSKOG JEZIKA	150
Cvijeta Brajičić, Lejla Dizdarević ISTORIJSKI RAZVOJ JEZIKA MLADIH U ITALIJI	160
Tatjana Đurović <i>KRIMINAL JE BOLEST DRUŠTVA U TRANZICIJI –</i> KONCEPTUALIZACIJA KRIMINALA U JAVNOM DISKURSU SRBIJE.....	167
Tijana Vesić Pavlović <i>TRNOVIT PUT KA DEMOKRATIJI: METAFORA PUTANJE</i> U KONCEPTUALIZACIJI PROCESA TRANZICIJE U SRBIJI	179
Љерка Јефтић СЕМАНТИЧКО-ПРАГМАТИЧКА ТРАНСПОЗИЦИЈА ЕНГЛЕСКЕ ЛЕКСИКЕ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ У СРПСКОМ ЈЕЗИКУ	190
Tatjana Đurović, Nadežda Silaški <i>KORENI I PROCVAT KORUPCIJE - KONCEPTUALIZACIJA KORUPCIJE</i> KAO BILJKE U JAVNOM DISKURSU SRBIJE.....	200
Savka Blagojević LINGVISTIČKI PREOKRET U ANALIZI AKADEMSKOG DISKURSA: NOVA TUMAČENJA	216
Бранка Миленковић, Тања Русимовић АКЦИОНО ИСТРАЖИВАЊЕ И КРИТИЧКА АНАЛИЗА ДИГРЕСИЈАУ УСМЕНОЈ РЕАЛИЗАЦИЈИ АКАДЕМСКОГ ДИСКУРСА ПРОФЕСОРА	226
Miloš Tasić PROMENA JEZIKA STRUKE: PISANJE NAUČNIH RADOVA IZ OBLASTI TEHNIKE NA ENGLESKOM JEZIKU	234
Sanja Vuletić INOVACIJE U DISKURSU URGENTNE MEDICINE U ENGLESKOM I SRPSKOM JEZIKU	247
Enisa Nikolić PREVODILAC U IZMENJENOM OKRUŽENJU.....	257
Ljiljana Mihajlović, Biljana Mišić Ilić ELEKTRONSKI REČNICI – REČNICI NOVOG DOBA	270
Danijela Đorović, Alessandra Genovesi-Bogićević PRIMENA SAVREMENIH INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA U NASTAVI ITALIJANSKOG KAO STRANOG JEZIKA STRUKE NA UNIVERZITETSKOM NIVOU.....	283
Jelica Tošić ESP TEACHERS IN A CHANGED SITUATION.....	296

Ivana Ćirković Miladinović THE IMPORTANCE OF CHANGING PERSONAL ATTITUDES IN TEACHING AND LEARNING GRAMMAR IN THE EFL CLASSROOM	302
Jonathan Pendlebury, Ana Tomović, Ivana Ćorbić INNOVATION INSPIRED BY THE EDUCATION SYSTEM REFORM - A CASE STUDY -	311
Анђелка Лазић ЛЕКСИКА ТРАДИЦИОНАЛНЕ КУЛТУРЕ У ЧИТАЊЦИ ЗА ПРВИ РАЗРЕД СРЕДЊЕ ШКОЛЕ	323
II DRUŠTVENI I FILOZOFSKI ASPEKTI JEZIČKE KOMUNIKACIJE	339
Branislav Stevanović DRUŠTVENO-INTEGRATIVNA ULOGA GOVORA VERSUS GOVORNO-DIFERENCIRAJUĆE ULOGE DRUŠTVA.....	341
Лидија Тантуровска ПРОМЕНЕ У ДРУШТВУ, ПРОМЕНЕ У ЈЕЗИКУ	356
Duško Prelević AKTUELNOST JEZIČKOG OBRTA U SAVREMENOJ FILOZOFIJI.....	363
Milica Radulović HOW GRICE'S PHILOSOPHY CHANGED LINGUISTICS	373
Ivana Stojanović-Prelević DA LI JE ZA RAZUMEVANJE GOVORNIH ČINOVA NEOPHODNO PREPOZNAVANJE KOMUNIKACIJSKE NAMERE?	384
III PROMENE I VARIJACIJE U JEZIČKOJ STRUKTURI I JEZIČKOM SISTEMU.....	395
Снежана Гудурић ТОПОНИМИ У СВЕТЛУ ЈЕЗИЧКИХ ПРОМЕНА.....	397
Јованка Милошевић О НАЧИНИМА МОДИФИКАЦИЈЕ ПОСЛОВИЦЕ „ВУК ДЛАКУ МЕЂА, АЛИ ЋУД НИКАДА“ У СРПСКОМ ЈЕЗИКУ	403
Ненад Ивановић, Татјана Ружин-Ивановић ЛЕКСИКА ЕНГЛЕСКОГ ПОРЕКЛА У РЕЧНИКУ СРПСКОХРВАТСКОГ КЊИЖЕВНОГ И НАРОДНОГ ЈЕЗИКА САНУ.....	416

Branimir Stanković	
FONETSKO-FONOLOŠKE KARAKTERISTIKE IZGOVORA SRPSKOG KOD PRVE I DRUGE GENERACIJE EMIGRANATA IZ KINE	430
Vanja Manić	
AMERINDIJANIZMI U KVEBEČKOM FRANCUSKOM JEZIKU	444
Nataša Radusin-Bardić	
UPITNE REČENICE U RAZLIČITIM JEZIČKIM REGISTRIMA SAVREMENOG FRANCUSKOG JEZIKA	455
Anđelka Pejović	
OD SLOBODNIH SPOJEVA REČI DO FRAZEMA: SLUČAJ LEKSIČKIH KOLOKACIJA (NA PRIMERU SRPSKOG I ŠPANSKOG JEZIKA)	470
Nikola Tatar	
THE CHANGE OF MEANING IN ENGLISH POST-VERBAL PARTICLES: METAPHOR OR BLEACHING?	479
Marta Dimitrijević	
CHANGE AND THE (IN) DEFINITE ARTICLE	488
Miloš D. Đurić	
SINTAKSIČKE PROMENE U ENGLISKOM DISKURSU ELEKTROTEHNIKE ..	498
Gergana Padareva	
A DEVICE FOR CHANGING THE OVERALL MEANING OF A SENTENCE	512

О ЈЕЗИЧКИМ ИНОВАЦИЈАМА У ПУБЛИЦИСТИЧКОМ СТИЛУ НА ПРИМЕРИМА НАСЛОВА ИЗ ДНЕВНЕ ШТАМПЕ¹

Сажетак: У раду ће се поредити језик дневне штампе с почетка прошлог века и језик данашњих дневних новина. Циљ је да се на основу анализе језика новина сагледају сличности и разлике у језику публицистичког стила на почетку 20. века и данас. Поредиће се сви језички нивои (фонетски, морфолошки, синтаксички, лексички) на основу чега ће се утврдити да ли има неких промена, и, уколико их има, каква је њихова природа.

Кључне речи: новински наслов, Политика, стари наслов, нови наслов, промене.

0. Новински наслов је порука од једне или више речи која се налази изнад новинског текста и најављује га. Графички је одвојен од основног текста и визуелно је истакнут.² Наслови имају прагматичку и семантичку функцију. Прагматичка функција наслова је усмерена на привлачење пажње читалаца и посебно је истакнута код наслова у којима су употребљене стилске фигуре. Семантичка функција усмерена је на кратко излагање основне мисли текста и на обавештавање читаоца о садржају текста над којим стоји (в. Iarović и Amel 1989: 442).

1. Предмет нашег рада биће упоредна анализа наслова из новина штампаних почетком прошлог века и савремених новина. Корпус истраживања чине наслови из дневног листа *Политика*, бројеви из 1904. године, као илустрација старог стања, и бројеви из 2009. и 2010. године за савремене примере.

2.1. Први рад у српској литератури који скреће пажњу на новинске наслове и пише о потреби конституисања стилистике наслова је рад Ирене Грицкат, у којем се анализира развој новинских наслова од самих почетака новинарства у Србији, од 1816. године и *Новина српских*, па до 1966, кад је чланак ове ауторке објављен (Грицкат 1966). Стилским аспектом наслова бавили су се још и В. Васић, Н. Замуровић, А. Милановић и други.

2.2. И. Грицкат истиче да се новинарство у периоду који је она анализира-рала мењало. „У првим фазама његова је улога била само строго информати-

¹ Овај рад је настао у оквиру пројекта 148005 *Лингвистичка истраживања савременог српског језика и израда Речника српскохрватског књижевног и народног језика САНУ*, који у целини финансира Министарство за науку и технолошки развој Републике Србије.

² Према неким ауторима, наслов припада групи тзв. кратких форми (изреке, пословице, фразе, афоризми, графити и сл.) са којима има много заједничких особина (Halliday, 1994: 392–397). Такође, постоје мишљења да се наслов може сматрати посебном врстом текста, који због односа с текстом изнад ког стоји, није аутономан (Iarović и Amel, 1989: 441).



вна“ (1966: 83). Касније су новински текстови зависили од ставова власти, тренутне политике и моћи појединих утицајних људи. Временом су се у новинама појавили и текстови забавног и поучног карактера, као и текстови у наставцима.

2.3. И. Грицкат (1966: 83) дели наслове на оне који стоје над озбиљним обавештењима и вестима мирног карактера, и на оне који стоје над сензационалним и забавним дописима. Модерна публицистика ова два типа наслова повезује, с тим што све више прихвата одлике „сензационалног“, поготово што модерну публику такав тип наслова више привлачи. Б. Тошовић као начин да се постигне популарност и повећа тираж наводи „сензационалистички метод привлачења пажње: да се, рецимо наслов који ће бити провокативан, који ће шокирати“ (2002: 305).³ Према Ј. Јовановић (2007: 55), наслов представља увод у садржај и често је „прави мамац за читаоце“. Због тога новинари воде рачуна о стилу наслова — граде га смишљено, занимљиво, духовито, прилагођавајући га теми, сврси, стилу који се негује у одређеном гласилу. Поред информативног и графичког, наслов има и изванредан естетички значај. Према неким ауторима, добар наслов треба да садржи пет елемената: важност, актуелност, концизност, конкретност и привлачност.⁴

3. Наслов је увек истакнут у односу на остали део текста, визуелно и графички. Раније су наслови најчешће били истог формата као и остатак текста, а ређе наглашени болдом, или другачијим типом слова. За разлику од старих, данас су наслови визуелно упадљивији, уочљивији, комбинују се нормална и масна слова, чиме се постиже бржа селекција информација, а важне вести су истакнуте. Графичком обрадом слова диференцирају се наслов рубрике, наслов прилога, поднаслов текста, поднаслов у тексту. Данашње новине се одликују комбинацијом језичког и нејезичког кода, сликама које прате сваку битнију вест чија је функција да привуку пажњу читаоца, да допуне информацију и разбију просторну монотонију (в. Јовановић 2007: 56).

4.0. Дневне новине чије наслове анализирамо почеле су излазити 1904. године.⁵ Најпре ћемо изложити разлике у правопису и граматички, и то на плану фонетике, морфологије и синтаксе, а у другом делу рада ћемо упоредити стилске карактеристике старих и нових наслова.

4.1. Разлике између старих и нових наслова на плану фонетике тичу се углавном појава које произилазе из важеће правописне норме. Тако у старим

³ У 19. веку почиње и оглашавање, затим продиру сензације, афере, скандали, ситне занимљивости, којима је циљ једино одмор и плитка забава читалаца (Грицкат 1966: 84).

⁴ То значи да наслов треба да садржи најсвежије вести, да не буде уопштен, да буде језгровит (да се састоји од 3 до 5 речи), као и да привлачи пажњу својом ефектношћу.

⁵ И. Грицкат истиче да се у насловима из периода 1816 – 1851. не примећује никаква еволуција. У насловима стоје номинативи именица (одн. заменица и бројева) и номинативне синтагме. Дневна штампа се у том периоду сматра строго информативним и дидактичким средством, понекад је она средство за подстицај патриотских, благородних или лирских осећања, а тек на последњем месту форум где се могу сазнати безначајни куриозитети. Од 1860. године јављају се рубрике „Смесице“ где уредништво жели да разоноди читаоце.

насловима, уз примере са иницијалним *x* и интервокалним *j* (*Хапшење Веље Тодоровића и Милоша Петронијевића, Аустријски цар и г. Миша Вујић*), налазимо и примере губљења иницијалног *x* и интервокалног *j*, одсуство једначења по звучности и сл. (*Апшење у Јапану, Аустриски трговци и гроф Голуховски, Клубска седница, Помоћник команданта македонске жандармерије*).

4.2. Наслови се граде помоћу малог броја језичких знакова. У њима, по мишљењу М. Стефановића, треба избегавати скраћенице и нумеричке показатеље (в. Јовановић 2007: 55, у фусноти). Ипак, у старијим новинама, због ограниченог простора за излагање вести⁶, честе су скраћенице, док их у нашем корпусу нових наслова нисмо нашли. Најчешће се скраћују титуле или оне речи које ће и после краћења бити разумљиве — *Г. Никола Пашић, Народни универзитети у Аустрији од д-ра Морица Бенедикта, Г. Стојан Протић премијер, Избрисани г. С. Грујић., Предлог закона о набавкама војн. потреба, Светосавска прослава на В. Школи, Камероти и гђа Десанка* и сл.

5.1.1. Иако се у новинским насловима не препоручује употреба интерпункције, ипак је срећемо и то много чешће у старим насловима. Тачка је у старим насловима често стајала на крају наслова, као и иза скраћенице, нпр. *Г. уместо господин, В. уместо велики, Аустр. влада и срп. војници* и сл. У новим насловима тачку налазимо само иза редних бројева — *Укидање монопола у нафтно-гасном сектору 2011., Стратегија за 21. век* и сл. Такође, у новим насловима нашли смо и интерпункцијски знак три тачке (...), који се користи у набрајању, а читаоцима се оставља могућност да сами наставе низ — *Лука окружена становима, трговима, парковима...*

5.1.2. Упитником се у наслову најчешће означава наговештај везан за неки догађај, појаву, а читалац подстиче да прочита цео текст како би сазнао одговор. Понекад се у оваквим насловима пред читаоца износи вест са нијансом сумње:

а) стари наслови: *Ко је пронашао поштанске марке?, А министар финансија?, Ко је одговоран?, Ко коме дугује?*;

б) нови наслови: *Ко је био „некњижевник“ код нас у средњем веку?, Где је претила смрт за лоше паркирање?, Шарићу суђење у одсуству?*

5.1.3. Узвичник се у насловима ретко среће. Може означавати позив, захтев или изненађење и увек има снажну експресивну функцију:

а) стари наслови: *Опет криза!, Штедња, штедња, штедња!*;

б) нови наслови: *Певам и тугујем већ четрдесет година!, Кастрација!*

5.1.4. Под наводнике се у новинском наслову стављају речи које означавају лични став новинара према личности или догађају о коме пише, колоквијални или подругливи називи и сл.:

а) стари наслови: *Један „добар“ младић, Један „незнатан“ добротвор;*

б) нови наслови: *„Парче неба“ на земљи вредно милион евра, „Тајне“ панчевачког здравства, „Клацкалиште“ у Венецији.*

⁶ Некадашње новине су имале свега 4–5 страна, док данашње имају и до 40.



5.2. Употреба личних имена у насловима подједнако је честа и некад и сад (*Г. Грујић одбија, Љуба Живковић у Двору, Мишљење г. Ст. Протића*, а у данашњим нпр. *Бан Ки Мун забринут за север Косова, Тадић и Јосиповић припремају терен за нагодбу, Поново одложено суђење Сретену Јоцићу, Шарићу суђење у одсуству* и сл.). Употреба имена и презимена је оправдана ако је та особа позната широј читалачкој публици.⁷ Карактеристично обележје старих наслова је да се они неретко састоје само од имена и/или презимена: *Г. Никола Пашић*; *Љубен Каравелов*; *Г. Стојан Протић*; *Г. Стојан Новаковић*; *Г. Рибарац*; *Г. Миленко Веснић*; *Г. Тодор Петковић*; *Борис Сарафов* и сл. У новим насловима нисмо нашли ниједну потврду за овакав тип наслова, али се јавља другачији тип наслова, који се састоји од имена неке јавне личности и изјаве која садржи њен став поводом неког питања: *Рејф Фајнс: Шекспир се бавио лидерством*; *Додик: Разговарати хоћемо, попустити нећемо*; *Обама: Ал Каида жели атомску бомбу*; *Радмановић: Мржња убија*; *Кон: Сачувао бих вакцине до краја рока употребе*.

6.1. Према броју речи које улазе у наслов, они могу бити једночлани и вишечлани, састављени из две или више речи. Једночлани наслови су неинформативни и непрозирни. Овакви наслови су у старим новинама доста заступљени, мада нису најбројнији (*Пажња, Оцеубиство, Двобој, Чеси, Русија, Демонстрација, Негој, Одричек* и сл.).

6.2. У корпусу из савремене штампе пронашли само један једночлан новински наслов, и то експресивно обојен (*Кастрација!*). Овај наслов привлачи пажњу неколиким разлозима — тиме што је краћи од оног на који је савремени читалац навикао, затим узвичником и негативном конотацијом употребљене лексеме.

6.3. Највећи број старих наслова сачињавају двочлане синтагме састављене од придевског и именичког дела, ређе од две именице, као и наслови састављени од именице или именичке синтагме и предлошко-падежне конструкције. Такви наслови се тичу неког мање или више значајног актуелног политичког или друштвеног догађаја. Ови наслови нису посебно информативни и из њих се не може увек тачно утврдити на шта се односе. У корпусу старих наслова пронашли смо преко 100 двочланих синтагми, наспрам данашњих неколико, док су у данашњим новинама чешће синтагме са предлошко-падежним конструкцијама у наслову. Оваквим редукованом конструкцијама у наслову актуализују се номиналне јединице и постиже ефикасност исказа:

а) стари наслови: *Велосипедска забава, Одбачена жалба, Покварен тунел, Заплетено сродство, Отказ уговора, Скупштински рапуст, Српско-бугарски споразум, Бабићева представа, Клубска седница, Дворски бал, Пад кабинета* и сл.; *Елдорадо за удаваче, Едуард VII у Петрограду, Ванредни кре-*

⁷ У нашем корпусу нисмо нашли употребу надимака уместо пуних имена и презимена личности из јавног, политичког и културног живота. Употребом надимка у наслову ствара се замишљени фамилијарни однос са читаоцима.

дит за одбегле Маћедонце, Јуриш на чиновничке плате, Посланик пред бирачима, Поштење у Финансијској политици, Прослава Св. Саве на В. Школи.⁸

б) нови наслови: *Откривање Америке, Отапање Јетија, Прековремени рад, Урбане ткаље, Забрањена питања, Пријатељи испод трешињиног цвета, Избори у Судану, Битка за централну Азију, Лажним плакатима против политичких противника, Ускрс без партијске честитке.*

6.4.1. Често се у насловима изоставља предикат, али се он подразумева. Тако у старим насловима имамо примере: *Један кинески лист о Манџурскоме питању* подразумева глаголе *говорити, извештавати*, у наслову *Падеревски у Јапану* изостављен је глагол *наступати*, док у наслову *Бугари кроз Србију* недостаје глагол *пролазити* и сл. У новим насловима за изостављен предикат наводимо пример *Аман, Шлиренцауер или изненађење*, који се односи на питање ко ће победити у скијашким скоковима; у наслову *Хилари Родам Клинтон за „Политику“* недостаје глагол *говорити*, у наслову *Лажним плакатима против политичких противника* изостављен је глагол *борити се* итд.

6.4.2. У новим насловима се цртом (–) често замењује глагол или конструкција *да ли*: *Порез на плату контролору лета – 36,8 милиона динара, Оклопно возило – нови адут ФАП-а, Премоћ капитала над политиком – фама или јава, Воз искочио из шина – 11 мртвих*. У новим насловима црта може означавати цезуру и деловати као интензификатор.

6.4.3. Новински наслов може бити и у облику афирмативне реченице са пуним предикатом:

а) стари наслови: *Људи су свуда људи; Аустрија се спрема за рат.; Не-што се спрема; И они кују; Учитељи већ играју; Бугари пребринуше бригу;*

б) нови наслови: *Ја сам здрав српски националиста, Одузима се имовина бивших челника ПИК „Земун“, Опозиција појачава притисак на владајући блок, Тадић и Јосиповић припремају терен за нагодбу.*

Стари наслови се састоје углавном од кратких реченица, често састављених само од основних реченичних чланова — субјекта, предиката и објекта, док су нови наслови дужи и информативнији. Према нашем корпусу презент је најзаступљенији глаголски облик, уколико се употребљава цела реченица.⁹

6.5.1. Једна од најуочљивијих граматичких особина наслова је честа употреба крњег перфекта. Краћи перфекат ствара утисак новине, изненађења, што му и по облику одговара, док пуни перфекат одговара мирној нарацији. Наслови са оваквим перфектом се, како примећује И. Грицкат, јављају не само код мање важних дневних вести него и над озбиљним и политичким обавештењима:

⁸ Код синтагми од којих је први члан придев *нов* имамо колебање одређеног и неодређеног вида — *Нов Министар војни., Нов министар финансија., Нов закон., Нов Митрополит., Нов новац.,* али и *Нови владика., Нови Жан Валжан.*

⁹ Обичај је да се крупној или неприпремљеној, неочекиваној новости наслов ставља у презенту, чиме се ствара изразита нарација, која траје и трајаће (в. Грицкат 1966: 91).



а) стари наслови: *Побегли из затвора, Добили награде за темате, Змај опасно оболео, Јапанци заробили две руске крстарице, Полудела цела породица, Г. Јоца Савић озбиљно оболео;*

б) нови наслови: *Преживео пад хеликоптера, Опозиција преузела власт, Спасео малолетницу из реке, Онколози први посумњали у намере бивше манекенке, Суђење актерима афере „Кофер” почело испочетка.*

6.5.2. У односу на заступљеност презента и крњег перфекта употреба осталих глаголских облика (футур, перфекат, потенцијал, императив итд.) ретка је. У старим примерима нашли смо само наслов са футуром „*Све ће опет добро бити.*“, а у новим: *Црне кутије откриће тајну, Бор ће имати нову топоницу, Е, кад би Срби поштовали реч као Баски, Препешачи своју земљу, Сачувајте топлоту у кући* и сл.

6.5.3. Обележје старијих новинских наслова су скраћене трпне конструкције. И нови наслови обилују конструкцијама са трпним придевом, само што су ти наслови дужи, а тиме и много информативнији у односу на некадашње:

а) стари наслови: *Арбанаси ослобођени порезе на стоку, Г. Љуба ... отпуштен; Пантић ослобођен; Г. Стојан Протић покрађен; Оспорен тестамент; Отпуштен начелник; Генерал Илијев пензионисан; Пријављена предавања за први конгрес српских лекара и природњака;*

б) нови наслови: *Нађено оружје „земунског клана” украдено из полиције, Одузета имовина вредна 100 милиона евра, Померен почетак римског дербија из безбедносних разлога, Разбијен ланац малолетничке проституције, Декларација усвојена после 13 сати оштре расправе.*

6.6. Употреба глаголских именица у насловима данас је чешћа него раније:

а) стари наслови: *Јавно предавање., Предсказања кнезу Фердинанду, Поверење влади., Отварање енглеског парламента., Ковање новца., А пшење г. Веље Годоровића, Верење¹⁰;*

б) нови наслови: *Откривање Америке, Путовање кроз срце, Реаговање Удружења контролора летења Србије, Грејање на сунце, Штедња енергије – штедња новца, Превирања и после студентских избора, Радови на одржавању зграде и последице неодржавања.*

7.1. Наслови могу бити у облику праве упитне реченице која на крају има упитник или формално-упитне реченице код које није забележен упитник. И у старим и у новим насловима заступљенији је други тип:

а) стари наслови: *Ко је одговоран?, Ко је пронашао поштанске марке?, Како се код нас праве закони, Зашто људи скидају капе, Зашто се Чариков не враћа у Београд., Ко ће победити., Ко соли јело;*

б) нови наслови: *Ко је био „некњижевник“ код нас у средњем веку?, Где је претила смрт за лоше паркирање?, Ко крије дарове; Хоћемо ли бити имуни на насиље.*

¹⁰ Овај облик је са савременог аспекта стилски обојен и данас би гласио *веридба*.

7.2. Напоредне конструкције у нашем корпусу савремених наслова нисмо нашли, док је у старим новинама обиље оваквих примера — *Русија и Јапан, Немачки цар и његов син., Отац и син., Г. Љуба Стојановић и учитељи., Митрополит и удовички фонд, Аустриски трговци и гроф Голуховски., 46 динара и 2, 280.000, Аустријски цар и г. Миша Вујић., Аустр. влада и срп. војници., Стојан Протић и страни владари* и сл.

8.1.1. Кад говоримо о стилским карактеристикама наслова, морамо истаћи да је као основна особина наслова у ранијој стилистичкој литератури истицана информативна функција, а у новијој се све више истиче лудичка функција наслова (Цонева 2002). Лудичка функција новинских наслова најбоље се огледа у бројним и разнородним поступцима новинарске језичке игре.

8.1.2. В. Васић истиче да наслов треба да задовољи неколико фактора: информативност, економичност и експресивност. „Економичност је значајно обележје наслова, али је, за разлику од друга два, несамостално. Наслов који је кратак али неинформативан и неекспресиван, вреднује се као лош наслов, чијом је употребом комуникација са примаоцем поруке угрожена или потпуно онемогућена“ (1980: 2). За разлику од нових наслова, већину старих наслова одликује економичност због ограниченог простора из чега проистиче и њихова недовољна информативност.

8.1.3. Информативни наслови упућују читаоца на садржај чланка или преносе конкретну, експлицитно изражену целу вест. У таквим насловима користе се речи које нису двосмислене и које су употребљене у свом основном значењу, у складу са граматичким и правописним правилима стандардног језика. Новинар „мора водити рачуна о томе коме пише, односно да мисли о томе да ли ће његове речи бити прихваћене, то јест да ли ће читаоци тим речима приписати исто значење“ (Јовановић 2007: 55).

8.2. У првим бројевима *Политике* не налазимо информативне наслове и тек се из текста добија потпуна информација (*Нова седница., Ужа конференција*). Данас има наслова који функционишу као потпуне реченице и пружају пуну информацију (*Погинуо пољски председник и још 95 путника, Стоматолошке ординације неприступачне инвалидима, Померен почетак римског дербија из безбедносних разлога*). Овакви наслови садрже за читаоца најбитнију информацију, те се на тај начин остварује функционална и семантичка веза између њега и текста.

8.3.1. Веома значајна особина и старих и нових наслова је њихова фигуративност. Фигуративност наслова зависи од природе текста над којим стоји. Тако ћемо над текстовима који говоре о озбиљним и политичким темама наћи најчешће дуге и информативне наслове, док су кратки, експресивни и фигуративни наслови, код којих се са мало речи постиже јак ефекат употребом различитих фигура, одлика мање озбиљних тема. Наслови који се поигравају језиком не могу у исто време бити информативни.

8.3.2. Најчешће употребљавана фигура је метафора и то метафора путовање и кретање (*Папирологија кочи извоз, Корак ка нуклеарном разоружању, Звездин шампионски пут, Никада нисам ишла ка путу славе утабаним путе-*



вима, У потрази за дијалогом, Српске пречице за Европу, И „ћура“ би у Европу); метафора клима (Густи облаци над грчком економијом, Стан у магли, главобоља на јави); метафора градња (Тадић и Јосиповић припремају терен за нагодбу); метафоре у вези са историјом, митом, фолклором (Шестоаприлски пакао у Београду, Рај је далек и скуп); метафора битка и рат (Битка за централну Азију, „Барса“ покорила Мадрид, Јуриш на чиновничке плате!*); метафора спорт (Почиње трка за индекс, Мале странке и даље остају у игри) и сл. Метафоре употребљене у новинским насловима нису нове, већ устаљене, које се често срећу. Сви наведени примери, осим примера означеног звездicom су из корпуса нових наслова, што показује да су у старим насловима коришћене речи у свом основном значењу, за разлику од нових, где се инсистира на ефектним поступцима којима се постиже експресивност, сликовитост, изражајност.

8.3.3. Од других фигура издвојили бисмо поређење, које се у насловима јавља најчешће скраћено, без глагола (Симовићеве песме као топла соба, Владичански дворови као дедињске виле, Паприка, црвена, као срце материно..., Живот као Бури калифа), персонификацију (Тирилица срушила коалицију у Вуковару, Кад „мерцедес“ позира) и контраст (Од добротворке до притворенице; Време цури, Коридор чека; Певам и тугујем већ четрдесет година!, Капитен Звезде поникао у филијали Партизана, Више квадрата за мање пара, Мали стан а велика грешка, Велике локомотиве а микро бизнис, Под дупом: од „шашавих“ до озбиљних изума, Лице и наличје оцењивања, Вода се повлачи, а комарци надиру). У новим насловима се јавља и графичка антонимија која настаје „увођењем заграда у ткиво ријечи“ (Тошовић 2002: 319) (Гувернер (не)чека закон, (Не)синхронизовани семафори и сл.).

8.3.4. У старим насловима нема много фигура. Најчешће срећемо иронију, на коју некад упућују и наводници употребљени у наслову, а некад се иронија открије тек кад се прочита читав текст (Красна супруга¹¹, Америчке „патриоте“, Сигуран „претендент“¹², Шта је милијарда¹³), контраст (Хоће — неће, Два човека, а једна девојка) и понављање (Штедња, штедња, штедња!).

8.4. Важну улогу у насловљавању има и прозодијско обликовање наслова, које може бити назначено интерпункцијом (стари наслови: Јуриш на чиновничке плате!, Опет криза!, нови наслови: Певам и тугујем већ четрдесет година!, Кастрација!, Е, кад би Срби поштовали реч као Баски и сл.) и римом (Гас као спас) и др.

9. У новим новинским насловима постоји много развијенијих начина за постизање експресивности. Најпре бисмо издвојили изразе који својом семантиком одступају од уобичајеног, прихваћеног мишљења и ситуација (Коса не мора да буде опрана, Верујем и у љубав са млађим мушкарцем, Реконструкција кошта две пакле цигарета, Мој пас је живео боље од мене). Често

¹¹ Наслов изнад текста о жени која је отровала два мужа.

¹² Наслов изнад текста о пијаном младићу који је викао како је он син краља Милана.

¹³ Наслов изнад текста који говори о дугу.

наслови изазивају ефекат гротеске (*Лајала сам два пута месечно, На суду доказивао да је жив*).

10.1. Назлови су најчешће дати стандардним језиком, али су дозвољена свесна одступања од нормe „јер публицистика има право да тражи кратке и лаке путеве продирања у свест“ (Грицкат 1966: 83), па тако у наслове продиру дијалекатски и нестандартни облици (*Ради „на брисачи“, Нај-Европљани – од Ђинђића до Дачића*), као и разговорна лексика (стари наслови: *Три пут Бог помаже*, *Тамо-амо, па он!*, *Хвала Богу!*, нови наслови: *Предизборна подметачина*) и лексика из раличитих жаргона – војнички, спортски итд. (*Гуштери, вољно – пожарни, збогом*, „*Црно-бели*“ се новим киксом удаљили од титуле, *Мале странке и даље остају у игри*, „*Барса*“ покорила Мадрид, *Чачани и Ариљци преслишали „црно-беле*“, „*Жуте секунде*“ чувају пешаке, *Црвени картон из Беле куће*).

10.2. У новим насловима су честе стране речи: *Јазма за оптимистима, Слаба вајда од Мартина, Живео кич – радост живота, Грађевински бум на падинама Пирине*. Неадаптиране речи пишу се у изворној графичкој Антиглобалисти у *фенсу одећи*. Код старих наслова од страних елемената пронашли смо један латински цитат, *Locus regit actum*.

10.3.1. У новим насловима користе се и речи са повећаним експресивним набојем *Батинаши по договору, Ухапшени бечки краљеви проституције, Крвави Ускрс у Ђуприји*.

10.3.2. На експресивност у новим насловима утиче и ред речи (*Скаче цена одборничка*), набрајање (*Пијани младићи, припити кондуктер и незаштићени путници, Трубе, тенис и зељаник*).

10.4. Обележје нових наслова су и фразеолошки изрази синтагматског типа (*Интеграција Косова на дугом итапу, Рука помирења у региону, Глава у торби на радном месту, Јанез Јанша окренуо леђа Игору Бавчару, Дери-паска дигао руке од „Порто Монтенегра“*).

10.5. Што се тиче цитатности можемо запазити да нема дословних цитата, тј. дословног преузимања, већ је најчешћи поступак замена лексике (*Балада о несхваћеним херојима, Реч по реч – љубав, Рецепт по рецепт – погача, Популарност без мотике*), позивање на књижевна дела (*Нови Жан Валжан, Рат и мода, Судбина једног рачуна*¹⁴, *Шта то пада, пада гувернер*¹⁵, *Ко то тамо кречи*). Код цитатности се користе и поступци лексичке негације (термин А. Милановића) (*Новац не покреће свет*) и проширивања цитата (*Штити главу, али је и краси*). Цитатност доприноси поетизацији текста. Употребом цитата се указује на извантекстуалну стварност са циљем да се путем асоцијација и алузија изазове реакција читалаца.

10.6. Истакли бисмо и употребу шаблона и језичких клишеа у новим насловима (*Највећи ипански дерби – велика победа фудбала, Добра идеја*

¹⁴ Према делу Јована Стерије Поповића *Судбина једног разума*.

¹⁵ Према стиху популарне песме „Шта то пада, пада Влада“ М. Бајагића.



злата вреди, Боља будућност, „Парче” лета за свачији џеп, Великим корацима у – напредак).

11.1. Поигравање језиком у наслову је „ризичан посао“ који не мора увек бити успешан, јер се ослања на општу културу, информисаност читалаца и њихов језички осећај.

11.2. Према мишљењу В. Васић, „атрактивни и сензационалистички наслови јављају се често изнад текстова који саопштавају о неком мање значајном догађају или о догађају који је сам по себи значајан, али чији су актери непознати широј јавности (1980: 7)“¹⁶. Обично се сматра да већа експресивност наслова смањује информативност, али то не мора бити правило.

12.1. Промене у језику новина видљиве су на нивоу семантике, као последица друштвених промена и развоја науке и технике. У старим новинама наћи ћемо наслове *Самосталци уступају.*, *Још један захтев самосталаца*. *Самосталци* су посланици некадашњих политичких странака Самосталне радикалне странке, Самосталне демократске странке и данас је та лексема историзам. Посматрано са становишта савременог српског језика и у насловима *Краљев фонограф*, *Велосипедска забава* налазимо историзме, а лексему *распуст* из наслова *Скупштински распуст*, иако РМС бележи значење *распуст* као „свршетак рада скупштине“, ретко чујемо у наведеном значењу. Карактеристика нових наслова су кованице типа *евроинтеграције*, *супертанкер*, *клацкалишите* и сл. (*Како отети супертанкер*, *Нећемо повезивати статус Косова и евроинтеграције*, „*Клацкалишите*“ у *Венецији*), и развијање нових значења постојећих лексема – *земунац* као припадник земунског криминалног клана („*Земунац*“ *открива нерешене злочине*)¹⁶.

12.2. Новијег су постанка и скраћенице које срећемо у насловима *Пуканићеви СМС-ови узбуркали хрватску јавност*, „*Коса*“ – *поглед из ВИП ложе*, *Будућност* у „3Д“ *свету*.

12.3. Супротно овој тенденцији, може се запазити и архаизација и поетизација наслова која се постиже употребом облика који се данас осећају као застарели (*Руска младост* у *Терзића авлији*).

13.1. На основу представљене грађе можемо закључити да се сва битна обележја новинског стила задржавају у насловима без обзира на то кад су они настали. Дobar наслов је важан јер он привлачи читаоце и треба да буде прилагођен њиховим навикама и сензибилитету. Посебним избором речи и поступака надокнађује се ограниченост простора.

13.2. Ранији наслови су визуелно били мање упадљиви, док су данашњи визуелно истакнутији, што се постиже употребом различитих графичких средстава. На плану фонетике и интерпункције разлике произилазе из важећих правила писања и изговора. Разлике су запажене у дужини наслова. У старим насловима најзаступљеније су двочлане синтагме, а у данашњим потпуне реченице, чиме је постигнута већа информативност савремених наслова.

¹⁶ Лексема *земунац* је дата под наводницима чиме новинар одређује нестандартну природу те речи.

13.3. Оно што се није променило у новинским насловима је честа употреба презента, крњег перфекта и скраћених трпних конструкција, док су остали глаголски облици мање заступљени.

13.4. Према ранијим истраживањима, у *Политици* је „доминантно обележје информативност, што се одражава на избор стилистички немаркираних језичких средстава“ (Васић 1980: 10), а наше истраживање је показало да је то одлика наслова из ранијег периода, а да данас избор маркираних или немаркираних језичких средстава зависи од текста над којим наслов стоји. Највећа разлика између наслова у нашем корпусу је у томе што се данас више инсистира на ефектним поступцима којима се постиже експресивност, изражајност и привлачи пажња читалаца. Због тога су много развијенији поступци за постизање атрактивности наслова — употреба стилских фигура, фраза, парафраза, повезивање неодговарајућих појмова, цитати, језичке игре, одступања од уобичајеног, прихватљивог мишљења и ситуација, што у старим новинама нисмо запазили.

Литература

- Grickat, I. (1966). „Naslovi – posebna kategorija pisane reči“. *Naš jezik*, XV/1–2: 77–95. (ћир.)
- Halliday, M.A.K. (1994): *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.
- Iarovici, E. and Amel, R. (1989). „The strategy of the headline“, *Semiotica* 77/4: 441–459.
- Jovanović, J. (2007). „Stilska analiza novinskog članka“. *Književnost i jezik* 54/1–2, 51–64. (ћир.)
- Milanović, A. (2006). „Citatnost kao jezička igra u naslovima beogradske dnevne štampe“. *Srpski jezik* XI/1–2: 385–406. (ћир.)
- Vasić V., et al. (1980). „Lingvostilistička obeležja naslova“. *Prilozi proučavanju jezika* 16: 1–16. (ћир.)
- Zamurović, N. (1976). „O novinskim naslovima“. *Prilozi proučavanju jezika* 12: 67–85. (ћир.)
- Цонева, Л. (2002). *Езиковата игра в съвременната публицистика*. Търново.

Milica Marjanović, Nataša Marković

ON LINGUISTIC PUBLICISTIC STYLE INNOVATIONS AS FOUND IN THE EXAMPLES OF DAILY NEWSPAPER HEADLINES

Summary

Relying on an analysis of newspaper headlines from the beginning of the last century and more current headlines, we have attempted to show that key journalistic features tend to persist irrespective of when the texts themselves were written. Earlier headlines were visually not as prominent, while today's headlines are more eye-catching, an effect which is usually achieved by means of various graphic devices. When it comes to phonology and punctuation, differences



emerge based on the existing rules of writing and speech of the times during which the texts originated. Differences were also noted in the length of the headlines, and thus in the level of their information status. Older headlines are shorter and contain less information, while the new ones are longer and offer a more complete information structure. The greatest difference between the headlines in our corpus is that today more emphasis is placed on the effective procedures which are used to achieve expressiveness, significance and which are used to draw the attention of the reader. For this reason, the means of achieving more attractive headlines – the use of figures of speech, various phrasaes, paraphrases, oxymorons, quotes, puns, deviations from the customary, acceptable opinions and situations, are more developed today than they were in the older issues.

Милица Марјановић
Институт за српски језик САНУ
Milica.Marjanovic@isj.sanu.ac.rs

Наташа Марковић
Институт за српски језик САНУ
Natasa.Markovic@isj.sanu.ac.rs