

Amela Bajrić

SINTAKSIČKE I LEKSIČKO-SEMANTIČKE SPECIFIČNOSTI PRINTANIH MEDIJA

Sažetak

Novine predstavljaju sredstvo prenošenja poruke i kao medij imaju snažan utjecaj na sve segmente društva, ali i reflektuju sve što se u njemu dešava te su u tom smislu pogodan materijal za raznolika lingvistička istraživanja. Analizirajući različite rubrike sedmičnih i mjesečnih magazina uočava se prisutnost sintaksičkih i leksičko-semantičkih stilskih figura, ali i frekventna upotreba stranih riječi, u prvome redu anglicizama, grecizama i galicizama. Kako su naslovi jaka pozicija teksta oni predstavljaju stilističko sredstvo od izuzetnog značaja. Njihova uloga u oblikovanju teksta (vijesti, članaka) je višestruka, stoga novinari često posežu za raznim figurativnim elementima. Analiza istraživačkog korpusa utvrdila je da odabir stilskih sredstava ovisi o sadržini teksta, tj. temi rubrike pa će se tako npr. u intervjuima naći reticencije, retorička pitanja, poređenja pa i kumulacija. U rubrikama koje tretiraju ljepotu, zdravlje i modu možemo uočiti zavidan broj stranih riječi kojima se opisuju novi trendovi, a prisutna je i nekolicina frazema. U naslovima su česte nominativne rečenice, elipsa, metonimije, a leksemama stranoga porijekla se intenzificira značenje.

Rad će, dakle, pružiti uvid u analizu s aspekta jezika koja se ogleda u prikazu najfrekventnijih stilskih figura, izražajnih sredstava i specifične leksike koji se koriste u specijaliziranim bosanskohercegovačkim novinama, kakve su Azra i Gracija, koje čine naš istraživački korpus.

***Cljučne riječi:** figurativnost, izražajna sredstva, leksika, naslovi, novine, stilske figure*

Uvod

Žurnalistički stil veže se uz veliku žanrovsku raznolikost, neki se žanrovi javljaju u svim medijima, a neki su specifični za pojedine medije. Medij u kojem se neki novinarski žanr pojavljuje bitno utječe na stil izražavanja. Na jezičke karakteristike žurnalističkog stila utječe njegova usmjerenost na široki krug primalaca koji su različitog porijekla, obrazovanja i socijalnog statusa, ali i činjenica da novinarski tekstovi nastaju u kratkom roku. Posredstvom novina (pismenog medija ili elektronskih), audio i audiovizuelnih medija ostvaruje se cijeli proces masovnog komuniciranja. Novinski medij ima svoje specifičnosti u odnosu na ostale masmedije: omogućava pažljiviji uvid u pisani tekst i usvajanje poruke koja se može duže pamtiti, jer ostali mediji zbog prevelike brzine prenošenja poruke otežavaju recepciju. Za dnevne je novine važna samo informacija i njeno prezentiranje, a „časopisi mogu objavljivati i analitičke članke koji pripadaju publicistici i namijenjeni su onima koji žele dublje analizirati neke pojave, a tako su koncipirane i neke emisije na radiju i televiziji“ (Katnić-Bakaršić, 2007: 60). Naš istraživački korpus sačinjavaju specijalizirane bosanskohercegovačke novine, odnosno časopisi - *Azra* i *Gracija*. Časopis *Azra* prvi je ženski i porodični magazin u Bosni i Hercegovini koji je prvi put štampan 18. septembra 1996. godine. Zamišljen je kao petnaestodnevni magazin, da bi od 18. juna 1997. godine iz štampe izlazio sedmično. Prvi BH časopis za savremenu ženu, časopis *Gracija*, tokom proteklih godina postao je štivo koje je visokim standardima u konceptu lifestyle časopisa u BiH postao i ostao lider u svojoj oblasti. Teme o uspješnim poznatim, ali i nepoznatim ljudima, priče o porodici, karijeri, zdravlju,

ljepoti, modi, kuhinji, uređenju životnog prostora, putovanjima, prepoznatljivim projektima Bosanaca i Hercegovaca kako u domovini, tako i van nje, profilirale su Graciju kao časopis koji slavi lijepe, dobre i plemenite stvari u našem društvu. Naše istraživanje bazirali smo na nekoliko rubrika koje tretiraju modu, ljepotu, zdravlje, uspješne umjetnike (glumce/pjevače/slikare i dr.), književne velikane, enterijer, talente, intervjuje sa poznatim bh. ličnostima želeći pokazati koja su to najčešća jezičko-stilska sredstva i stilske figure zastupljene u pojedinim rubrikama, kao i pokazati da izbor jezičkih sredstava ovisi upravo o tematici nekog članka ili rubrike. Stilske figure su sredstvo za postizanje određenog cilja. Izazivaju začuđenost, mogu pojačati ili oslabiti izraz, uljepšati ga, ali i kvariti. U najširem smislu „figure i tropi tradicionalno se smatraju odstupanjem od uobičajene, neutralne upotrebe jezika tj. odstupanjem od norme“ (Katnić-Bakaršić, 2007: 110). Nezaobilazni u istraživanju bili su i naslovi koji predstavljaju kratke forme, a koje karakteriziraju autoreferencijalnost (usmjerenost na sebe), sažetost i sklonost pojačavanju. Stoga i ne čudi da je analiza pokazala svu ekspresivnost naslova, a često dolaze u formi eliptičnih rečenica, retoričkih pitanja, metonimije, nominativnih rečenica, a dodatna ekspresivnost se postiže i upotrebom leksema stranoga porijekla.

U radu ćemo dati prikaz i analizu primjera stilskih figura na istraživanom korpusu koji je pažljivo izabran s ciljem da se predstavi kontekst i ukaže razlika u korištenju stilskih figura. Tim slijedom vodit ćemo se podjelom stilskih figura na figure konstrukcije, figure riječi ili trope, te figure misli.

Sintaksičke figure

Na sintaksičkom planu figure se mogu grupisati u sljedeće skupine: figure dodavanja odlikuju se proširenjem osnovnog iskaza (kumulacija, epitet), figure iterativnog dodavanja bazirane na ponavljanju leksičkih elemenata (anafora, epifora, okruženje/ciklos, anadiploza, reduplikacija/geminacija, polisindet), figure oduzimanja (elipsa, asindet, reticencija, silepsa), figure zamjene (retoričko pitanje, eksklamacija) i figure permutacije (inverzija, isokolon/paralelizam, parcelacija). Istraživanjem našeg korpusa ekscerpirali smo dosta sintaksičkih figura koje ćemo u nastavku rada predstaviti logičkim slijedom.

Kumulacija se susreće kao gomilanje atributa: „Kako su nam novopečeni roditelji otkrili, Luka je *dobra, mirna i nasmijana* beba...” (A, 1296: 11), „Možete ga naći u *sjemenkama suncokreta, badema, oraha, kikirikija*, te lisnatom zelenom povrću.” (A, 1298: 30); gomilanje objekata: „I zaista je tako, možete da dozirate *riječi, način, emociju, pravila* (i njih itekako!) po sopstvenim kriterijumima.” (G, 417: 37), „Osvojila me svojom *gracioznošću, karakterom i ljepotom*.” (A, 1296: 13) ili kao gomilanje subjekata: „Kretanje je osnovno za prevenciju osteoporoze; *šetnja, trčanje, ples, joga*, vježbe sa opterećenjem su odličan izbor.” (A, 1296: 33).

Epitet je dodatak (najčešće pridjev) koji se dodaje imenici s ciljem naglašavanja pojedinog svojstva ili vrijednosti označenog bića, stvari ili pojave. Njegova je uloga učiniti izraz snažnijim, uvjerljivijim i slikovitijim, a veoma je čest u štampi, reklamama, lecima itd.: „Ne kriju koliko ih je roditeljstvo promijenilo, ne samo kad je o emocijama i prioritetima riječ, nego i njihovoj svakodnevnicu. *Užurbanija je, odgovornija*, ali sigurno i *ljepša!*” (A, 1296: 11); „*Profesionalan, studiozan, zaigran*, spreman na kompromis unutar ideje.” (A, 1296: 36);

„Odvažna, talentirana, beskompromisno svoja.” (A, 1294: 11), „Potražite svoj *omiljeni intimni* kutak elegancije i prefinjenosti u srcu Sarajeva.” (A, 1296: 14).

Marina Katnić-Bakaršić (2007: 114) gradaciju svrstava u prelazne figure jer se ne može odrediti primarni nivo odstupanja, tj. da li je riječ o semantičkom ili sintaksičkom nivou odstupanja. Iznenadjuće je rijetka figura, s obzirom na to da označava redanje riječi po jačini značenja ili osjećanja njena upotreba bi doprinijela ekspresivnosti jezičkog izraza, kao: „Masaša vrućim kamenjem može pomoći: da se olakša *napetost mišića, poboljša protok krvi, ublaži bol, promovira opuštanje, otpusti stres.*” (A, 1298: 23).

Anafora je figura iterativnog dodavanja i predstavlja ponavljanje iste riječi ili grupe riječi na početku dvije ili više rečenica, stiha, pasusa i sl. Od riječi koje se ponavljaju u našem korpusu smo zabilježili sljedeće: „*Da* uživamo s najbližima i jedni uz druge, *da* budemo najveća podrška jedni drugima i *da* se volimo.” (A, 1296: 13); „Bilo me sram *da* padam, *da* trebam pomoć, *da* sam bolesna.” (A, 1297: 11); „Shvatila sam da odgađam svoj život na: *kad* budem bolje, *kad* budem zdrava, *kad* ću moć’ ovo, *kad* ću moć’ ono.” (A, 1297: 11); „*Neko* se snašao, *neko* se traži.” (G, 418: 37); „Prije svega ćemo ga učiti *da* bude kulturn dječak, *da* poštuje sve oko sebe, a posebno starije. Učit ćemo ga *da* bude pošten bez obzira na sve i *da* bude izuzetno vrijedan. *Da* svojim trudom i radom postigne sve u životu.” (A, 1296: 12); „Kad živite 14 dana *bez* ijednog lijeka, *bez* ijedne posjete ljekaru, *bez* ijedne tegobe, i ne ustajete na lijevu nogu, već ste radosni što ste živi, onda vam je jasno da vi držite konce svoje sudbine u svojim rukama.” (A, 1295: 11), „Osjećam se kao na novom početku, što, s jedne strane, ovo i jeste. Novi YouTube kanal s malo pratitelja, *nova* fan stranica, *nova* muzika, novo sve.” (A, 1298: 27), „*Volim* da zapjevam i zasviram s njim, *volim* njegovu muziku i energiju.” (A, 1298: 27), „*Planiram* da do kraja januara odem u Istanbul da snimam spot za drugi singl. *Planiram* da se zaljubim do Dana zaljubljenih.” (A, 1298: 28); „*Sreća* je unutar nas samih. *Sreća* smo mi sami. (...) *I kad* kiša pada. *I kad* sunce sija.” (A, 1296: 54).

Parenteza se definira kao ubacivanje riječi, grupe riječi ili rečenice u cjelovitu rečenicu kao naknadno, šire obavještenje, a najčešće se odvaja zagradama. Česta je u rubrikama koje tretiraju zdravlje i ljepotu: „Najviše ga ima u pivskom kvascu i pšeničnim klicama, orašastim plodovima, kao što su brazilski orah i orasi, govedini i iznutrici, jajima, puteru, soji, ribi (*tunjevina, bakalar i haringa*), morskim plodovima, bijelom luku, integralnim proizvodima...” (A, 1298: 31); „Nacrtajte i nekoliko crta po sredini čela i brade, a one dijelove koje želite suziti i sakriti iscrtajte tamnim puderom (*obraz, vilicu, nos i dno brade*).“ (A, 1297: 31).

Eliptične rečenice predstavljaju narušavanje gramatičke strukture rečenice koja u datom kontekstu postaje stilogena. Elizijom predikata stvaraju se eliptične rečenice; ukoliko je predikat izrečen nije riječ o eliptičnoj rečenici, osim kada su svi ostali članovi rečenice elidirani, te se ona svodi samo na predikat. Ćorac (1982: 395) jednočlane eliptične rečenice naziva monoremama, dvočlane diremama i ističe da postoje i tročlane eliptične rečenice (polireme) u kojima mora biti elidiran predikat. U naslovima se često elidira pomoćni glagol čime se oni svode na direme ili polireme, kao u narednim primjerima: „Odijelo (*je*) vladar vašeg ormara.” (A, 1298: 36); „Na svijet (*je*) donijela blizance.” (A, 1298: 4).

U književnim tekstovima posebnu stilističku funkciju imaju nedovršeni iskazi. Oni skreću čitaočevu pažnju na način da čitalac sam nasluti ili odgonetne nastavak, a stoje kao suprotnost kumuliranim jedinicama kojima se gomilanjem riječi i izraza vodi tekst zgusnutosti

i, nerijetko, pretrpanosti iskaza pojedinostima. Na formalnom planu obilježeni su trima tačkama. Sa stilističkog aspekta ovi primjeri predstavljaju sintaksičku figuru oduzimanja srodnu elipsi tzv. *reticenciju* (prekid rečenice, nedovršena rečenica): „*Ovisi o liku, o vrsti predstave...*”. (A, 1298: 20); „*U trenucima posebnog raspoloženja tata bi naglas čitao neku od svojih pripovijetki, želeći da čuje i naše mišljenje i utiske...*”. (A, 1298: 63); „*Ovo o ljekarskom mantilu zato što mi se uvijek činilo da se u njegovoj ličnosti, na neki način, ljekar nikad nije odvajao od književnika, ali također ni književnik od ljekara...*”. (A, 1298: 27).

Retoričko pitanje je pitanje na koje nema odgovora ili ga govornik ne očekuje. Istražujući korpus retorička pitanja našli smo uglavnom u naslovima. Budući da su naslovi jake pozicije teksta njihova je uloga da privuku pažnju adresata, u ovome slučaju čitalaca, prividno ih uključujući u razmišljanje i davanje odgovora, uza svu onu jezičku efektnost koja se postiže mijenjanjem jezičke funkcije sa referencijalne i konativne na poetsku budući da poruka skreće pažnju sa samu sebe (Katnić-Bakaršić, 2007): „*Šta nam donosi 2022. godina? Hoće li biti 'reducirana' 2021.? Ili ćemo naučene lekcije iskoristiti za bolju budućnost?*” (G, 417: 42); „*Poznajete li vi bolji način za odmor od vremena provedenog u spa centrima?*” (A, 1295: 50). U narednom primjeru primjećujemo upotrebu i retoričkog pitanja i eksklamacije što dodatno pojačava ekspresivnost: „*Dosadili su vam zima, kaputi i čizme? Poželjeli ste odjenuti nešto lepršavo i obuti sandale? Nije nemoguće!*” (G, 418: 56).

Nominativne su rečenice sa stilističko-retoričkog aspekta markirane i mogu se posmatrati kao figure. Kod njih nominativna riječ ili sintagma preuzima funkciju predikativnosti stoga se ne može govoriti o „izostavljenom predikatu”, a opća semantika tih riječi jeste postojanje predmeta ili predmetno predstavljanje pojave, radnje, stanja (Katnić-Bakaršić, 2007). Sljedeći primjeri potvrđuju navedeno: „*Šta vas motivira? - Život. Porodica.*” (G, 416: 66); „*Planovi za 2022.? – Neki lijepi novi projekti.*” (A, 1298: 20); „*Pet stvari bez kojih ne možete živjeti? – Kćerka, porodica, posao, prijatelj, duševna sloboda i mir.*” (A, 1298: 27).

Leksičko-semantičke figure

Metafora je sastavni dio korištenja jezika u svakom obliku komunikacije, a naročito je prisutna u književnoumjetničkom, razgovornom i žurnalističkom funkcionalnom stilu. To je figura kojom se značenje jedne riječi prenosi na drugu zamjenjivanjem predmeta po njihovoj sličnosti, a njeno pravo značenje određeno je kontekstom: „*Mostarka Anja Kraljević, iako je tek nedavno završila Akademiju scenskih umjetnosti u Sarajevu (ASU), već je uveliko aktivna na daskama koje život znače.*” (A, 1298: 19); „*Bronzana medalja zlatnog sjaja*” (G, 418: 6). Metonimija je figura koja zamjenjuje riječi po bliskosti ili logičkoj povezanosti označenih predmeta (Lešić, 2005). Mogu se vršiti različite zamjene, ali mi smo zabilježili nekoliko primjera gdje se umjesto čovjekovog/autorovog imena upotrebljava naziv njegovog djela: „*Žetva za jubilej Baleta*” (G, 418: 10); „*Žetva*’ je lijepa priča o dobru i zlu...” (A, 1296: 30); „*Osnovati jednu baletnu kompaniju, za dvije godine igrati ‘Romea i Juliju’, ‘Labudovo jezero’, ‘Žizel’, to su bile revolucije u to vrijeme...*” (A, 1296: 31).

Perifraza, figura misli, je „višečlani izraz koji stoji umjesto jedne riječi ili naziva. Neizravno imenovanje ili opis karakterističnih obilježja bića, pojave, predmeta, emocije i sl. Perifraza i izraz koji se njome zamjenjuje nalaze se u odnosu relativne sinonimije. Perifraza je pritom dulja, kompleksnija, značenjski bogatija i evokativnija” (Bagić, 2005: 241), kao što

imamo u sljedećim primjerima: „Novi restoran u *gradu na zrnu soli*.“ (G, 418: 57). Kako se perifraza najčešće temelji na metafori, poređenju i sinegdohi, navedeni primjer predstavlja sinegdohsku perifrazu gdje je „*grad na zrnu soli*“ zapravo opisni naziv za Tuzlu, grad na sjeveroistoku Bosne. Primjer „*Tuzlanska kraljica gastronomije*.“ (G, 418: 57) također predstavlja perifrazu kojom se zamjenjuje nova delicija u restoranu Kvin u Tuzli.

Oksimoron predstavlja konstrukciju u kojoj su spojeni semantički nespojivi, protivrječni pojmovi: „Osim *najhladnijim* danima, zima nas vraća *najtoplijim* odjevnim komadima i još jednom naglasak unutar svake garderobe stavlja na meko pletivo...“ (A, 1295: 40); „*Bronzana medalja zlatnog sjaja*“ (G, 418: 6).

Kolokacije predstavljaju kombiniranje riječi u sintagmatskom nizu. Čini ih sveza dvije ili više riječi, a u standardnom izražavanju pojavljuju se u obliku čvrste semantičke veze, čemu svjedoči i sljedeći pronađeni primjer: „*Neslana šala*.“ (A, 1297: 4).

Od semantičkih figura u širem smislu ubrajaju se figure poređenja, za koje se inače smatra da su u novinarskom jeziku „neizostavan stilski rekvizit“ (Bagić, 2012: 257). Razlikujemo dva tipa – *simile* i *comparatio*. Ova figura uobičajena je i česta u svim tipovima diskursa i zapravo je univerzalni oblik govora i mišljenja (Lešić, 2005). Prvi tip poređenja *simile* „smatra se srodnim sa metaforom, s tim što ovdje još nema zamjene koja je osnova tropičnosti; umjesto toga, postoji ukazivanje na *tertium comparationis* kao onu karakteristiku koja zbližava dva različita označena“ (Katnić-Bakaršić 2007: 327-328). Posredstvom ovog tipa poređenja ističu se svojstva predmeta ili pojava, tako da se riječi, kao nosioci tih svojstava, dovedu u odnos poredbe. Ovu figuru na formalnom planu karakterizira postojanje tipičnih vezničkih riječi: *kao*, *poput*, *nalik* (*na*). U istraživanom korpusu pronašli smo mnoštvo primjera poređenja *simile*, od kojih su najčešći sa veznikom *kao* i *kao da*: „Mi smo sve te obaveze najnormalnije prihvatili i mislim da odlično funkcionišemo *kao tandem*.“ (A, 1296: 18); „Šljokice i baršun nametnut će se *kao* istovremeno svestran i upečatljiv odabir koji će istaknuti i začiniti svaku zimsku kombinaciju.“ (A, 1294: 40); „Tako sam i ja *kao mala* imala želju promijeniti mnogo toga.“ (A, 1294: 25); „Miley Cyrus jedna je od najunikatnijih svjetskih zvijezda, a karijeru je počela *kao* glumica u dječijoj seriji. Sada, kada je odrasla, pretvorila se u pravog skandal majstora.“ (A, 1298: 22); „Zanosila me je *kao* neko živo, božanstveno biće.“ (A, 1298: 61); „Ponekad, preko tih očiju koje su, rekao bih, očinski gledale na ovaj svijet, *kao* neki oblak prešla bi tuga.“ (A, 1298: 61); „Iako je zbog Covida prethodna godina ostavila gorak okus u ustima, ja ću je se sjećati *kao* jedne od najljepših.“ (A, 1296: 34); „Sportska masaža se može raditi *kao* masaža cijelog tijela ili se masažni terapeut može fokusirati na dijelove tijela kojima je potrebna najveća briga.“ (A, 1298: 24); „Ljudi su ljubazni i suosjećajni i kad sam počela to gledati *kao da* se samo brinu, ja zapravo danas imam suosjećanje prema zdravim ljudima...“ (A, 1297: 11); „Daje efekat *kao da* ste tek iz salona.“ (A, 1296: 25); „Beskrajno su duhoviti i još se smijem *kao da* prvi put gledam.“ (A, 1298: 20).

Eksklamacija je figura koja se odnosi na tvrdnju izrečenu uzvičnom intonacijom. Eksklamacijom se naglašava izraz, „dočarava osjećaje, duševno stanje govornika, naglašava misao i usmjerava percepciju iskaza“ (Bagić, 2012: 90): „Neka oči zablistaju!“ (G, 418: 48). Ovdje se može govoriti i o uzvicima, od kojih su najčešća skupina impulzivni ili uzvici u užem smislu i njima se najčešće izražavaju emotivna stanja i raspoloženja, višeznačni su i uvjetovani kontekstom i intonacijom. Njih je i najviše u našem korpusu, a najčešći su jednosložni

sastavljeni od samoglasnika *o*: „*O*, to je za mene teško pitanje.” (G, 417: 28), ali ima i drugih: „Jao, pa to je jedno kreativno ludilo.” (A, 1298: 48).

Frazeme

U savremenoj nauci u jeziku frazeme se definiraju kao višeleksemni spojevi koji se po nizu karakteristika razlikuju od slobodnih skupova riječi i sintagmi. Među brojnim obilježjima frazeoloških izraza u literaturi se najčešće navode sljedeća: ustaljen i kompaktan sastav leksičkog spoja od najmanje dvije autosemantičke riječi, globalno, frazeološko značenje, ekspresivnost i slikovitost, reproduciranje u gotovom obliku i neprevodivost sa jednog jezika na drugi. Sa semantičkog stajališta frazemi ili frazeologizmi su nosioci posebnog, preinačenog značenja koje je dugotrajnom upotrebom postalo njihova prava i nepromjenljiva semantička vrijednost (Tanović, 2000).

Frazeme možemo naći u štampi, u jeziku reklama, plakata, a u našem istraživačkom korpusu pronašli smo nekoliko – od imeničkih, glagolskih do onih gdje se vrši semantička transpozicija frazema putem tropa i figura. Imeničke frazeme predstavljaju vezu imenice i imenice u kosom padežu ili prijedložnoj vezi. Od imeničkih frazema pronašli smo sljedeći: „To je bio veliki trenutak, koji mi je na sve što radim dao još jedan podstrek i ogroman *vjetar u leđa*.” (A, 1296: 53) koji se javlja u formi *imenica+prijedlog+imenica*. Glagolski su frazemi brojnošću i ustrojem najbogatija vrsta nominacijskih frazema, a u rečenici se pojavljuju u ulozi njezinog predikata: „Često je na *‘meti’* kritičara koji joj daju mnoge pogrdne epitete...” (A, 1296: 7) u značenju „biti izložen napadima, biti na udaru”.

Narednu frazu bismo, prema autoricama Kovačević i Ramadanović (2016), mogli svrstati u negativne emocije, tj. tugu koja predstavlja odgovor na vanjski svjesno prepoznati gubitak, tj. izostanak koga ili čega željenoga ili očekivanoga. „Pri manifestaciji osjećaja tuge na fizičkom je planu karakterističan tzv. gorak okus u ustima, a ta je slika prisutna i u frazemu ostao je (ostaje) gorak okus ‘u ustima’ *komu*, ‘ostao je (ostaje) trag nezadovoljstva (gorčine) *u kome*’, s tim da je u frazemsom značenju prisutan i dominantan osjećaj nezadovoljstva” (Kovačević, Ramadanović, 2016: 514): „Iako je zbog Covida prethodna godina ostavila *gorak okus u ustima*, ja ću je se sjećati kao jedne od najljepših”. (A, 1296: 34).

„Ironija predstavlja semantičku figuru koja riječima daje suprotan smisao od onoga koji one posjeduju u svom primarnom značenju, a pomenuta suprotnost značenja proizilazi iz kontrastne situacije u okviru koje se određena riječ namjerno dovodi u nesklad s kontekstom” (Stevović, 2017: 77-78). Ironija se u frazemama može javiti sa drugim tropima i semantičkim figurama u užem smislu, a takvi se frazemi „odlikuju slikovitim povezivanjem neobičnih, neočekivanih i često nemogućih pojava u realnom svijetu. Obilježeni su pojačavanjem intenziteta, odnosno doživljaja neželjene pojave, slikovito ističu stav govornog lica prema istoj i odlikuju se izrazitim prisustvom subjektivnosti” (Stevović, 2017: 78). Tipičan primjer semantičke transpozicije frazema putem ironije pronašli smo u našem korpusu: „Ali, pobijedila sam sram i nije mi *pala kruna s glave*...” (A, 1297: 11). Vrijednost ovakvih frazema obično se ogleda u negativnom emotivnom naboju prema referentu, u pejorativnom, s izrazom osuđivanja određene pojave u društvu.

Označavajući semantičku figuru koja podrazumijeva približavanje jednog pojma drugom na osnovu neke semantičke veličine, odnosno na osnovu neke zajedničke realne

osobine, poređenje predstavlja temelj velikom broju frazema u našem jeziku (Stevović, 2017). To su takvi frazemi u kojima se jedan pojam kvalifikuje dovođenjem u vezu s onim pojmom koji je poznat, i to na osnovu neke njegove općepoznate i veoma izražene osobine. Poredbeni frazemi frekventna su i česta frazemska skupina u našem jeziku. Odlikuju se po tome što posjeduju izraženu ekspresivnost, konotativnost i slikovitost, veoma su upečatljivi i često se javljaju paralelno s tropima. Naredni primjer to i potvrđuje: „No, kao grom iz vedra neba prethodnih dana svijetom je odjeknula vijest da se razvodi od supruge Lise Bonet.” (A, 1298: 59).

Leksika stranog porijekla u printanim medijima

Posuđenica u našem jeziku ima veliki broj i one su različitog porijekla/etimologije – preuzete su iz različitih stranih jezika. Neke od njih su do danas ostale nezamjenljive, mnoge čak toliko uobičajene da ih više i ne doživljavamo kao riječi tuđeg porijekla. Prema ovome, naša rječnička osnovica se može pohvaliti bogatstvom i različitosti riječi raznog porijekla. S obzirom na odabrani korpus i ono što on tematizira, nužno se nametnula pretpostavka da će u istraživačkom korpusu preovladavati frekventna upotreba angлизama iz razloga što odabrani časopisi tretiraju teme iz oblasti mode, zdravlja, ishrane, a u tim je segmentima posebno frekventna upotreba angлизama. Tu su svakako i ostale: galicizmi, grecizmi, latinizmi, ali i riječi orijentalnog porijekla koje se koriste prilikom opisa u duhu osmanske tradicije. Neki od njih su: „Znajući moć javno izgovorene riječi, Mulabdić je savjetovao *imamima*¹ da njihove *hutbe*² budu kvalitetne, poučne i korisne narodu.” (A, 1298: 63); „Prošla su vremena kad smo mi svoj imetak, svoj *šuhret*³, ugled, moć i sve svoje branili mačem, danas je došlo vrijeme da to branimo naukom.” (A, 1298: 62); „Kuće su tada bile povezivane preko avlija takozvanim komšipkama, odnosno *kapijama*⁴ koje su vodile u komšijsku *bašču*⁵ ili avliju, omogućavajući, naročito ženama, da se kreću po *mahali*⁶ bez izlaska na ulicu.” (A, 1297: 62); „Najčešće se ti događaji upriliče u njenim dvjema avlijama (muškoj i ženskoj), popločanim *kaldromom*⁷, sa *šadrvanom*⁸ i baščama prepunim mirisnog raznovrsnog cvijeća, među kojim dominiraju ruže *đulbešećerke*⁹.” (A, 1297: 62); „Kako je volio kristalno čistu i zelenu boju Drine, tako je zavolio i ‘sarajevske mahale, krivudave *sokake*¹⁰, male kućerke nakrivljenih krovova pokrivene uglavnom *ćeramidom*¹¹ ili *šindrom*¹² i okružene baštama u kojima gustu sjenu čini drveće dudova, lipa ili krušaka *jerbasmi*¹³.” (A, 1298: 61); „Biser u *đul-bašči*¹⁴” (A, 1297: 60); „Svjedoči o načinu života bogatijih muslimanskih porodica u 18. i 19. vijeku, odražava tradicionalni bosanski stil i jedna je od rijetkih očuvanih kuća koja je podijeljena na dva dijela

¹ muslimanski sveštenik kojem je glavna dužnost da predvodi skupno klanjanje namaza u džamiji

² propovijed koju drži imam sa minbera u džamiji petkom i o bajramima

³ popularnost, glasovitost

⁴ 1. vrata, 2. fig. dvor (carski)

⁵ bašta, vrt

⁶ dio grada ili sela, gradska četvrt, zaselak

⁷ put, cesta napravljena od kamena, pokrivena, popločana kamenom (grč-tur.)

⁸ vodoskok sa bazenom od mramora ili betona

⁹ slatko, (recelj) od ružičinog cvijetnog lista

¹⁰ ulica

¹¹ polukružni, žljebasti krovni crijep

¹² Cijepane jelove ili hrastove dake kojim se kuće pokrivaju. S jedne strane su po dužini izlijebljene, a s druge istanjene.

¹³ vrsta sočne krupne kruške

¹⁴ bašča zasađena ružama, ružičnjak

– muški (*selamluk*)¹⁵ i ženski (*hatemluk*).” (A, 1297: 60); „Okretanjem *sofre*¹⁶ pomoću zidnog polukružnog *dolafa*¹⁷ žene su hranu dostavljale u selamluk, kako bi bile zaštićene od muških pogleda.” (A, 1297: 61); „Zastrta je ćilimom donesenim iz Pirota, gradića u Srbiji koji baštini vjekovnu tradiciju izrade najkvalitetnijih vunених *ćilima*¹⁸ sa živopisnim šarama i ornamentima.” (A, 1297: 62); „U proljetnom i ljetnom periodu članovi porodice odmarali su, družili se ili ispijali kafu u *hajatu*¹⁹, poluotvorenom prostoru s hladovinom, čiji je strop ukrašen prekrasnim cvjetnim mozaikom.” (A, 1297: 63); „U sklopu kompleksa Svrzine kuće, koji se prostire na gotovo 1000 kvadratnih metara i odražava sklad između čovjeka, kuće i prirode, nalaze se i konjušnica, otvorena kuhinja s ognjištem, vodnica za čuvanje vode i pranja suđa te *magaze*²⁰ za alat, robu i čuvanje hrane.” (A, 1297: 62).

“Engleski je lingua franca, jezik opće komunikacije unutar institucija, te među pripadnicima političkih, intelektualnih, znanstvenih i drugih javnih elita, ali i tzv. običnih građana” (Bogunić, 2010: 218). Što je jezik sveprisutniji, to se smatra važnijim, a što je važniji to je i – vidljiviji. Engleski je danas uglavnom simbol ekonomskog i tehnološkog napretka, a možemo ga posmatrati i kao oznaku prestiža. Od devedesetih godina 20. stoljeća svjedoci smo obogaćivanja leksičkog fonda bosanskog jezika engleskim riječima što je izraženo velikim rastom anglizama u rječniku našeg jezika. Prisutnost anglizama primijećena je u rubrikama koje tretiraju modu, kozmetiku i njegu tijela, hranu, ali i u intervjuima: „Još nisam išla na *beauty*²¹ tretmane.” (A, 1296: 25); „Od ležernih dnevnih izdanja do elegantnog poslovnog *looka*²² i glamuroznih večernjih kombinacija...” (A, 1296: 40); „Za ležeran dnevni look, sjaj šljokica i raskoš baršuna svoj savršeni spoj pronaći ćete u udobnom i toplom *sweatshirtu*²³ ili *cosy*²⁴ modelima pletiva.” (A, 1296: 41); „Na *setu* vlada sjajna atmosfera i ja sam uživala u svakom trenutku.” (A, 1298: 20); „...a u planu je da izdajem novi *singl*²⁵ svaka tri mjeseca, pa album, zatim *remake*²⁶ starog albuma prije 20 godina u novom ruhu.” (A, 1297: 13); „Bilo mi je bitno da kroz pjesmu dam neki *selfempowerment*²⁷.” (A, 1297: 19); „Mirela i Laka su podsjetili kako nema javno organizovane proslave Nove godine u Sarajevu, te pozvali sve da gledaju novogodišnji *show*²⁸ koji će, prema njihovim riječima, biti specijalan po mnogo čemu.” (G, 418: 7); „Dekoratívnu kozmetiku bi bilo najbolje odlagati zajedno, kistove u posebnu torbicu ili posudu, a *skincare*²⁹ posebno.” (A, 1298: 21); „Već 18 godina trudimo se pratiti *trendove*³⁰ i promovirati zdrave neinvazivne metode, a istovremeno našim brojnim klijentima pružiti

¹⁵ nepomičan ormar sa policama, pričvršćen uža zid ili uzidan u zidu

¹⁶ 1. trpeza, sinija, 2. zaokružena učinjena koža na čijem su rubu povezane duge petlje od kože

¹⁷ nepomičan ormar sa policama, pričvršćen uža zid ili uzidan u zidu

¹⁸ prostirač istkan od vune na stanu, tepih

¹⁹ U BiH znači: hodnik u prizemlju u starinskim građanskim kućama, predsoblje

²⁰ dućan sazidan od kamena, podrum

²¹ ljepota

²² izgled

²³ majica

²⁴ udoban

²⁵ gramofonska ploča obično sa po jednom kompozicijom na svakoj strani ploče

²⁶ veže uz razne pojmove (remake filma, pjesme, knjige), a odnosi se na novu verziju nečega

²⁷ samoosnaživanje

²⁸ predstava, umjetničko-zabavna priredba, zanimljiv događaj

²⁹ njega kože

³⁰ osnovni smjer kretanja nekog društvenog procesa ili pojave

čarobno iskustvo opuštanja.” (G, 418: 50); „*Skincode*³¹ je ‘*must have*³²’ digitalne generacije” (G, 416: 9); „Jeste li doživjeli *baby blues* (postporođajna depresija)?” (A, 1296: 11); „Oni su moj ‘*good mood booster*’ (recept za dobro raspoloženje).” (A, 1298: 20). Posljednja dva primjera data su uz prijevode na našem jeziku u zgradama.

U korpusu je zastupljen i veći broj *latinizama*: „Tanka je linija između kiča i glamurozne *dekoracije*³³.” (A, 1296: 43); „Uskladite *salvete*³⁴ sa stolnjakom i čašama...” (A, 1296: 43); „Naravno da nisam za to da se trpi bilo kakva *tortura*³⁵, ali *tolerancija*³⁶ mora da postoji.” (A, 1296: 18), potom *galicizmi*: „Manje linije će se smanjiti, a koža će izgledati mlađe i baršunasto *mat*³⁷.” (A, 1298: 21); „Sa *devizom*³⁸ ‘ljepota i zdravlje ne idu jedno bez drugog’ F&A Ultra Beauty Centar jednostavno je postao mjesto na koje idemo kad želimo postići zdrav i njegovan izgled.” (G, 418: 50), *grecizmi*: „Volim poklone, okićen grad, prazničnu *atmosfera*³⁹.” (A, 1297: 16), „Kuće su tada bile povezivane preko avlija takozvanim komšipkama, odnosno kapijama koje su vodile u komšijsku bašću ili *avliju*⁴⁰, omogućavajući, naročito ženama, da se kreću po mahali bez izlaska na ulicu.” (A, 1297: 62).

Zaključna razmatranja

Žurnalistički tekstovi u osnovi obiluju brojnim figurama i postupcima kojih mi, kao recipijenti, nerijetko nismo ni svjesni, a koji itekako utječu na formiranje naše slike i stava o onome što i o čemu čitamo. Analiza je pokazala da žurnalistički stil neminovno upotrebom stilskih figura ima snažan utjecaj na izgradnju iskaza koji će, unutar okvira u kojima nastaje, biti produktivan, zanimljiv i relevantan. Ovisno o kontekstu unutar kojeg su upotrijebljene stilske figure utječu na konstruiranje značenja i smisla putem ekspresivnosti, sugestivnosti ili aluzivnosti kojima obogaćuju izraz. Zbog svoje specifičnosti, analizirani časopisi se nerijetko koriste ustaljenim izrazima, šablonima koji se manifestiraju kroz određene frazeme, kolokacije i sl. Među najfrekventnijim sintaksičkim figurama javljaju se kumulacija, epiteti kao figure koje imaju dodatnu stilsku funkciju i ekspresivnu vrijednost, što ih određuje kao nosioce afektivnih naboja teksta. Pored toga česta je i anafora, retorička pitanja se najčešće javljaju u naslovima, nominativne rečenice u intervjuima, a reticencije unutar teksta. Od leksičko-semantičkih figura najzastupljenija figura je poređenje, i to poređenje simile gdje se dva predmeta porede na osnovu određenog zajedničkog svojstva. Zanimljive su i perifraze, metonimija, metafore koje su se pojavljivale i u naslovima, potom eksklamacije i dr.

Naslov je kondenzirana vrsta teksta čija je primarna funkcija privući pažnju čitaoca i zainteresirati ga za daljnje čitanje. Kondenzirana vrsta podrazumijeva sažetost i kratkoću, pa se pretpostavilo da će naslove tvoriti svega nekoliko riječi. Naslovima privlačima pažnju čitalaca stoga se oni najčešće koriste riječima ekspresivnog značenja, upotrebom karakterističnih figura,

³¹ naziv proizvoda

³² Sintagma koja se koristi za nešto što se mora obavezno imati, nešto što se pokazalo najboljim, najpraktičnijim, najefektnijim itd.

³³ ukrašavanje, kićenje

³⁴ ubrus za brisanje ruku poslije jela

³⁵ 1. tjelesno mučenje u svrhu da se izvuče priznanje; 2. uopće mučenje, zlostavljanje

³⁶ trpeljivost, poštovanje tuđeg mišljenja

³⁷ bez sjaja, zagasit

³⁸ parola, mudra izreka

³⁹ 1. plinoviti omotač oko nebeskih tijela; 2. vazdušni omotač koji obavija zemlju. U navedenoj rečenici leksema je upotrijebljena u prenesenom značenju.

⁴⁰ kućno dvorište ograđeno zidom

anglizama i sl. Analiza je pokazala da se u naslovima često javlja elipsa ostvarena izostavljanjem predikata te infinitivizacija kojima se pridonosi rečeničnoj kondenzaciji, dok je za podnaslove karakteristično retoričko pitanje.

Upotreba leksema stranoga porijekla je neupitna; kako smo i pretpostavili, najfrekventniji su anglizmi. Rubrike vezanu uz arhitekturu, kulturnu baštinu i one koje obrađuju i predstavljaju velikane bosanskohercegovačke književnosti uglavnom su ponudile najveći broj leksema orijentalnog porijekla čija su značenja prema *Turcizmima u srpskohrvatskom jeziku* Abdulaha Škaljića navedena u fusnotama. Nadalje, anglizmi, također, zauzimaju veliki broj zastupljenosti posebice u rubrikama ljepote, zdravlja i mode navedene u izvornom obliku iz razloga što ubrzan način života utječe i na brzinu komunikacije, a također i iz želje za što većom konkurentnošću na globalnom tržištu gdje je brzina plasiranja informacija ključan čimbenik, u poslovnom svijetu i u medijima praksa je da se novi termini ne prevode, već se neprilagođeni pojavljuju u javnosti. Značenja riječi navođena su prema *Rječniku stranih riječi* Bratoljuba Klaića i *Rječniku stranih riječi* grupe autora.

Cilj rada bio je utvrditi koje su sve figure i tropi zastupljeni u sedmičnim i mjesečnim časopisima u ciklusu od mjesec dana za časopis *Azra*, koji izlazi sedmično, te četiri mjeseca za časopis *Gracija* koji izlazi mjesečno. Ovaj je period odabran jer smo smatrali da bi praćenje i analiziranje određeni vremenski period moglo ponuditi relevantnije podatke.

Istraživački korpus

1. Azra, broj 1294, Sarajevo, Godina XXVI, 15. decembar/prosinac 2021. god.
2. Azra, broj 1295, Sarajevo, Godina XXVI, 22. decembar/prosinac 2021. god.
3. Azra, broj 1296, Sarajevo, Godina XXVI, 29. decembar/prosinac 2021. god.
4. Azra, broj 1297, Sarajevo, Godina XXVI, 5. januar/siječanj 2022. god.
5. Azra, broj 1298, Sarajevo, Godina XXVI, 12. januar/siječanj 2022. god.
6. Gracija, broj 416, Sarajevo, novembar 2021. god.
7. Gracija, broj 417, Sarajevo, decembar 2021. god.
8. Gracija, broj 418, Sarajevo, januar 2022. god.
9. Gracija, broj 419, Sarajevo, februar 2022. god.

Literatura

1. Bagić, K. (2005). *Rječnik stilskih figura*. Zagreb: Školska knjiga.
2. Bogunić, I. (2010). Engleske riječi u jeziku hrvatskih medija. *LAHOR: časopis za hrvatski kao materinski, drugi i strani jezik*, Vol. 2, No. 10, Sveučilište u Zagrebu: Filozofski fakultet, str. 217–232,
3. Ćorac, M. (1982). *Metaforski lingvostilemi*. Beograd: Privredno-finansijski zavod.
4. Grupa autora (2016). *Tablodiziranje stvarnosti: metamorfoza dnevnih novina*. Tešanj: Planjax komerc.
5. Idrizović, M., Jasenković, A., Knor, V. (1990). *Rječnik stranih riječi*. Sarajevo: Književna zadruga Drugari.
6. Katnić-Bakaršić, M. (2007). *Stilistika*. Sarajevo: Ljiljan.
7. Katnić-Bakaršić, M. *Gradacija* na linku <https://mail.stilistika.org/4-gradacija-i-druge-figure>

8. Klaić, B. (1986). *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Nakladni zavod MH.
9. Kovačević, B., Ramadanović, E. (2016). Primarne emocije u hrvatskoj frazeologiji. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, Vol. 42, No. 2. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, str. 505-527.
10. Lešić, Z. (2005). *Teorija književnosti*. Sarajevo: Sarajevo Publishing.
11. Mladenov, M. (1980). *Novinarska stilistika*. Beograd.
12. Prčić, T. (2019). *Engleski u srpskom*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
13. Stevović, I. (2017). Nastanak frazema putem semantičkih figura. *Slavia Centralis* 2, Univerzitet u Mariboru, str. 67-84.
14. Šehović, A., Havervić, Đ. (2017). *Leksika orijentalnog porijekla u frazemama bosanskog jezika*. Sarajevo: Filozofski fakultet Univerziteta u Sarajevu.
15. Škaljić, A. (1989). *Turcizmi u srpskohrvatskom jeziku*. Sarajevo: Svjetlost.
16. Tanović, I. (2000). *Frazeologija bosanskog jezika*. Zenica

SYNTAX AND LEXICAL-SEMANTIC SPECIFICS OF PRINTED MEDIA

Abstract

Newspapers represent mean of conveying the message and as a medium have a strong impact on all segments of society, but also reflect everything that happens in it and in this sense are suitable material for a variety of linguistic research. Analyzing the various sections of weekly and monthly magazines, the presence of syntactic and lexical-semantic stylistic figures can be noticed, as well as the frequent use of foreign words, primarily English, Greekism and Galician.

As titles are a strong position of the text, they represent a stylistic tool of exceptional importance. They have multiple role in shaping the text (news, articles), so journalists often resort to various figurative elements. The analysis of the research corpus determined that the choice of stylistic means depends on the content of the text, ie. topics of the column, so in interviews, for example, you can find reticencies, rhetorical questions, comparisons and even cumulation. In the columns that treat beauty, health and fashion, we can see an enviable number of foreign words that describe new trends, and there are a few phrases. Nominative sentences, ellipses, metonymies are common in the titles, and lexemes of foreign origin intensify the meaning.

The paper will therefore provide insight into the analysis from the aspect of language reflected in the presentation of the most frequent stylistic figures, means of expression and specific vocabulary used in specialized newspapers in Bosnia and Herzegovina, such as Azra and Gracija, which make up our research corpus.

Keywords: *figurativeness, means of expression, vocabulary, headlines, newspapers, stylistic figure*