

СТИЛСКА МАРКИРАНОСТ КОМУНИКАТИВНО НЕМАРКИРАНИХ РЕЧЕНИЦА У НОВИНАРСКОМ ПОДСТИЛУ

Апстракт: У раду се разматра питање дистрибуције комуникативно немаркираних реченица у новинарском подстилу. Циљ нам је испитати типове ових реченица и њихову дистрибуцију у штампаним медијима. У корпусу, који чине примери из дневне, периодичне и штампе намењене одређеној читалачкој публици, пратили смо употребу и семантичку вредност комуникативно немаркираних реченица, њихову стилску функцију у систему специфичних обележја новинарског подстила. Покушали смо да на основу корпуса, и резултата досадашњих истраживања, утврдимо принципе избора и употребу ових реченица у новинарском подстилу, као и да истражимо да ли постоји раскорак између нормативних захтева и праксе. Истраживање се заснива на квалитативној анализи корпуса коју чине примери који су одраз савременог стања у језику. Користили смо и дескриптивни и структурални метод будући да нам је циљ био да истражимо структурне типове и функцију комуникативно немаркираних реченица у новинарском подстилу публицистичког стила савременог српског језика.

Наш корпус је показао да су ове конструкције фреквентне у штампаним медијима, али да немају подједнаку дистрибуцију у свим жанровима. Исто тако уочено је њихова експресивна функција има предност у односу на информативну.

Кључне речи: комуникативно немаркиране реченице, новинарски подстил, стилска функција комуникативно немаркираних реченица

Увод

Реченицу као минималну предикативну јединицу можемо изучавати на структурном, функционалном и семантичком плану. Од три наведена приступа граматику највише интересује структурни приступ при чему је најважнији критеријум присуство – одсуство предиката. С тим у вези постоје комуникативно маркиране и комуникативно немаркиране реченице.

С обзиром на то да свака реченица употребљена у комуникацији има одређени комуникацијски циљ, таква реченица се назива исказ, што значи да исказ представља шири појам од реченице јер и одређене непредикатив-

¹ cica1971@gmail.com

не јединице у одређеним ситуацијама могу имати вредност исказа. Такве су комуникативно немаркиране реченице, које и нису граматичке реченице, већ су искази, а карактерише их одсуство експлицитног предиката. У односу на комуникативно маркиране реченице, ове реченице су у синтаксичким радовима знатно мање описане, а постоји и проблем њиховог терминолошког одређења. Покушаћемо да укажемо на неке најзначајније синтаксичке теоријске поставке, а како су комуникативно немаркиране реченице и стилистичка појава указаћемо и на гледишта која заступа стилистика.

Пошто је предмет нашег рада попис и опис типова комуникативно немаркираних реченица у новинарском подстилу, морамо се укратко осврнути и на нека обележја и битне карактеристике овог функционалног подстила који се одликује широком употребом и који је намењен великом броју рецепијената. У корпусу који је састављен од примера комуникативно немаркираних реченица у штампаним медијима, пратили смо употребу, семантичку вредност и стилске функције ових реченица. Циљ је да се након анализе покаже какве стилске ефекте може да изазове комуникативно немаркирана реченица, али и да се утврди оправданост употребе експресивне синтаксе у ситуацијама када подстил намеће, пре свега референцијалну, информативну функцију језика. Конативна, аргументативна и емоционално маркирана функција језика у новинарском подстилу је пратећа појава, другим речима облици новинарског изражавања морају бити у функцији уверавања, али без изношења личних ставова и мишљења аутора текста.

Комуникативним немаркираним реченицама као језичком феномену приступили смо с циљем да опишемо синтаксичке, семантичке и стилистичке особине на основу корпуса који је ограничен искључиво на примере из штампаних медија. Покушаћемо да испитамо принципе избора и употребе комуникативно немаркираних реченица у новинарском подстилу нарочито имајући у виду ове реченице нису својствене овом подстилу будући да имају функцију појачавања, да се употребљавају у специфичним ситуацијама, или су условљене контекстом. Намера нам је да утврдимо да ли комуникативно немаркиране реченице доприносе информативности будући да наш корпус показује да се ове реченице у нашим штампаним медијима срећу с великом учесталošћу, чак и у оним ситуацијама када је уместо њих препоручљивија употреба релевантнијих еквивалената.

1. Напомене о новинарском подстилу

У зависности од намене сви текстови су написани одређеним стилем. Функционалним варирањем, настали су функционални стилови који „представљају конкретну реализацију језика“ (Тошовић 2002: 65). Класификација

функционалних стилова коју нам је понудио Тошовић, а коју су прихватили и аутори уџбеника за основну и средњу школу, подразумева: књижевноуметнички, научни, публицистички, административни и разговорни.² Узимајући у обзир овакву диференцијацију, публицистички стил се испољава кроз новинарски и монографско-публицистички подстил.³

1. 1. Језик новинарског функционалног подстила

Основна намена новинарских текстова јесте да правовремено, објективно и јавно информишу јавност о значајним догађајима и појавама, при чему битно утичу на формирање јавног мњења. Новинарски подстил одликују: јасност, сажетост и прецизност. Управо због чињенице да је информација намењена широком кругу рецепијената, посебна пажња се посвећује избору речи тј. новинарском језику. Д. Славковић у *Уводу у новинарство* истиче да новинарски текст мора бити „јасан, једноставан, разговетан, течан, убедљив, сажет, прецизан и конкретан – то је алфа и омега новинарског писања“ (Славковић 1973: 115).

Специфичности у начину изражавања су, према Тошовићу, условљене жанровски и врстама периодичних издања, дневне новине и политички часописи су оријентисани на ширег читаоца, док са друге стране постоје часописи који као циљну групу имају омладину, жене, мушкарце, припаднике одређених занимања или интересовања и сходно томе формира се и начин изражавања. Оно што им мора бити заједничко је употреба стандардног језика, разноврсност, актуелност, перлокутивност и информативност. Другим речима, текст се мора прилагодити облику новинарског изражавања, при чему је важан прецизан израз, реченица без дугих и конфузних мисли, чист текст, без сувишних речи и реченица.

И Рус – Мол заступа гледиште да су обележја новинског језика сажетост, поштовање стандардне језичке норме и разумљивост, где разумљивост „подразумева кратке реченице, течно саопштавање појмова, систематично излагање текста, логично, доследно повезивање, одговарајуће формулације без превише украшавања јер текст мора бити без напора схваћен“ (Рус – Мол 2005: 83).

² Другачију диференцијацију функционалних стилова понудила нам је М. Катњић-Бакаршић при чему разликује примарне и секундарне стилове, а да су примарни: научни, административни, књижевноуметнички, журналистички и публицистички. На основу жанра, журналистички стил разликује информативне, његов презентативни представник је новинарски подстил, и аналитичке жанрове.

³ За потребе нашег истраживања користили смо диференцијацију функционалних стилова коју је понудио Тошовић, уз напомену да се нисмо бавили даљом диференцијацијом на подврсте. Узимајући у обзир специфичности нашег корпуса, предмет нашег интересовања је новинарски подстил и то у штампаним медијима.

Дакле, најбитнија активност овог функционалног стила је писање те су и манипулативне могућности да се језички утиче на публику велике. Како би читаоца заинтересовали да прочита садржај текста, постигли популарност и на тај начин повећали тираж, често се примењује сензационалистички метод пласирања информација. „Неретко се користе експресивна средства, директно обраћање читаоцу, постављање сугестивних или провокативних питања. Почетни и ударни облик таквог изражавања су бомбастични наслови с необичним и често парадоксалним садржајем, што се негативно одражава на језички израз“ (Тошовић 2002: 305).

Сви ови поступци се јасно уочавају у штампаним медијима јер су они окренути великом броју рецепијената. У трци за што бољим рејтингом и већим тиражом прибегава се клишеима, шаблонима, устаљеним изразима, сажетим реченицама, настоји се да читалац у најкраћем року и са што мање напора добије и декодира информацију. Говорећи о језику новинарског подстила, намеће се закључак да је приоритет новинарског текста јасан и прецизан израз у коме не сме бити двосмислености јер овај подстил „има основну функцију да информише, а не да делује“ (Тошовић 2002: 317).

1. 2. Жанровска раслојеност новинарског подстила

Друштвене промене наметнуле су новинарском подстилу другачији начин креирања и пласирања информација, при чему су основне функције новинарства и даље информативне, образовне и забавне, али се „у први план истичу приватна интересовања корисника“, а јавни интерес новинарства је „да понуди највећу корист највећем броју људи у најкраћем року“ (Јевтовић и др. 2014: 23). Како би се задобила пажња рецепијената и задовољиле потребе и навике данашњег читаоца, наметнула се и потреба да се у оквиру новинарског подстила појаве нове жанровске класификације.⁴ Српској новинарској школи најближа је подела новинарских жанрова на информативне, аналитичке и белетристичке (в. Јевтовић и др. 2014: 117).

⁴ Бавећи се разврставањем врста и облика новинарског изражавања, Јевтовић и др. истичу да у оквиру трипартитне поделе жанрова, информативном жанру припадају вест, интервју и извештај који подразумева и конференцију за медије, саопштење и изјаву. Аналитички жанрови су коментар, чланак, карикатура и критика, али се као варијанте коментара јављају и колумна, уводник, осврт, белешка и друштвена хроника. Белетристички жанрови су репортажа, фељтон, цртица, белешка и текстови хумористичке природе, попут анегдоте или козерије. У суштини непотребно је правити јасне разлике између жанрова јер се њихова разноврсност и преливање данас сматра предношћу у односу на раније тежње да се подвуку јасне међужанровске границе.

Језичке специфичности новинарског текста су по правилу глобално предодређене жанром. Будући да је у информативним жанровима у првом плану информација, односно логично, разумљиво и једноставно излагање чињеница, комуникативно немаркиране реченице по правилу нису иманентне овом жанру. Тако и у белетристичким жанровима где се као вид стилизације употребљавају дуже реченице, које успоравају схватање смисла, ове реченице нису заступљене, али су заступљене у аналитичким жанровима јер су ефикасно средство којим се читаоцу на лак, ритмичан и сликовит начин скреће пажња на садржај текста. Међутим, комуникативно немаркиране реченице, иако нетипичне за информативни жанр, заступљене су у интервјуима у чијем је језгру дијалог, као и у лиду вести јер је циљ технике лида да привуче пажњу и уштеди време читања.⁵ Будући да су погодне за кратко, језгровито и ефектно издвајање основног садржаја, комуникативно немаркиране реченице су доминантно средство у насловима новинских текстова.

Иако комуникативно немаркиране реченице имају неравномерну жанровску дистрибуцију, заступљеније су у аналитичким и делом информативним жанровима, ипак, сматрамо да се ове реченице не везују искључиво за жанр, већ за стилски поступак преношења поруке.

1. 3. Корпус новинарског функционалног подстила

У литератури о новинарском функционалном подстилу аутори наглашавају значај новинског језика, чија су битна обележја прецизан и сажет израз. Међутим, прилично уједначено истичу да је новински језик попримио манипулативна обележја, те да је исказ оптерећен устаљеним изразима и сажетим реченицама. У овом раду проучаваћемо принципе употребе комуникативно немаркираних реченица, примери су ексцерпирани из текстова различитих жанрова који припадају новинарском подстилу, искључиво из штампаних медија. Корпусна грађа обухвата примере из дневних новина: *Блиц*, *Данас*, *Политика*; недељнике *НИН* и *Сведок*; издања намењена женској читалачкој публици *Блиц жена*, *ТВ Новела*, *Свет*; издања намењена мушкарцима *ЗОВ*, као и издања намењена омладини: *ЈОУ*, *Скандал* и *Браво*. Сви примери су бирани и уочавани на основу претраге ишчитавањем појединачних издања.

Будући да поједини жанрови новинарског функционалног подстила захтевају неутрална језичка средства, док се у другим очекује употреба екс-

⁵ Лид је енглеска реч која преведена значи „главна вест“, њен почетак. Начело лида је да се одмах на почетку каже оно што је најважније, по правилу у првој реченици, с циљем „да привуче пажњу и уштеди време код читања“ (Јевтовић и др. 2014: 173).

пресивних израза, корпусом смо желели да проверимо да ли комуникативно немаркиране реченице у штампаним медијима имају информативну или експресивну функцију.

2. Критеријуми и класификација комуникативно немаркираних реченица

Све реченице код којих није наведен предикат су комуникативно немаркиране реченице. Иако се више пажње посвећује комуникативно маркираним реченицама, о постојању реченица без предиката пише и Ђуро Даничић, наводећи при том „Свака мисао, речима исказана зове се реченица. По том у свакој реченици има ово двоје: а) оно о чему се говори и то се зове подмет; б) оно што се о томе подмету казује, и то се зове прирок“, напомињући да се „прирок не може нигда изоставити осим у реченицама крњмъ (елипсама)“ (Даничић 1858: 2). Примере за реченице без прирока Даничић уочава у пословицама (нпр. *Бог високо, а цар далеко. Хвала Богу на његову дару!*). И Стојан Новаковић у *Српској граматици* када говори о главним деловима реченице, истиче „И прирок се каткад може изоставити као и подмет, ако је добро познат, или ако се по смислу може погодити ма и не био казан“ (Новаковић 1894: 252). Овде је већ указано на чињеницу да постоје овакве реченице и изван гнома, али је њихова употреба најчешће клиширана јер се примењују у одређеним комуникативним ситуацијама, нарочито у конвенционалном, свакодневном говору (нпр. *Добро вече! Поклон домаћину!*).

Већу пажњу овом моделу посвећује М. Стевановић. Говорећи о реченицама са неизреченим главним деловима, он комуникативно немаркиране реченице термилошки одређује као непотпуне реченице, уз напомену да су оне само по форми непотпуне јер им недостаје предикат „али им по смислу, по садржини, као ни по синтаксичком односу њихових делова ништа не недостаје“ (Стевановић 1989: 97). При том разликује два типа непотпуних реченица: први тип су оне реченице код којих се изостављени делови могу реконструисати (нпр. *Није одговорила ништа. Тихи јецаји. Лице му постаде модро. И очи.*), дакле оне су само формално непотпуне. Други тип су апсолутно непотпуне реченице, које Стевановић назива исказима (нпр. *Пожар! Воде!*) уз објашњење да делови који недостају не могу бити реконструисани јер су то „језичке целине у којима тих делова никад није ни било, зато што су оне и у облику у коме су употребљене довољне да искажу мисао коју садрже“ (Стевановић 1989: 95).

У средњошколској граматици Ж. Станојчића и Љ. Поповића комуникативно немаркиране реченице називају се специјалним независним реченицама и дефинишу се као посебан тип реченице „који већ својом синтаксич-

ком конструкцијом чине формулацију поруке прилагођеном комуникативној ситуацији, односно контексту, као и одређеним експресивним поребама говорника“ (Станојчић, Поповић 1992: 370). Истичући њихову велику комуникативну вредност, аутори оправдавају формалну редукацију, наводећи при том да су изузетно погодне за испољавање говорниковог става и осећања, при чему је експресивност праћена економичношћу (нпр. *Ево аутобуса! Ауто!*). Но, иако ове реченице имају изузетну комуникативну вредност, њихова могућност употребе је ограничена само на конкретне ситуације које су у складу с комуникативним условима и говорниковим експресивним потребама.

Р. Симић и Ј. Јовановић у *Српској синтакси* бавећи се проблемом статуса реченичне структуре у односу на одговарајућу нереченичну, полазе од дефиниције да се „потпуним мора сматрати сваки исказ који садржи обележја предикативности“, те да на основу тога следи да је „комуникативна јединица без обележја предикативности непотпуни исказ“ (Симић, Јовановић 2002: 28). Дакле, аутори разликују два типа исказних форми – непредикативне и предикативне. Ј. Јовановић наглашава да су обе форме равноправне у употреби с тим што „нереченични исказ нема посебне лингвистичке ознаке, али функционише у ослонцу на околности употребе или контексте“ (Јовановић 2012: 18), што практично значи да се и нереченичним исказима постиже комуникативни ефекат (нпр. – *Киша! Онет досадна киша!*). Ослањајући се на нека ранија гледишта Р. Симић и Ј. Јовановић термин ‘глобални исказ’ сматрају еквивалентним Стевановићевим ‘апсолутно непотпуним реченицама’.⁶ Аутори истичу јасну разлику између формално (нпр. *Мук. Мрак. Не види се ништа.*) и апсолутно непотпуних реченица (нпр. *Воде!*) и при том истичу да су само прве „парадигматски одредљиве као варијанте потпуних, док су друге структурно неупоредиве са реченицама“ (Симић, Јовановић 2002: 346). Код неких реченица код којих предикат изостаје, једноставно је

⁶ Р. Симић и Ј. Јовановић сматрају да је Стевановићево становиште слично схватању савремених чешких синтаксичара. У *Српској синтакси* аутори цитирајући њихов став наводе `под термином исказ разумемо реченицу произведену (изговорену или написану) у некој конкретној комуникативној ситуацији. Насупрот апстрактном појму реченице стоје искази као реално постојеће смисаоно и практично проверљиве појаве. Можемо ово рећи и тако да реченица реално постоји у исказима, или да су искази реализација реченице у комуникативним ситуацијама`. Том приликом истакнуте су особености по којима се исказ разликује од апстрактно схваћене реченице: (а) Исказ је увек везан за ситуацију, тј. нераздвојиво укључен у комуникативни контекст; (б) Зависност од ситуације приликом исказног реализовања реченице условљава њене модификације, једна од типичних модификација је и елипса; (в) Код исказа можемо поставити питање с којом намером је и с каквим циљем изговорен или написан; (г) Код исказа смо у могућности да идентификујемо објекте о којима је реч (Симић, Јовановић 2002: 88).

одредити неизречене делове јер им се предикат подразумева, или се реконструише на основу претходних, односно на основу контекста. Будући да ове реченице имају способност да се употребљавају самостално, у први план долази њихова комуникативно-прагматична функција, док се структурни аспекти потискују у позадину.

Комуникативно немаркиране реченице у *Синтакси савременога српског језика* П. Пипер је поделио у четири категорије. С једне стране су елиптичне реченице (нпр. *Победа! Овамо! Ах!*) „сведене на именски израз или прилог, узвик и уопште неглаголске речи“ (Пипер 2005: 308); другу групу чине реченице без глагола у предикату које представљају посебне морфолошке структуре при чему се даље уочавају реченице с презентативима (нпр. *Ево невоље.*), ономатопејски узвични предикати (нпр. *И ми плус у воду.*) и крњи аналитички предикати (нпр. „*Звезда*“ *првак.*). Трећи тип Пипер једноставно назива „друге реченице без глагола у предикату“, ⁷ а четврте су комуникативно немаркиране реченице код којих је изостављен глаголски предикат, али се из контекста може закључити о ком је пунозначном глаголу реч (нпр. *Ми тада – опет у град.*). У зависности од комуникативне ситуације изабраћемо и одговарајући синтаксички модел. Парцелацијом добијамо сегментираних исказе, који су издвојени из прости реченице и постављени између два интерпункцијска знака, док околиционалне варијанте представљају беспредикатске реченице чији се садржај разуме и тумачи само у конкретной језичкој ситуацији (нпр. *Пажња! Баи тако! А, да.*).

У комуникативно немаркираним реченицама не долази до обавезног уклањања реченичних чланова, већ је реч о комуникативним условима при чему важно место заузима говорна економија и изражавање емоционалног става. Ове реченице су предмет проучавања и стилистике јер стилистика проучава узроке, услове и ефекте употребе језичких израза. Свако изостављање реченичних чланова М. Ћорац назива елизијом, а узроке елидирања проналази у „афективном стању говорног лица у одређеном тренутку говора“ (Ћорац 1974: 123). Објашњавајући узроке настанка, аутор износи став да се елизија јавља у ситуацијама када одређени члан реченице има већи значај у односу на други, или пак да говорни тренутак захтева бржи темпо па се реченица своди на један или два члана. Дакле, са становишта стилистике

⁷ Заједнички назив за Друге реченице без глагола у предикату по П. Пиперу подразумева: 1) Реченице типа *То – да* и у овим реченицама не само да нема копуле него се копула не може употребити без штете по правилност реченице; 2) Реченицама типа *Откуд ти?* се исказује чуђење што се неко или нешто види на одређеном месту, у одређеном времену или одређеној ситуацији, сличне су им реченице типа *Шта ћеш ти ту?* ; 3) Реченице типа *Овде Лондон* не подразумевају употребу копуле, али је и не искључују у потпуности, док је адвербијални предикатив *овде* обавезан (Пипер 2005: 309-311).

ове реченице су средство специфичне комуникације, проистекле из живота, настале како би задовољиле неке животне потребе, укратко „елиптична реченица је стилистички тип реченице чије узроке конкретне структуре видимо у афективности говорног лица, или у одређеној тежњи писца при уметничком обликовању догађаја или личности“ (Ђорац 1974: 410). Мотивисаност да се реченица скрати, стилистичари приписују говорној ситуацији, али и неким посредним узроцима као што су психолошки и социјални (нпр. Куда ћеш то, тако сам? *Никуд!*; *Буна, Кићо!*)

Иако се из наведених цитата јасно уочава проблем термилошке неусаглашености ових јединица, примећујемо да сви аутори издвајају као главну особину ових реченица одсуство предиката, те да постоје четири типа комуникативно немаркираних реченица. Први тип чине именице или именичке синтагме којима се описују различите ситуације (нпр. *Зима. Ноћ. Велики снег.*); други тип су ескламативни искази који се употребљавају у специфичним ситуацијама (*Пожар! Ватра!*); трећи тип би били егзистенцијални искази, односно они искази који у свом саставу немају експлицитан егзистенцијални глагол, али чије се значење подразумева (*Нигде дрвета.*) и четврти тип су контекстуално укључени искази (- Шта си данас учила? – *Хемију.*). Разврставање наше корпусне грађе засниваће се на основу ове поделе.

2. 1. Комуникативно немаркиране реченице – I тип

Важно обележје језика новинарског подстила су комуникативно немаркиране реченице које се састоје од именице или синтагматске конструкције, нпр. *Поклон; Актуелно* (Блиц жена, бр. 534); *Затварање очију; Најмоћније жене у Србији* (Блиц, бр. 6410). Погодне су за описивање догађаја, различитих ситуација и околности, претежно у аналитичким текстовима у колумнама, коментарима и сл. Њихова употреба није искључиво жанровски условљена јер су ови примери најфреквентнији у новинским насловима и наднасловима за које се сматра да имају јаку позицију у тексту јер треба да привуку читаоца, али и да ефектно пруже информацију о садржини основног текста чији су саставни део (Катнић – Бакаршић 1999: 60).

Наслови су због своје позиције у новинарском подстилу „излог текста и већина читалаца прво примећује наслове, док у осталим елементима композиционе целине траже додатне информације“ (Јевтовић и други 2014: 56), стога наслови имају тројаку улогу: привлачење пажње; пружање основних информација о тексту који следи, или пак сажето анализирање и вредновање неке актуелне ситуације, као у примерима:

Препорука (ЗОВ, бр. 797); *Тема дана* (Данас, бр. 6329); *Неустрашиви чувари реда* (ЗОВ, бр. 795);

Ујутру хладно (Блиц, бр. 6413); *Видео надзор у свим београдским школама* (Данас, бр. 6349); *Девет крађа* (Политика, бр. 36329);

Party style (ЈОУ, бр. 145); *Најбољи аутфити недеље* (Браво, бр. 270); *Модни жири: Стајлинг од 1 до 5* (ЈОУ, бр. 136).

Будући да је у исказу *Препорука* номинатив у функцији реченичног еквивалента, њиме је ефектно привучена пажња читаоца да у даљем тексту пронађе одговор на питање – *шта*. Маркирана реченична структура би могла гласити: *Препоручујемо/ Препоручићемо вам да прочитате, купите, урадите...* Тумачење овог исказа зависи од текста који следи који може бити саветодавног, али и едукативног карактера. У синтаagmaма *Тема дана* и *Неустрашиви чувари реда*, главним чланом је скренута пажња на неко дешавање, битан догађај, или пак на неку личност, али се семантичка идентификација врши генитивом с циљем да се читаоцу помогне да стекне потпунију слику о значају неке теме или личности.

Синтагматске конструкције *Ујутру хладно*; *Видео надзор у свим београдским школама*; *Девет крађа* су информативног карактера. Прилошком синтагмом је истакнута информација о интензитету неке појаве, при чему је прилог за време главно средство за прецизирање степена. Комуникативно немаркирана реченица *Ујутру хладно* је ефикасно средство којим се брзо и истинито пружа информација о временским приликама важна широком аудиторијуму. У конструкцији *Видео надзор у свим београдским школама* зависним члановима се прецизира информација о актуелној ситуацији која је значајна читаоцима, док је у бројној партитивној синтагми главна информација, тј. чињеница о чему се заправо ради у даљем тексту, исказана партитивним генитивом. Оваква формулација реченица илуструје ауторову намеру да појача значења исказа јер у овим примерима није неопходно експлицитно наводити предикате. Комуникативна вредност ових реченица је у информатичности која је постигнута пажљивим одабиром јасних и недвосмислених речи.

Наслови у функцији вредновања садржаја фреквентнији су у аналитичким жанровима, нарочито у часописима који су намењени одређеном профилу аудиторијума. Конструкције *Party style*, *Најбољи аутфити недеље*, *Модни жири: Стајлинг од 1 до 5*, илуструју субјективни и провокативни став аутора који читаоца подстиче да се прихвати, вреднује и анализира садржај текста. Наш корпус је понудио и примере у којима уочавамо англицизме и хибридизацију иако за те примере постоје адекватне речи у нашем језику. Њихова употреба је одраз све присутнијег сензационализма и представља покушај аутора да споји сликовито са занимљивим. Овакви примери су бројни када су у питању новине намењене омладини.

Најфреквентнији су они наслови који су добијени процесом номинализације при чему су се као подтипови овог модела издвојиле комуникативно немаркиране реченице са девербативном или деадјективном именицом.

Девербативна именица као номинализационо средство појављује се у примерима:

Лечење метлом (Блиц жена, бр. 533); *Дружење са клоном* (Блиц, бр. 6422); *Почасна паљба за Сретење* (Данас, бр. 6349); *Тестирање технике на Церу* (Блиц, бр. 6417); *Изгубљени у преводу* (Сведок, бр. 966); *Пробој у замрзнутим односима* (Данас, бр. 6348); *Сукоб мишљења о сукобу интереса* (НИН, бр. 3347).

Будући да су ове именице настале од глагола, у насловима имају специфичне вредности чије је тумачење условљено лексичким окружењем, а употреба мотивисана намером аутора да избегне изношење информација о некој акцији, актеру или ситуацији у наслову. То практично значи да је девербативном именицом постигнуто обезличавање или уопштавање, које је у неким ситуацијама пожељно стилогено средство као у примерима *Лечење метлом* и *Дружење са клоном*, док би у примерима *Почасна паљба за Сретење* и *Тестирање технике на Церу* било сувишно навођење актера у наслову. Тако се у наслову не наводи дословно о каквом је то или чијем лечењу реч, нити се зна ко је клоун или ко му прави друштво. У другом случају наслови су усмерени на актере или догађаје познате широј јавности. Девербативне именице могу бити употребљене и у пренесеном значењу, те комуникативна вредност оваквог исказа није само стилогена, већ и интригантска којом се пажња везује за садржај текста који следи, најчешће аналитичког типа.

Као номинализационо средство у насловима користе се и комуникативно немаркиране реченице са деадјективном именицом која кондензује садржај глаголског предиката, као у примерима:

Маћехински однос државе према општем добру (Данас, бр. 6349); *Од скромне девојке до суперзлоће* (ТВ Новела, бр. 118); *И луксузни хотели и гостопримство Бедуина* (Данас, бр. 6350).

Лексеме *добро*, *суперзлоћа* и *гостопримство* замењују копулативне предикате јер се уместо њих могу реконструисати придеви у именском делу предиката, нпр. *Девојка је зла*. За исправно тумачење наслова *Маћехински однос државе према општем добру* нужно је читање целог текста како бисмо са сигурношћу растумачили о каквом је добру реч, па тако и пример *И луксузни хотели и гостопримство Бедуина* може имати двојако тумачење: а) *Бедуини су гостопримљиви (добри домаћини)*; б) *Неко, ми, држава је гостопримљива (угостила Бедуине)* јер се аутор служи амбивитетом да привуче пажњу на садржај текста.

Мање фреквентна је употреба комуникативно немаркираних реченица овог типа унутар самог текста, забележени су примери:

Кошаркаши Партизана нису успели да се пласирају у другу фазу Евро купа. *Опет пораз без Вујошевића*. Пали су на најважнијем испиту у овој сезони. (Блиц, бр. 6417);

Одавно је познато да бољег послодавца од јавног предузећа нема. *Зараде, за наше прилике, више него солидне*. Пословни резултати – како их ко оствари. (Блиц, бр. 6413);

Имаш пројекат од пола милијарди евра, леп и завршен у року, а онда га засени нека плоча што личи надгробну. *Српски кисмет*. (Блиц, бр. 6413).

Будући да су ове реченице саставни делови текста, њихова улога је појачивачка, употребљавају се у информативним и аналитичким жанровима у оним ситуацијама када желимо да се стекне утисак да је нека околност за аутора изузетно важна, или је већ раније наведена потпуном комуникативном реченицом, али се увођењем додатног коментара појавила потреба да се беспредикатском структуром потврди оно што је раније наведено. Када ауторка коментара говори о зарадама, постиже се ефекат обезличавања агенаса, тј. оних који примају плату у складу са учинком може бити мало или много. Именица *зарада* стављена у први план добија додатно својство живо, активно. Исказ *Опет пораз без Вујошевића* бележи спортски новинар и модалног је карактера јер одражава ауторов став о разлозима лошег пласмана. Сличног карактера је реченица *Српски кисмет*, разлика је само у томе што у претходној ситуацији аутор оправдава, а у трећем исказу упућена је критика настала у тренутку афективног стања говорника. У већини случајева ови искази су парцелати којима се на информативно-комуникативном и стилистичком плану остварује динамика текста, појачава ритам или разбија монотонија претходног садржаја.

2. 2. Комуникативно немаркиране реченице - II тип

Као посебан тип комуникативно немаркираних реченица издвајају се ескламативни искази чија је главна специфичност „да опишу духовна стања и расположења која су пратилац поступака или говорне активности описаних у контексту“ (Симић, Јовановић 2002: 92). Пошто се овим реченицама исказује субјективни став, карактерише их и повишена интонација, те је њихова реализација ближа разговорном или књижевноуметничком функционалном стилу. Наш корпус је показао да и у новинарском функционалном подстилу постоје ескламативни искази, али је њихова дистрибуција ограничена и жанровски условљена. Запазили смо их у интервјуима, тј. у

одговорима јавних личности које смишљено пласирају или скривају информацију или интервју користе ради личне промоције, или у колумнама и коментарима забавног карактера јер су ови жанрови погодни за изражавање емоционалног става. Избор лексике је исто тако пратеће својство ових исказа, при чему се издвајају реченице с презентативима – речцама *гле, ево, ено, ето* које упућују на близину о ономе о чему, о коме, или коме се говори, као у примерима:

Замолили смо Ану Бренду Контрерас да прокоментарише нову пословну понуду. *Холивуде, ето ме!* (ТВ Новела, бр. 119);

Тањин муж напао Дарка Филиповића. *Гле! Ето и ње!* (Свет, бр. 053);

У ужи избор за месец децембар ушло је преко педесет занимљивих одевних комбинација. *Evo i našeg beauty izveštaja!* (JOY, бр. 140).

Примери издвојени из корпуса су специфични по томе што уместо предиката имају императивну речцу која омогућава динамичније изражавање. У првој реченици лексеми *ето* можемо заменити глаголом кретања, те би комуникативно маркирана реченица могла да гласи нпр. *Идем у Холивуд*, с тим што је конструкција с речцом стилемичнија. Други пример је ефектнији јер је речца употребљена два пута, једном да одглуми емоционалност тиме што скреће пажњу на особу која долази, али је заправо исмева при чему је наглашена веза између перцепције и именоване особе. *Гле!* бисмо у маркираној структури заменили неким глаголом гледања или чуђења, а други пут лексема *ето* има референцијалну функцију, те би реченица могла да гласи *Стиже и Тања/ Дошла је и она*. У трећем примеру карактеристична је употреба страних речи и израза, а њихова употреба представља грубо кршење стандардне језичке норме.

Као подтип овог модела наш корпус је понудио примере у којима уочавамо лексичко-семантичку замену перформативног глагола типа: *хвала – захваљујем; дивота – дивим се; тешко – жалим; стварно – досађујете ми*.

Лежиш у кревету, гледаш ТВ, мобилни ти звони све време. *Дивота!* Међутим, нисмо сви те среће. (Браво, бр. 270);

Част ми је што ме воле људи и ван граница моје земље. *Заиста! Хвала!* Захваљујем се свима на подршци! (ТВ Новела, бр. 119);

Чим се концерт завршио, Бју је на српском поручила фановима! *Хвала на позиву!* Видимо се идуће године! (Браво, бр. 271);

Да ли сви ми родитељи бебе шетамо у колицима од 800 евра, купујемо најскупље кревете, бенкице, узимамо две дадиље? *Тешко!* Нека деца неће имати нов креветац, ни дадиље, ни играчке. (Блиц жена, бр. 533);

Често ни не знам која ми је цена. *Стварно!* Певам и не питам за паре! (Свет, бр. 052).

У часописима за младе овај подтип комуникативно немаркираних реченица је изузетно фреквантан, нарочито у коментарима, интервјуима, али и у извештајима, при чему је сажетост конвенционалног карактера, тј. карактеристичан одраз успешне комуникације и учтивости. Основна обележја неретко су допуњена додатним својством као што су изненађење (*Заиста*) или убеђивање, уверавање (*Стварно*).

Ексclamативни искази⁸ су погодни за исказивање дивљења/негодовања, задовољства/незадовољства, одобравања/противљења, жеље, пркоса, чуђења, скретања пажње, као у примерима:

(Грчки грађани су показали да је могуће изабрати алтернативу Европи којом доминирају неолиберализам и немачки диктат.) *За почетак! За Грчку! Сасвим сигурно! За евроскептичну Европу!* (Данас, бр. 6349)

Питали смо Мацу да ли се чуо с Миланом после удеса. *Удес?! Какав удес?!* Не знам ништа о томе. (Скандал, бр. 560)

(На провокацију новинара да је певачица Дара крива за сукоб са колегицом Секом, Дара је одговорила) *Ја изазивам?! Ја?!* (Скандал, бр. 560)

Употреба комуникативно немаркираних реченица у низу у првом примеру погодна је за изражавање директности и експресивности, на тај начин истакнута је намера, покушај да се рецепијенти убеду да постоји начин да се превазиђе одређена политичка, кризна ситуација тако што се емоционално и високим тоном делује на друге. У позадини је понуђена могућност идентификације са народом који су у сличној ситуацији каква је наша. Примери у којима један актер захтева неко додатно објашњење *Ја изазивам?! Ја?!* најчешће су пропратна појава још неког стања, изненађења или чуђења, лице које је управо сазнало непријатну вест, захтева додатну информацију. Исказ *Какав удес?!* садржи низ додатних питања и представља двосмерну елокуцију. Иако питања нису експлицитно изговорена, претпостављамо да говорника интересује да ли је пријатељ жив, колика је материјална штета или где се догодио немили догађај.

⁸ У Српској синтакси Р. Симић и Ј. Јовановић понудили су другачију класификацију ових исказа, при чему заступају гледиште да постоје искази који једним именом називају експонативима, а у оквиру њих постоји експирација и имитација; експресија и екскламација; асерција и негација; интерогација и подстицај и уступак (Симић, Јовановић 2002: 89 – 95).

2. 3. Комуникативно немаркиране реченице – III тип

Један тип комуникативно немаркираних реченица чине егзистенцијални искази, конструкције без егзистенцијалног глагола постојања/непостојања, бивствовања, присуствовања. По правилу егзистенцијалне реченице су заступљеније у белетристичким жанровима, који подразумевају употребу дужих реченица, описа и набрајања, мада је наш корпус показао да и у другим жанровима новинарског функционалног подстила има примера егзистенцијалних реченица у којима се глагол испушта:

Кумови су најомиљенија ахилова пета владара... Није ли и Јосип Броз Тито имао кума. *Сведока на венчању*. (Политика, бр. 36378);

На крају, има ли неког ко ће се позабавити раздвајањем уличног вандализма од уметности. *Нигде никога*. (Данас, бр. 6349);

И то је та репетиција из које извлачимо поуке, правимо паралеле и која увек најави неминован след дешавања. *Никад лаких догађаја. Ретко лепих. Најчешће бруталних, али готово увек прецизно тачних!* (Сведок, бр. 974).

Најчешће се на основу контекста лако уочава о ком је пунозначном глаголу реч јер у оквиру самог исказа већ постоје конкретна средства, а то је у овом случају глагол *имати/немати*, који ће омогућити да се надомести оно што недостаје. Употреба егзистенцијалних исказа у новинском функционалном подстилу најчешће је подређена стилским или семантичким елементима. У првој реченици употреба синонимне конструкције *сведок на венчању* је у вези са некадашњим називом за кума, у другој је двоструком негацијом *нигде никога* наглашен ироничан став новинара који је изазван исхитреним поступцима људи на положајима и лошим односом према уметности, а трећи пример је интересантан јер се прогнозе у вези са друштвеним догађајима реализују комбиновањем потврдних (*готово увек*) и одричних (*никад*) универзалних квантификатора, при чему се квантификатором одриче значење позитивног придева *никад лаких*, потом ублажава значење позитивног придева *ретко лепих*, или потврђује негативан придев *најчешће бруталних*.

Као подтип овог модела наш корпус је понудио примере код којих се изостављен глагол реконструира захваљујући заједничком искуству или предзнању о неком предмету или појави писца и рецепијента:

Улица Драгослава Срејовића јуче је била затворена за саобраћај због судара путничког возила и аутобуса. *Петоро повређених*. (Данас, бр. 6349);

Ревизијом финансијских извештаја утврђен је низ неправилности у здравственим установама, на помолу је нова афера. *Несташица вакцина*. (Блиц, бр. 6447);

На импровизованим боливијским тезгама налази се роба. *Свугде амајлија, туџаног праха, змија у тегли, сувих мишева, птичјих скелета.* (Данас, бр. 6349).

Комуникативно немаркиране реченице у наведеним примерима фреквентније су у дневној штампи и имају информативан карактер, о чему сведочи и њихова финална позиција јер је тежиште на информацији, нпр. о броју повређених, а не на експресивности, те бисмо у комуникативно маркираној структури могли употребити неки пунозначни егзистенцијални глагол у 3. лицу перфекта, док се конструкција *несташица вакцина* односи на садашњи или будући тренутак. У зависности од рецепијентовог предзнања или искуства, ова информација може имати више појединачних тумачења: значење одсуства карактеристичне појединости *Нема вакцина.*; временско – *Нема вакцина ових дана/нестале су вакцине јуче, данас;* месно – *Нема вакцина (нестале су) у нашој земљи,* или као координирана конструкција *Нема вакцина, биће несташице* у којој је „конклузивни однос само подтип узрочно-последичног односа“ (Ковачевић 1998: 38). У трећем примеру проширују се информације о необичном животу и култури народа у Боливији.

2.4. Комуникативно немаркиране реченице – IV тип

У новинарском подстилу најчешћи су контекстуално укључени искази, тј. искази који су везани за неку комуникативну ситуацију, или проистичу из говорног чина. По правилу комуникативно немаркиране реченице овог типа не могу своју функцију да обављају самостално, већ се прилагођавају окружењу, а за њихово разумевање неопходан је контекст. У оквиру овог модела разликујемо два подтипа, први је у жанровима за које су карактеристичне дијалогске форме, а други у тзв. везаним текстовима новинарског подстила у вестима, извештајима, колумнама и сл.

Најфреквентнији су у оним новинарским жанровима који се остварују путем дијалогских форми, а то су најчешће интервјуи. Овај жанр поред уводног дела обавезно подразумева питања аутора текста и одговоре лица које учествује у дијалогу. Комуникативно немаркиране реченице се најчешће уочавају у репликама, при чему није увек нужно да реплика садржи предикат. Разлоге за фреквентност овог типа проналазимо у његовој сличности са разговорним функционалним стилем, другим речима ови искази представљају покушај да се разговорни преведе у публицистички стил. Уколико питање аутора текста садржи предикат, у том случају реплика не мора да укључи тај глагол јер реплика нису дословни наводи говорникових речи. Комуникативне вредности реченица овог типа, као и структурна решења најчешће зависе од врсте интервјуа. Навешћемо примере емотивног и истраживачко-аналитичког интервјуа из корпуса.

Будући да је карактеристика емотивног интервјуа је да открије расположење или мишљење саговорника о неком догађају или појави (в. Јевтовић и др. 2014: 124), употреба ових реченица је фреквентна. У наредном примеру скраћеница НН означава новинара, а Н саговорника:

Н: Па јеси ли пробала у Народној библиотеци?

НН: Немају!

Н: *А по књижарама, антикварницама?*

НН: Ма јуримо данима, али не вреди. А можеш ли ти да нађеш? Много би ми учинио!

Н: *Теби, или „Куриру“?*

НН: *Мени!*

Н: *Аха...* Ја ту песму нисам објавио из оправданих разлога. Сећаш се...

НН: Али, ја бих је објавила...

Н: *А што?*

НН: Продали бисмо новине!

Н: *Стварно?* Што не питаш Бору?

НН: *Ког Бору?* (Сведок, бр. 966)

Будући да у овом примеру није експлицитно наведено ко је саговорник, значи да у фокусу није нека „важна“ личност, другим речима примарни циљ писца није пружање информације већ поентирање. Кроз репродукцију разговора по принципу питање-одговор, који је већ био у току, приказан је интервју у ширем смислу који је средство за прикупљање грађе за неки други облик новинарског изражавања. Саговорник се у току говорног чина служи комуникативно немаркираним реченицама којима изражава сумњу у вези са ауторовом активношћу, тражи разрешење, а да у исто време даје додатне инструкције интерогативном конструкцијом *А по књижарама, антикварницама?*, изражава неверицу *Стварно?*, сумњу *Теби или Куриру?* и радозналост *А што?* Саговорник ће ускоро на основу контекста погодити да су се неке околности промениле *Аха...* те ће постати заинтересован да помогне. И лексички материјал је у функцији дочаравања емоција, који се огледа кроз доминацију непроменљивих речи, пре свега везника, којима се приписује упитно значење, док је подстицај представљен узвиком *аха*, који је у функцији појачивача и покретача активности. По форми овај пример подсећа на драму у којој је на алегорично-сагиричан начин приказана актуелна животна тема. У виду персонализованог саговорника имплицитно је осликано стање у нашем новинарству и ауторов став о тој теми.

Главно обележје истраживачко-аналитичког интервјуа је разговор о предмету, појави, догађају, те су реченице овог типа присутне и у одговорима саговорника и у питањима новинара, као у примеру:

Н: Чини се да је Сениша Ковачевић данас више окренут политици?

СК: *Делом.*

Н: Да ли то значи да је српска политичка елита некултурна, или?

СК: *Да, управо тако.*

Н: Формирали сте политичку странку „Српски отаџбински фронт“. Народ сумња у изборни процес. *Ваша очекивања?*

СК: *Народ к’о народ.*

Н: Народ се пита којим то чаролијама се појединци стално враћају у парламент Србије?

СК: То су удворичке чаролије. *Монархисти у Републиканској странци. У председништву.* Партијски непријатељи су постали најбољи другови. *Побратими.*

Н: *Вучићеве реформе?*

СК: ...Један занемарљив проценат политиканата жели самосталност Војводине. *Гласан и добро организован проценат.* (Сведок, бр. 966)

У овом интервјуу, саговорник је режисер, лице које је познато ши-рој јавности, при чему дијалог са њим има информативну вредност јер он, поред свог занимања, започео и политичке активности. Новинар сматра да треба да обавести јавност о човеку који је оформио нову странку, али су питања тако конципирана да су саговорникови одговори кратки, непотпуни и двосмислени. Конструкцију *Делом* користи саговорник како би оценио квалитет и интензитет сопствене активности, при чему је комуникативна вредност овог исказа неутрална јер не можемо са сигурношћу да утврдимо степен задовољства. У ситуацији када разговор тече прилично монотono и успорено, новинар покушава комуникативно немаркираним реченицама да делује на саговорника, одредивши се за конструкције *Ваша очекивања? Вучићеве реформе?* Функција ових исказа је инструктивна јер је саговорнику омогућено да репликом промовише своју странку, али и да говори о својим плановима или о политичком противнику. Интересантно је да у овом дијалогу и новинар и саговорник користе комуникативно немаркиране реченице, али је њихова комуникативна вредност различита. И док су оне новинару средство да разговор оживи и учини га динамичнијим, саговорник плански делује резервисано јер је у позадини његова намера да остави утисак политичара, који за разлику од својих колега, мало прича, а више ради.

Одглумљена незаинтересованост има циљ да придобије гласаче. У том духу је изречена и крилатица *Народ ко народ* која у исто време уопштено оправдање, али и критика.

Осим у итервјуима, контекстуално укључене исказе уочавамо у вестима и извештајима, при чему комуникативно немаркирана реченица долази после маркиране конструкције. Претходни садржај се по правилу односи на вршиоца радње и на саму радњу, а овим конструкцијама се ефектно исказују предмет те радње, прецизира се начин, место, време нечега што је изнето у уводној реченици, или се ближе одређује неки појам, као у примерима:

У Загреб је отишао и премијер Србије, мада се тог дана и у „његовој кући“ славило. *И то Дан државности. Све за комисије и нормализација односа са свима.* (Данас, бр. 6349);

Грчки министар финансија... на коцку ставио – све! *Без резервне опције.* (НИН, бр. 3347);

Полицајци су у лисицама извели из аутобуса јер није имала карту. Ја бих на њеном месту купила три. *Авионске. Бесповратне.* (Блиц, бр. 6422).

Описане конструкције су реакција и лични став писца на поступке премијера, грчког министра и наше полиције, а употребљене су с циљем да читаоце побуде на деловање. У првом примеру конструкцијом овог типа рецепијенти су сазнали шта се то славило, при чему је објекат исказан именском речју (*Дан државности*) чије је дејство појачано везником и показном заменицом (*и то*), али комуникативна вредност ове реченице није само информативна, већ се њоме износи и субјективно-модални став аутора којим се критикује нечији поступак. Реченица *Све за комисије и нормализација односа са свима* надовезује се на претходни исказ, а њено тумачење зависи од ставова рецепијената, на изглед неутрални исказ може бити и оправдање, али и разлог више због чега треба критиковати премијера. Други пример појашњава на који начин грчки министар изводи неку активност, а у трећем примеру комуникативно немаркираном реченицом исказане су специфичности у вези са предметом радње, конкретизована је и описана именица *карта*. Интересантан је последњи пример где се уочавају и елементи поетског стила у коме доминира разочараност у припаднике органа реда. У позадини текста скривени су и посредно приказани кључни проблеми из наше стварности – одлазак младих из наше земље.

Контекстуално укључене исказе посматрали смо на примерима интервјуа, али и на примерима других облика новинарског изражавања. Смиао комуникативно немаркираних реченица у вестима и извештајима мо-

гуће је протумачити само ако смо упознати с претходним садржајем, док су дијаложке форме изузетно погодне за остваривање стилских ефеката.⁹

3. Закључак

Комуникативно немаркиране реченице су савремена појава у новинарском функционалном подстилу којима се пре свега одаје утисак неформалног, необавезног изражавања, дакле, стилски су маркирани. То су динамични искази, који су пријемчиви и интересантни савременом читаоцу, који жели да добије информацију у најкраћем року и без много напора. Из тог разлога ове реченице су најфреквентније у новинским насловима без обзира ком жанру новинарског функционалног подстила припада основни текст.

Због своје кратке форме погодни су придобијање наклоности читаоца, а описани примери су показали да наслови који су настали номинализацијом, девербализацијом, деадјективизацијом или парцелацијом могу бити духовити, интересантни и занимљиви. Међутим, наш корпус је показао да има и нелогичних, парадоксалних, па чак и вулгарних наслова који су последица ауторове намере да утиче на рецепијенте, и у том случају комуникативно немаркиране реченице нису у функцији језичке креативности, већ је њихова употреба мотивисана неким другим нејезичким разлозима, нарочито ако се у обзир узме чињеница да је оваквих примера највише у часописима за младе.

Будући да нам је циљ био да испитамо принципе избора ових реченица у штампаним медијима, анализом корпуса утврдили смо да употреба ових конструкција није у потпуности жанровски условљена. Иако комуникативно немаркиране реченице нису иманентне белетристичким жанровима, ови искази се употребљавају у текстовима хумористичке природе, најчешће као поента неке анегдоте, при чему долази до изражаја њихова експресивност конкретизована махом егзистенцијалним исказима. С друге стране, у информативним жанровима експресивна вредност комуникативно немаркираних реченица потврђена је у вестима, извештајима и нарочито у интервјуима, при чему су ове конструкције у вестима и извештајима контекстуално укључене или су део садржаја лида, а у интервјуима присутне су у репликама саговорника, али и у питањима новинара када постоји потреба за динамичнијом комуникацијом. Код оних фактографских жанрова, који теже да нам актуелну вест пренесу у што краћем року, информатичност је у предности, док је у интервјуима у првом плану стилемичност постигнута контекстуално укљученим или екскламативним исказима. Комуникативно немаркиране

⁹ О проблемима дијаложких форми више у *Српској синтакси* (Симић, Јовановић 2002: 470).

реченице су најфреквентније у аналитичким жанровима новинарског функционалног подстила. Будући да су погодне за изражавање субјективно-модалног става аутора коментара, колумне, карикатуре и сл., заступљена су сва четири типа ових реченица, са благом доминацијом екскламативних исказа којима се ефектно публицистички стил приближи разговорном.

У току разврставања корпусне грађе уочено је да се комуникативно немаркиране реченице све чешће употребљавају у виду занимљивог пропратног текста уз фотографију, којима се пажња рецепијената усмерава на неку познату личност, међутим, све више је примера у којима се комбинацијом ових исказа и слика износе непримерени и скандалозни садржаји, нарочито у часописима и периодичима за омладину, али се њиховом анализом нисмо бавили јер би она захтевала много више простора.

Литература

- Даничић 1858: Ђура Даничић, *Српска синтакса, део први*, Београд: Државна штампарија.
- Јевтовић и др. 2014: Зоран Јевтовић, Радивоје Петровић, Зоран Арачки, *Жанрови у савременом новинарству*, Београд: Јасен.
- Катнић Бакаршић 1999: Marina Katnić Bakaršić, *Lingvistička stilistika*, Budapest: Open Societs Institute Budapest.
- Ковачевић 2000: Милош Ковачевић, *Стилистика и граматика стилских фигура*, Крагујевац: Кантакузин.
- Ковачевић 2005: Милош Ковачевић, *Пунозначна и копулативна употреба гла гола бити*, Српски језик X/1–2, 211–233.
- Лазић Коњик 2009: Ивана Лазић Коњик, *О функционално семантичкој категорији егзистенције у српском језику*, Јужнословенски филолог LXV (2009), 359-374.
- Новаковић 1894: Стојан Новаковић, *Српска граматика, прво целокупно издање*, Београд: Државна штампарија.
- Пипер и др. 2005: Предраг Пипер, *Синтакса савременог српског језика, проста реченица*, Београд: Институт за српски језик САНУ, Београдска књига, Матица српска.
- Поповић 1997: Љубомир Поповић, *Ред речи у реченици*, Београд: Друштво за српски језик и књижевност.
- Радовановић 1990: Милорад Радовановић, *Списи из синтаксе и семантике*, Сремски Карловци – Нови Сад: ИК Зорана Стојановића.

- Рус – Мол – Загорац Кершер 2005: Стефан Рус – Мол, Ана Југослава Загорац Кершер, *Новинарство*, Београд: СЛИО.
- Симић 2001: Радоје Симић, *Опита стилистика*, Београд – Никшић: Јасен.
- Симић – Јовановић 2002: Радоје Симић, Јелена Јовановић, *Српска синтакса*; књ. I, Београд: НДСЈ и ЈАСЕН.
- Славковић 1973: Душан Славковић, *Увод у новинарство*, Београд: Радио-телевизија
- Станојчић – Поповић 1992: Живојин Станојчић, Љубомир Поповић, *Граматика српскога језика*, уџбеник за I, II, III и IV разред средње школе, друго, прерађено издање, Београд – Нови Сад: Завод за уџбенике и наставна средства, Завод за издавање уџбеника.
- Стевановић 1991: Михајло Стевановић, *Савремени српскохрватски језик II*, Београд: Научна књига.
- Тошовић 2002: Бранко Тошовић, *Функционални стилови*, Београд: Београдска књига.
- Ђорац 1974: Милорад Ђорац, *Стилистика српскохрватског књижевног језика*, Београд: Научна књига.

Cica Z. Bacić

STYLISTIC MARKING COMMUNICATIVE UNMARKED SENTENCES IN THE JOURNALISTIC STYLE

Summary

This paper discusses the issue of the distribution of communicative unmarked sentences in the newspaper. Our goal is to examine these types of sentences and their distribution in the print media. The data consists of examples from various dailies, periodicals, and press intended for a specific readership. We examined the use and value of semantic communicative unmarked sentences and their stylistic function in the system of specific characteristics of journalistic Podstene. Based on the data, and the results from previous studies, we find principles of choice and the use of these statements in the newspaper encouraging, and support further research as to whether there is a gap between normative requirements and practice. The research is based on qualitative analysis of the data, which consist of examples that reflect the contemporary state of language. We used a descriptive and structural method since our goal was to investigate the structural types and communicative function of unmarked sentences in the newspaper, encouraging the journalistic style of the modern Serbian language. Our data has shown that these structures are found frequently in print media, but they do not have equal distribution across all genres. Also, it has been observed that their expressive function has priority over their informative function.