

ISSN 2683-4901 (Online)

НОВОРЕЧЈЕ

Неолошки часопис

Година VI Број 11

Филолошко друштво „Речи“
Универзитетска библиотека „Светозар Марковић“
„Алма“
Београд, 2024

Новоречје
Неолошки часопис

Година VI, број 11

Издавачи:

Филолошко друштво „Речи“
Универзитетска библиотека „Светозар Марковић“
Издавачка кућа „Алма“

Уредништво:

Дејан Ајдачић (Гдањски универзитет, Гдањск), главни уредник
Ђорђе Оташевић (Институт за српски језик САНУ, Београд)
Слободан Новокмет (Институт за српски језик САНУ, Београд)
Јована Јовановић (Институт за српски језик САНУ, Београд)
Ивана Лазивић Коњик (Институт за српски језик САНУ, Београд)
Диана Благоева (Институт за бугарски језик БАН, Софија)
Andreja Žele (Филозофски факултет, САЗУ, Љубљана)
Милан Ајџановић (Филозофски факултет, Нови Сад)

Електронске адресе:

reci.org.rs/casopis-novorecje/
www.alma.rs/novorecje

Контакт уредништва:

novorecje@gmail.com

Аутор знака часописа – „Словосова Слова“:

Наташа Матовић

Издавање овог часописа подржало је Министарство културе
Републике Србије



САДРЖАЈ

УВОДНА РЕЧ

<i>Уводна реч</i>	9–9
-------------------------	-----

ЧЛАНЦИ

Стана Ристић: <i>Нека запажања о најновијим речима у српском језику</i>	13–26
Amela Šehović: <i>Novi(ji) anglicizmi iz oblasti društvenih mreža</i>	27–43
Николче Мицкоски: <i>Неологизми на македонските ИКТ-форуми</i>	44–51
Ђорђе Оташевић: <i>Нови феминативи у српском јавном дискурсу (на примеру форума Крстарица)</i>	52–61
Ивана Лазич Коњик: <i>Лексикографија у дигиталној ери: интернет и друштвени медији као извори нових речи</i>	62–80
Светлана Слијепчевић Бјеливук: <i>Дневна доза погрешних уверења о новим речима</i>	81–89
Бојана Томић: <i>Нове речи у словенским језицима на друштвеним медијима – лексика парфимерства</i>	90–104
Милица Божић Синчук: <i>Кулинарска лексика у речницима нових речи</i>	105–116
Мија Michelizza: <i>O slovarskih vsebinah na družbenih omrežjih – poišči me v slovarju!</i>	117–127
Горан Милашин: <i>Индивидуализми на друштвеним мрежама у свјетлу мултимодалности</i>	128–144
Edina Kečo: <i>Razgovorne frazeme mladih</i>	145–155
Ања Никolić-Нойт: <i>Stvaranje novih riječi između ludizma i ideologije</i>	156–163
Рајна Драгићевић: <i>Циљано грађење нових речи у новинским колумнама</i> ..	164–172
Ђурђа Јовановић Падески: <i>Primeri leksičkog inženjeringa u diskursu o zaštiti životne sredine u medijima na engleskom jeziku</i>	173–187

ПРИКАЗИ И ОСВРТИ

- Martin Ološtiak (ed.). *Neologizmy a neologizácia v lingvistickej reflexii* (Ђорђе Оташевић) 191–192

ГРАЂА

- Ђорђе Оташевић: *Грађа за речник нових речи (11)* 197–216
Ивана Лазић Коњик, Вања Миљковић, Милица Божић Синчук, Слободан Новокмет: *Грађа за речник неологизама (први део)* 217–235
Ђорђе Оташевић: *Речник деантропонимних неологизама (8)* 236–248

БИБЛИОГРАФИЈЕ

- Ђорђе Оташевић: *Библиографија радова на словенским језицима и енглеском о неологизмима везаним за актуелну пандемију : избор (8)* 251–253

811.163.41'373.43.45:[050+070.722]

811.163.41'373.43.45:[81'371+81'373.611]

<https://doi.org/10.18485/novorecje.2024.6.11.13>

*Рајна Драгићевић**

(Универзитет у Београду, Филолошки факултет)

ЦИЉАНО ГРАЂЕЊЕ НОВИХ РЕЧИ У НОВИНСКИМ КОЛУМНАМА

У овом тексту представљају се циљано грађене нове речи у колумнама српских колумниста. У првом делу рада износе се опште одлике околионализма и разлози због којих их колумнисти граде, а затим се представљају и коментаришу примери за околионализме настали различитим творбеним начинима. На крају рада износе се најважнији закључци који произлазе из анализе.

Кључне речи: околионализми, неологизми, колумне, циљано грађење нових речи, српски медији, српски језик.

1. УВОДНА РАЗМАТРАЊА. Да би привукли пажњу читалаца који из деценије у деценију, па чак и из године у годину имају све слабију и кратко-трајнију концентрацију због обиља информација којима су изложени, новинари се боре различитим средствима, од којих је језичка експресивност њихових текстова једно од главних. Осмишљавање нових, експресивних речи постао је један од најважнијих адута у савременом новинарству. Има колумниста који за потребе сваког свог текста осмисле бар један околионализам. Колумне су лингвистима постале кључни извор за проналажење нових речи, а основна мотивација за њихово настајање није именовање нових предмета и појава (како се уобичајено мисли о функцији нових речи), већ експресивно изражавање.

Нове речи које се осмишљавају циљано, за потребе једног одређеног текста у којем треба дочарати неку појаву или, још чешће, снажан став колумнисте представљају околионализме, а они, заједно са потенцијалним речима, спадају у индивидуализме. То су језичка искакања која још увек не представљају неологизме. Да би постали неологизми, околионализми морају бити потврђени више пута од стране различитих аутора, у различи-

* rajnad@yahoo.com, ORCID 0000-0001-7833-1027.

тим изворима. Многе нове речи које се данас могу прочитати у новинским колумнама никада неће превазићи статус околионализама и прећи у статус неологизама.¹

Такви околионализми имају вишеструку улогу, а пре свега њима се шаље порука да аутора текста дубоко узнемирава тема о којој пише. Он покушава да остави утисак да у постојећем лексичком репертоару не може пронаћи реч са довољно снажном експресијом која би на прави начин осликала појаву о којој пише, па је приморан да изгради нову реч која ће верно пренети његов драматичан доживљај. У питању је психолошка стратегија – покушај да се узбуђење колумнисте пренесе и на читаоца. Узбуђења понекад и нема (нарочито оног које изазива потребу за грађењем нових речи), али колумниста новим, сензационалистичким речима шаље поруку да је тема заиста веома узбудљива и да текст зато заслужује да буде прочитан.

Околионализми колумниста на још један начин привлаче читаоца – новосаздане речи су по правилу духовите, занимљиве, оригиналне, представљају резултат језичке игре, која је постала веома популарна у XXI веку и значајно освежавају текст позивајући читаоца да се замисли над тим творевинама и задржавају његову пажњу на начин који може да се упореди са упадљивим, шљаштећим визуелним садржајима. Језик медија у XXI веку приморан је да се такмичи са сликама које доминирају у јавном простору, а главни адути у том такмичењу јесу атрактивне нове речи.

Никада као данас колумнисти нису имали толико изражену потребу да граде нове речи. Њихово грађење постало је нека врста новинарске моде, а оне саме постају заштитни знак лексичког стила одређеног новинара.

2. ТВОРБЕНИ НАЧИНИ У ЦИЉАНОМ ГРАЂЕЊУ НОВИХ РЕЧИ У КОЛУМНАМА. Колумнисти се у грађењу околионализама користе свим базичним творбеним начинама, а то су суфиксација, префиксација, слагање, али и неким творбеним начинима који су у новије време постали нарочито продуктивни, као што је сливање.

2.1. БЛЕНДИРАЊЕ (СЛИВАЊЕ). Емоција коју аутори најчешће изражавају индивидуализмима јесте незадовољство, протест, озлојеђеност, огорченост политичком ситуацијом у земљи или неком манифестацијом лоше духовне климе у Србији. Тако је, на пример, један аналитичар толико огорчен чињеницом да су неки студенти пребијени у Новом Саду да оне који су на те младе људи дигли руку он не може да назове *батинашима* јер му је то преблаго, па укршта врло експресивну разговорну реч *вуциба-*

¹ О околионализмима, индивидуализама и њиховом односу према неологизмима исп. Драгићевић (2018а: 228–248).

тина с лексемом *батинаш* и тако добија нову реч *вуџибатинаш* [*U zaletu reprize kampanje za pospešenje nataliteta, neki vucibatinaši tuku studente u Novom Sadu* (М. Шелић, *Danas*, 27. 09. 2024)].

Један колумниста пожелео је да искаже свој презир према владавини америчког председника Доналда Трампа, па је његову владавину назвао *трампокалипса* [*Trampokalipsa ili ne?* (А. Кишјухас, *Danas*, 20. 11. 2016)]. Важна карактеристика околионализама у српским медијима јесте претеривање и потреба за сензационализмом. Лексема *трампокалипса* настала је сливањем именица *Трамп*² и сензационалистичке речи *апокалипса*.

Новинар дневног листа *Данас* на експресиван начин изразио је идеју о немогућности опстанка југословенства, осмисливши за ту неодрживу појаву реч *утопија* (З. Пановић, *Danas*, 6. 01.2018). Она је настала сливањем лексема *Југославија* и *утопија*.

За разлику од свих наведених сливеница које имају ниску фреквенцију и обично се појављују у само једном тексту одређеног колумнисте, има и оних које се употребљавају чешће јер су и други новинари учили њихову експресивну вредност. У такве сливенице спадају, на пример, *дновинарство* и *дновинар*, које су настале сливањем именица *дно* и *новинарство*, односно *дно* и *новинар*. Прву потврду за ову бленду пронашли смо 1. августа 2017. године у часопису *Noizz*, а данас их има скоро десет, што је необично за сливенице. Осим високе експресивности, разлог за ширење ове лексеме видимо и у њеној прозирности, што се не може рећи за све сливенице (исп. Драгићевић 2022). Чињеница да се лако прихвата и шири могла би довести овај околионализам на стадијум неологизма.

Сливенице или бленде веома су популарне последњих деценија. За њихово настајање нема строгих правила јер се без одређених законитости узимају делови двеју речи од којих се гради нека трећа. Изостанак строгих правила за њихово настајање одваја их од осталих творбених начина. Према нашем мишљењу (Драгићевић 2022), блендирање је вид језичке игре која се знатно разликује од творбених начина као што су суфиксација или префиксација. „Појава blendi u raznim jezicima, укључујући i one genetski i tipološki nesrodne, privukla je tokom poslednjih 10–15 godina rastuću pažnju lingvиста различитих оријентација, који су u slivanju otkrili jedan doskora zanemарivan, теоријски fascinantан а методолошки изразито сложен предмет проучавања” (Бугарски 2013: 21). Оцењујући сливање као начин за настајање нових ре-

² Много је околионализама настало различитим творбеним начинима од личних имена тренутних политичара. Пошто они неће заувек владати, јасно је да такве речи неће дуго опстати. Ево неколико примера оз текстова српских колумниста: *сашизам*, *вучићевићлијада*, *трамподан*, *путиноидан*, *вучићишизам*, *елвисружичаст*, *надвучићавање*, *северинизација*, *Бане Бумбар-опозиција*, *ђуканизам*, *последњукановићевски*, *ђуканлија*, *чочићаст* итд.

чи, Р. Бугарски (2013: 97), први српски лингвиста који га је систематски описао и посветио му књигу, констатује да „*što se tiče pojedinačnih realizacija u vidu neobičnih verbalnih tvorevina, svaki čitalac moći će za sebe da oceni koje od njih smatra banalnim pomodnim novotarijama, čak apsurdnom verbalnom nedonoščadi, a koje možda istinski uspelim, duhovitim i izazovnim kreacijama.*“ Ни аутор овог рада неће оцењивати успешност творбе околионализма српских колумниста, ни оних насталих сливањем, као ни осталих, јер је наша намера да скренемо пажњу на социолингвистичку страну феномена изразите потребе за циљаним грађењем нових речи како би се на експресиван начин исказао однос према феноменима. Посебно скрећемо пажњу и на запажање Р. Бугарског да се творба сливеница изразито повећава последњих година.

2.2. СУФИКСАЦИЈА. Незадовољан квалитетом и необјективношћу дневних новина у Србији, колумниста одлучује да најстарији дневни лист на Балкану назива *одштампотином* [*Политика и друге одштампотине* (С. Басара, Курир, 27. 07. 2024)]. На творбену основу глагола *одштампати* додао је пејоративни суфикс *-отина*, који има снажну експресивну вредност и подсећа на пејоративе *бљувотина*, *брљотина*, *дрљотина*, *мрљотина*, *цркотина*, *шкработина* и, пре свега, *измишљотина* и *умишљотина* (исп. Николић 2000). Колумниста је додавањем суфикса *-отина* на творбену основу рачунао на изазивање код читалаца асоцијативне везе с већ постојећим именичким низом, па је тиме Политику коју је назвао *одштампотина* окарактерисао свим негативним карактеристикама које поседују *измишљотина*, *умишљотина*, *шкработина*, *бљувотина*, *брљотина*. У изазивању асоцијативних веза у језичкој меморији читалаца и лежи ефектност језичке игре којој прибегавају колумнисти градећи нове речи.

Суфиксоид *-оид* (према грч. *eidos* вид, узор) има значење сличности с оним што је именовано мотивном речју (Лопатин и Улуханов 2016; Клајн и Шипка 2007). Е. Корјаковцева (2016) запазила је да се овај формант све чешће користи у руском, пољском и чешком језику у грађењу пејоративних именица које означавају особе налик на политичаре или друге јавне личности по некој њиховој негативној особини (нпр. рус. *жириноид* (← *Жириновский*), пољ. *tuskoid* (← *Tusk*), чеш. *zemanoid* (← *Zeman*). Наше истраживање из 2017. године (Драгићевић 2018б) показало је да се у српском језику овај суфиксоид у то време још увек није користио за грађење таквих пејоратива, али да се њихово настајање може претпоставити и очекивати. И заиста, није било потребно дуго чекати а околионализми на *-оид* или *-оидан* почели су да се нижу у колумнама. Навешћемо неколико примера: *путиноидан* (Danas, 28. 1. 2018), *палмоидан* (Danas, 28. 1. 2018), *данасоид*, *напредноид* (Д. Петровић, Danas, 8.11. 2018), *чомићоидан* (Д. Митровић, Danas, 14. 2. 2020), *тинкоидан* (А. Дикић, Danas, 2. 06.2020), *аморалоид* (Ч.

Копривица, 6. 09. 2023). Ова последња именица која означава аморалну особу, а не особу „сличну аморалу” показује да формант *-оид* шири своју употребу и користи се и у грађењу пејоративних именица које не означавају сличност с појмом у творбеној основи. И именица *аморалоид*, али и све оне које означавају нечију сличност с неким, треба да произведу и асоцијативну везу са фреквентном именицом *монголоид*, која се у разговорном језику користи као пејоративно именовање не само за ментално болесне особе, већ за било коју особу према којој говорник жели да искаже омаловажавање. Употребом именица на *-оид* шаље се двострука увреда – особа подсећа на личност чије име стоји у творбеној основи, али подсећа и на монголоида. Тиме се, даље, шаље увреда и особи чије име је у творбеној основи ових именица. Важна одлика пејоративних именица на *-оид*, али и многих других које обрађујемо у овом раду јесте њихова асоцијативно-семантичка полицентричност. Семантика њиховог основног значења заснована је на вишеструким порукама које асоцијативно побуђују код прималаца поруке. Те асоцијације је могуће произвести само код говорника којима је српски језик матерњи јер су базиране на бројним језичким и ванјезичким знањима представника српске лингвокултуролошке заједнице. Преводивост ове лексике никада не може бити потпуна.

2.3. ПРЕФИКСАЦИЈА. Као што смо се уверили у великом броју примера који су до сада наведени, експресивност нових речи постиже се снажним асоцијативним везама са другим постојећим лексемама. Тако је један колумниста, играјући се са општепознатим лексемама *надчовек* и *надљуди*, формирао лексему *подљуди* [*Они гледају на људе из крајишких, козовских и шумадијских села и варошица као на нижа бића, као на подљуде* (С. Антонић, Правда, 10. 12. 2021)].

Формант *пост-* постао је популаран за изражавање модерних идеологија, а нарочито је постао популаран након избора лексеме *постистина* за реч године, па се и један аналитичар њиме послужио у грађењу околионализма *постприступ* [*Бројна гостовања угледних и мудрих икона помодних 'пост' приступа сасвим су засенила аутоколонијално интелектуално утрнуће на Институту* (З. Ћирјаковић Стање ствари, 6. 08. 2020, преузето из Печата)]. Овај формант и многи префиксоиди, па чак и префикси, у новије време осамостаљују се као посебне речи преузимајући функцију придева или прилога. Тако и колумниста у наведеном примеру пише *пост* као посебну реч која се понаша као непроменљиви придев уз именицу *приступ*.

У грађењу околионализама посебно су популарни префиксоиди који означавају висок интензитет, јер се њима постиже колумнистима толико потребно преувеличавање и сензационализам: *гигаконференција* (Danas, 6. 6. 2017), *турбопатриотски* (Danas, 18. 9. 2017), *турбоевропски* (Danas, 18. 9. 2017), *турбозагађујући* (Danas, 26. 01. 2020).

2.4. СЛАГАЊЕ. Међу okazjiонализмима у колумнама има доста примера за слагање. Повезујући прилог *мило* са пејоративним глаголом *булазнути*, колумниста гради парадоксалан и зато духовит и врло експресиван глагол *милобулазнити*: *Zna da nađe svaki Vođin govor da tu milobulazni pred spravanje i za dobrojutrenje* (М. Шелић, *Danas*, 1. 07. 2022). Употреба прилога *мило* је иронична. Скоро сви okazjiонализми у језику колумниста имају пејоративно значење, а скоро све лексеме са значењем пожељних појава користе се иронично.

Колокација *једва уредити* дала је сложени придев *једвауређен*: *Migranti se moraju podeliti na one prljave zle siromašne i na našu braću s parama kojima ćemo bratski da izdamo jedvauređene šupe za petsto evra* (М. Шелић, *Danas*, 1. 07. 2022).

Именице *челуст* и *грис* сједињене су у okazjiонализму *челустгрис*: *Na nama je da obzinemo udicu punim čeljustgrizom i razgalavimo se tačno po planu i programu* (М. Шелић, *Danas*, 1. 07. 2022).

Оваква спајања прилога и глагола, придева и именица, двеју именица итд. долазе у српски језик као утицај из енглеског језика и представљају једну нову тенденцију у стварању квазиречи које понекад садрже и неколико речи, што никако није у складу с творбеним принципима у српском језику.³

2.5. КОМБИНОВАНА ТВОРБА. Такозвана комбинована творба, под којом се подразумева настајање речи коришћењем двају творбених начина – префиксацијом и суфиксацијом или слагањем и суфиксацијом, представља такав модел творбе који подразумева улагање више креативне енергије, али српски колумнисти су дорасли и овом творбеном начину.

Колумниста се подсмева симболици која се везује за косовски мит, као и глумици која га пропагира и од именице *божур* гради глагол *избожурити*, додајући префикс *из-* и глаголски суфикс *-u(mu)*: *To bodri ljude da poginu sanjajući da im možda čak prava Ivana Žigon izbožuri na sahrani* (М. Шелић, *Danas*, 5. 08. 2022).

Исти колумниста од именице *санкција* гради глагол *насанкцијати* додајући творбеној основи мотивне речи префикс *на-* и суфикс *-a(mu)*: *Grejeto se pravljjenjem dece ako u međuvremenu nasankcijamo i ljutnemo brata Putina* (М. Шелић, *Danas*, 3. 06. 2022).

³ Ево неколико примера за ту појаву: *То је тако еспесовскобајатовићевски!* (*Danas*, 6.11. 2017). ... од тих *у-исти-кош* утрпаних жена (А. Кишјухас, *Danas*, 23. 7. 2017). ...само је екстремни пример антнаучног, псеудонаучног и популистичког „уради сам“ *размишљања* (А. Кишјухас, *Danas*, 22. 12. 2019).

Уместо да употреби глагол *разорити* или *уништити*, колимниста је осмислио и употребио знатно ефектнији и експресивнији глагол *упарампарчати*: *Izgubiće samo onaj ko načini potez zbog kojeg se kula narokon ура-рампарча* (М. Шелић, *Danas*, 3. 06. 2022).

3. ЗАКЉУЧЦИ. На основу грађе коју смо представили у овом раду могу се извући следећи закључци.

Прво. Током XXI века, грађење циљаних нових речи постало је пожељно у изражавању колумниста. Оказионализми представљају своје ауторе као духовите, интелигентне, сензуалне, креативне личности и разликују их једне од других. Разлог за циљано грађење нових речи видимо у жељи да се привуче пажња читалаца коју перманентно умањују визуелни садржаји. Главно језичко средство у борби са сликама јесу нове речи.

Друго. Грађа указује на чињеницу да су ауторски оказионализми увек лексеме са пејоративним значењем, које служе за омаловажавање идеолошких противника, њихових ставова и активности. Изненађујуће је да међу новим речима нема оних које служе за афирмативну оцену. Ако се приликом грађења нових речи употребе основе речи са значењем пожељних појава, онда им се придаје иронично значење.

Треће. Колумнисти се служе свим творбеним начинима којима се граде деривати у српском језику. У раду смо показали примере за суфиксацију (и суфиксоидацију), префиксацију (и префиксоидацију), слагање, комбиновану творбу и сливање.

Четврто. Колумнисти често граде нове речи за појмове који су у српском језику већ именовани јер желе да их назову на експресивнији начин (нпр. *упарампарчати* уместо *растурити*).

Пето. Комуницирајући са својим читаоцима употребом оказионализама, колумнисти рачунају на њихову асоцијативност. Многи индивидуализми сабирају у својој семантици више порука, тј. они су асоцијативно-семантички полицентрични (нпр. када колумниста новине назове *одштампотином*, он очекује да та лексема произведе асоцијацију и на *бљувотину*, *брљотину*, *измишљотину* итд., а не само асоцијацију на одштампано штиво).

Шесто. Многи оказионализми настају из потребе за претеривањем и сензационализмом, чиме се привлачи пажња читалаца (нпр. *турбопатриотски*, *гигаконференција*).

Седмо. Аутор овог текста има амбивалентан став према оказионализмима колумниста. На једној страни, ове лексеме освежавају медијски текст и представљају колумнисте као оригиналне, креативне и интелигентне људе, а са друге стране, оваквом лексиком се снижава новинарски стил и приближава се разговорном језику.

ЛИТЕРАТУРА

- Бугарски 2013: Ranko Bugarski, *Sarmagedon u mesopotamaniji*, Београд: XX век.
- Драгићевић 2018а: Рајна Драгићевић, *Српска лексика у прошлости и данас*, Нови Сад: Матица српска, 2018.
- Драгићевић 2018б: Рајна Драгићевић: Неке тенденције у творби речи у савременом српском језику (*Језици и културе у времену и простору VII/2*, тематски зборник, уреднице Снежана Гудурић, Биљана Радић-Бојанић, коуреднице: Јасмина Дражић, Јелена Ајџановић, Нови Сад: Филозофски факултет, 63–71, 2018.
- Драгићевић 2022: Рајна Драгићевић: Мотивација, творба и значење српских сливеница, *Новоречје IV*, број 6, 2022, 63–74.
- Клајн 2002: Иван Клајн, *Творба речи у савременом српском језику 1*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства, Институт за српски језик САНУ; Нови Сад: Матица српска.
- Клајн 2003: Иван Клајн, *Творба речи у савременом српском језику 2*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства, Институт за српски језик САНУ; Нови Сад: Матица српска.
- Клајн и Шипка 2007: Иван Клајн и Милан Шипка, *Велики речник страних речи и израза*, Нови Сад: Прометеј.
- Корјаковцева 2016: Е. И. Корјаковцева, *Очерки о языке современных славянских СМИ (семантико-словообразовательный и лингвокультурологический аспекты)*. Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach.
- Лопатин и Улукханов 2016: В. В. Лопатин, И. С. Улукханов, *Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка*, Москва: Издательский центр «Азбуковник».
- Николић 2000: Мирослав Николић, *Обратни речник српскога језика*, Нови Сад: Матица српска; Београд: Институт за српски језик САНУ; Београд: Палчић.

Рајна Драгичевич

Универзитет в Белграде, Филологически факултет

ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЕ СЛОВООБРАЗОВАНИЕ НОВЫХ СЛОВ В ГАЗЕТНЫХ КОЛОНКАХ

Резюме

В этой статье представлены целевые новые слова в колонках сербских журналистов. В первой части статьи представлены общие характеристики окказионализмов и причины, по которым журналисты их строят, а затем приво-

дятся и комментируются примеры окказионализмов, созданных разными словообразовательными способностями. В конце статьи представлены наиболее важные выводы, вытекающие из анализа.

Ключевые слова: окказионализмы, неологизмы, колонки, целенаправленное словообразование новых слов, сербские СМИ, сербский язык.