

СТУДИЈЕ И ЧЛАНЦИ

ОРИГИНАЛНИ НАУЧНИ РАД

УДК: 811.163.41'27

Маријана М. Продановић¹

Универзитет Сингидунум у Београду

Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент

АУТОХТОНОСТ СЛОЖЕНИХ ФОРМАЦИЈА У САВРЕМЕНОМ СРПСКОМ ЈЕЗИКУ: ПРИМЕР НЕОКЛАСИЧНОГ ЕЛЕМЕНТА *ПРОМО-*

Апстракт: Предмет овог рада представља анализа сложених формација са неокласичним препозитивним елементом *промо-* у савременом српском језику. На корпусу који је сачињен од групације прототипичних примера, добијених неселективним праћењем електронских издања дневне и недељне штампе, као и садржаја на различитим интернет страницама, посматрана је природа овог елемента која до сада није била била предмет истраживања у српском језику. Отуда су циљеви овог рада да се утврде условљеност статуса пропозитивног елемента *промо-* у савременом српском језику као и његова улога и категоризација у творби речи. Потом, да се размотре учесталост и неопходност употребе сложених формација са овим елементом у српском језику и његове потенцијалне ортографске норме. Резултати анализе података су показали да је употреба препозитивног елемента *промо-* честа у савременом српском језику, да доприноси економичности израза, као и да његово значење најчешће одговара аналитичком придеву *промотиван*.

Кључне речи: српски језик, сложене формације, препозитивни елемент *промо-*, префиксоид, језичка економија, ортографска норма

Увод

Без обзира на то на који начин и у којем облику се одашиљају и размењују језички обрасци, један језик², *per se*, тешко остаје изолован, саткан само од сопствених

¹ mprodanovic@singidunum.ac.rs

компонената. Наиме, најразличитије везе које се остварују путем реализације језичких образаца и размене вербализованих мисли неретко ће, у коначници, довести до додира/контакта једног језика са другим језиком/-цима. Контакти те врсте, који се не могу избећи, а посебно не у савременом свету, за последицу често имају *уплив* језичких елемената, који су инхерентна карактеристика једног језика, у језички *миље* другог језика. То доводи до својеврсног, најчешће несвесног, посуђивања језичких елемената из једног језика у други језик и/или *vice versa*, до појаве тзв. страних/позајмљених елемената – оних који припадају језику *даваоцу* у језичком фонду *примаоца* (Filipović, 1986: 34). Ипак, ваља напоменути да у контактним процесима најчешће један од језика који остварују контакте узима примат, те је тако кинески оставио значајан траг у нпр. корејском и јапанском језику, али ништа од њихових особености није утицало на сам кинески језик (Сапир [Sapir], 2000 [1921]).

Улога језика који поседује неопходне и довољне карактеристике да би био перципиран као лингва франка (лат. *linguae francae*) савременог доба³ (Кристал [Crystal], 2003), оно што су, кроз историју, били нпр. француски или латински језик, припада савременом енглеском језику. С обзиром на то да, под утицајем моћи земаља у којима се говорни као матерњи, енглески јези представља језик шире/распрострањене комуникације (*Language of Wider Communication – LWC*),⁴ он постаје лингва франка *sui generis*,⁵ будући да, до данашњег тренутка, није постојао језик који је толико распрострањен (Crystal, 2003: 139), те, сходно томе, несумњиво врши утицај на многе светске језике. Особеностима савременог енглеског језика, било да се ради о морфолошком, лексичком, синтаксичком или неком другом језичком нивоу, нису одолели ни немачки, француски, шпански и други језици, а међу језицима који показују утицај енглеског у својој структури, налази се и савремени српски језик.

² Овде под језиком не мислимо на пуко средство комуницирања, но на језички код којим се споразумевају припадници једног друштва, културе, заједнице.

³ Не само да је енглески језик у распрострањеној употреби, но, како Твртко Прћић наводи, „ваљано знање енглеског језика [...] чини незаобилазну културну претпоставку“ (2011: 20).

⁴ Више о томе код: Брут-Грифлер [Brutt-Griffler] у: Бернс [Berns, Ed.], 2010. Прим.аут.: Аутор преузима на себе одговорност за превод наведене синтагме, која је, у оригиналном облику, преузета од наведене ауторке.

⁵ Под овим мислимо да је енглески језик лингва франка на посебан начин, не само због тога што је његова употреба светских размера, но што се, истовремено, та употреба не односи на појединачну/-е област/-и људског деловања.

Посматрано кроз историјску призму, проток времена је, све до данашњих дана, само појачавао важност (некада и неопходност) улоге енглеског језика у процесима језичких позајмљивања. Како је XIX век био сведок славних дана британске круне, не чуди што је број говорника енглеског језика, већ у то време, премашио 126 милиона људи (према: OED)⁶, да би, средином XX века, број изворних говорника енглеског језика досегао 270 милиона (*The World Almanac Book of Facts for 1950*, према: Мејхен [Machan] 2013). Без обзира на то да ли је остваривао посредне или непосредне контакте са неким језиком/-цима (Filipović, 1991), енглески језик је остављао неизбрисив траг – обогаћивањем речничког фонда других језика, модификацијом његових творбених процеса, итд. Споменута важност улоге енглеског језика постала је посебно приметна од зачетака електронских медија, те његових ширења, почевши од појаве првог електричног телеграфа, с почетка деветнаестог века,⁷ да би, чини се,⁸ доживела врхунац настанком и распрострањивањем феномена интернета, који је широј популацији постао доступан током последње деценија двадесетог века (Стакс и Салвен [Stacks & Salwen], 2009). Енглески језик се с правом сматра доминантним⁹ језиком овог медијума комуникације (Матерларт [Matterlart], 1996; Дарам [Durham] у: Данет и Херинг [Danet & Herring, Eds.], 2007).

Зато су неке од инхерентних особености савременог енглеског језика све више приметне у другим језицима света, и то на многим њиховим нивоима. Оне су најпре најјучљивије на *површинском*,¹⁰ лексичком нивоу, али, исто тако и на

⁶ public.oed.com/aspects-of-english/english-in-time/nineteenth-century-english-an-overview/

⁷ Више о настанку и развоју електронских медија код: Медоф и Кеј [Medoff & Kaye] (2011).

⁸ Феномен интернета, као доминантног средства комуникације, односи се на садашњи тренутак, али не можемо предвидети природу распрострањивања енглеског језика у будућности, те елиминисати чињеницу да ће, можда, нека друга епоха, заправо, представљати врхунац. Више о *предсказивању* потенцијалне будућности енглеског језика, те његовог утицаја на језичке прилике у свету код: Градол [Graddol] (2000).

⁹ О културолошким срединама у којима доминира неки други језик, више код: Данет и Херинг (2007).

¹⁰ Овде, употребом придева *површински*, желимо да укажемо на то да се утицај који се одсликао на лексичком нивоу неког језика, примећује пре него онај на морфолошком или другим нивоима; придев *површински* не односи се, на овом месту, на диференцијацију површинске и дубинске структуре језика у ужем смислу (Чомски [Chomsky], 2002).

семантичком, творбеном и другим језичким нивоима. Како је већ наведено, савремени српски језик се, по овом питању, не разликује умногоме од других језика у којима је приметан утицај енглеског језика. Отуда је прилив англицизама у српком језику чинилац његовог развоја, те обогаћивања домаћег језичког фонда, који није занемарљив (Prčić, 2011).

Ипак, ваља напоменути да ни енглески језик *per se* није остао имун и *нетакнут* када су у питању језички контакти и посуђивања, посебно уколико се осврнемо на оне периоде развоја који су довели до оног облика који се данас назива савременим енглеским језиком. Значајан део лексичког фонда савременог енглеског језика чине позајмљенице из латинског¹¹ и грчког, а потом и француског, италијанског, шпанског и других језика, премда су то данас асимиловане форме, које се перципирају као аутохтоне.¹² Сродно некадашњој улози француског језика (у посредовању у контактном процесу између латинског и енглеског језика)¹³, данас улогу посредника има савремени енглески језик. Француски, мађарски, шпански, румунски и други језици (Prčić, 2011: 20), почели су да преузимају облике из енглеског језика, те да њима обогаћују свој језички фонд, али их временом и асимилију са мањим или већим графолошким и фонолошким изменама или компромисима.

С обзиром на то да препозитивни елемент *промо-* чини саставни део лексичког фонда савременог енглеског језика, у који је доспео из латинског језика, сматрамо да се овај препозитивни елемент, класичног порекла, у савременом српском језику појавио под све већим утицајем енглеског језика. С тим у вези, предмет овог рада представљају сложене формације (*компози(-не)* формације [Ђорић, 1988]) у којима је неокласични елемент *промо-* у иницијалној позицији у савременом српском језику. Углавном се ради о формацијама које се

¹¹ Свој утицај латински језик је утемељио још у време староенглеског језика, који је обухватио временски оквир 450-1100. године (Барбер [Barber], 1993; Ђолић, 2002).

¹² Нпр.: *testament* (тестамент), *data* (подаци), *thesis* (теза), итд., из лексичког фонда латинског језика; *antique* (антички), *telephone* (телефон), *encyclopaediae* (енциклопедија) и др., из грчког језика; *page* (страница), *button* (дугме), *voyage* (пут/путовање) и сл., чији је језик давалац био француски; *sonata* (соната), *apartment* (стан), *graffiti* (графит), из италијанског језика; *chocolate* (чоколада), *cigar/cigarette* (цигара/цигарета), *mosquito* (комарац), *machette* (мачета), из опсега лексичког фонда шпанског језика (Ђолић, 2002; Деркин [Durkin], 2014).

¹³ Прим.аут.: Сматра се да се највећи уплив француских речи десио у временском оквиру 1200-1399. године (према: Durkin, 2014: 263).

појављују у публицистичком језику, као и у језику који је у употреби у процесу оглашавања/комуникације посредством интернета.

Задаци овога рада су да на корпусу сачињеном од језичких примера који одсликавају публицистику као интернет културу утврди:

- колико често се сложене формације које почињу елементом *промо-* употребљавају у савременом српском језику (када је у питању публицистички и језик интернет културе);
- да ли је сâм елемент *промо-*, на основу својих особености, заправо, префиксоид или је његова природа ближа скраћеном, индеклинабилном облику *придева*;
- у каквим формацијама елемент *промо-* показује највећу продуктивност – формацијама са глаголима, именицама или *придевима*;
- да ли речнички фонд савременог српског језику поседује облик који је, на основу значења и функције, еквивалентан елементу *промо-*;
- да ли се предметни елемент употребљава ради језичке економије, односно као замена за *придев промотиван* или је, ипак, у непромењеном облику, напосто преузет из енглеског језика;
- каква је, уколико постоји, ортографска норма за писање сложених формација са овим препозитивним елементом.

Статус и особености препозитивног елемента *промо-*

Препозитивни елемент *промо-* латинског је порекла, а његову етимологију можемо извести из два глагола. Наиме, ради се, с једне стране, о глаголу *promo, prompsi, promptum*, 3. чије је значење: *извадити, изнети; показати; изумети, пронаћи, открити; употребљавати*,¹⁴ а, с друге стране, о глаголу *promoveo, promovi, promotum*, 2. чије је значење: *повући напред, одгурнути унапред, учинити да иде напред*, *напредовати*.¹⁵ У савременом енглеском језику облик *promo* представља слободну/лексичку морфему насталу скраћивањем *придева promotional (промотиван/промотивни)* или именице *promotion (промоција)*. Овде ваља напоменути да речници савременог енглеског језика наводе да је облик *(to) promote*, који, наиме, мотивише наведени *придев* и *именицу*, у енглески језик ушао у периоду средње-енглеског језика (1100-1500. година), и то управо од

¹⁴ Прим.аут.: Латински термини у раду према: Standardni rečnik latinsko-srpskog jezika (Todorović i dr., 2008).

¹⁵ Поред наведеног речника (14), овде је консултован и извор: <http://www.ancient.eu/lang/latin/dictionary/1772-19/promoveo/>

претходно наведеног облика *promotum(-s)*¹⁶ или *promot-*¹⁷ (од исте основе), а потврду пружа и извор старијег датума, са почетка XIX века.¹⁸ Тај извор повезује глагол (*to*) *promote* са латинским глаголом *promoveo, promotus*, те наводи да је значење позајмљеног облика управо еквивалентно ономе које смо навели за латински глагол (*напредовати, ићи напред...*). Исти извор наводи и повезаност са глаголом из француског језика *promouvoir*, уз којег стоји значење *подизања*, али и *похваљивања*, те *упућивања* и *указивања* на нешто.

Уколико *призовемо* чињеницу да је посредник контактних процеса између латинског и енглеског језика, у периоду средње-енглеског језика, био француски, не чуди да је управо француски језик утицао на данашњу нијансу значења предметног глагола у енглеском језику. Напоменули бисмо и то да речници савременог енглеског језика изостављају етимологију која се заснива на првом од два глагола која смо споменули. Ипак, узимајући у обзир значења споменутог глагола *promo* (3.), сматрамо да он поседује семантичку повезаност са елементом *промо-*.

На основу претходно наведеног, свакако можемо рећи да, у односу на српски језик, наведени препозитивни елемент припада лексичком слоју страних речи. Истовремено, наведена лекичка морфема чини оним што називамо *интернационализима* (Клајн, 2002), јер се облик *промо-* може пронаћи у савременом лексичком фонду многих језика (француски, италијански, шпански, немачки, шведски итд.)¹⁹. Потврда интернационалне природе елемента *промо-* налази се и у његовом пореклу, будући да се интернационализима управо приписује тзв. *неокласично* порекло (Векслер [Wexler], 1969; Sapir, [1921] 2000). Међутим, као језици даваоци интернационализама, *класични* – латински и грчки језик нису увек они непосредно *донирали* речи. Често су у процесу *уплива* у светске језике посредовали други језици. С тим у вези, расппрострањивањем енглеског језика, неретко се дешавало, а та пракса никада није ни прекидана, да су нове, стране компоненте у многим језицима у свету, па тако и у савременом српском језику, улазиле из енглеског језика. Отуда, верујемо да је, управо као последица једног таквог процеса, препозитивни елемент *промо-* нашао своје место

¹⁶ Према: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/promote>

¹⁷ Према: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/promote>

¹⁸ Према: *Pantologia. A New Cyclopaedia (Comprehending a Complete Series of Essays, Treatises, Band Systems, Alphabetically Arranged, with a General Dictionary of Arts, Sciences, and Words: the Whole Presenting a Distinct Survey of Human Genius, Learning, and Industry)*, 1813.

¹⁹ Аутор је проверио и потврдио истинитосну вредност ове тврдње.

у савременом српском језику, у којем његов статус *per se*, а на основу увида у домаће доступне радове из домена творбе речи, до сада није анализиран.

Уколико се обрати пажња, најпре, на позиционираност, а потом и на облик, те порекло препозитивног елемента *промо-*, овај елемент би требало да припада групи префиксоида. То су „везане морфеме сличне префиксима, тј. стварно основе речи из грчког, одн. латинског језика које се у датом облику налазе само у сложеницама: аеро-, ауто-, хидро-, макро-, микро-, агро-...” (Станојчић и Поповић, 2002: 136). Префиксоиди за разлику од префикса, „задржава(ју) значење целих речи“ (Клајн, 1978: 188), односно у својој природи носи потенцијал целокупне речи. И страни аутори који говоре о творби речи (најпре у енглеском језику) на сличан начин дефинишу појам префиксоида, те напомињу да се уз помоћ таквих елемената творе тзв. неокласичне сложенице,²⁰ у којима је први део латинског или грчког порекла, а други представља завршетак или терминални/крајњи елемент (Фишер [Fischer], 1998: 55). Истовремено, и они, баш због позиционираности првих делова сложеница, постављају питање диференцијације префикса и префиксоида, те ваља споменути да се појам префиксоид у литератури може пронаћи и под називом полу-префикс, као и псеудо/квази префикс (Хансен и др. [Hansen et al.], 1985 према: Дрезлер и др. [Dressler et al., Eds.], 1990; Fischer, 1998).

Препознавање и разликовање префиксоида од префикса некада није једноставно.²¹ Ипак, уколико се поново осврнемо на дефинисање тзв. неокласичних сложеница, уочићемо параметар који, унеколико, олакшава процес разлучивања, а то је чињеница да се први елемент, по правилу, завршава самогласником, те да је тај самогласник, углавном –о²² (Fischer, 1998: 55). Исто наводи и Иван Клајн, који, по овом питању, закључује да је „финално –о [...] једно од типичних обележја префиксоида” (2002: 147). Овде ваља споменути и разликовање тзв. *радиксоида*²³ од префиксоида, где се за прве сматра да су ближи правим, коренским морфемама од других, који су налик префиксима (Ђорић, 2008: 122).

²⁰ Овакве сложенице садрже елемент који је класичан, али је комбинација у којој се налазе модерна по пореклу, те отуда и назив *неокласичан* (Плаг [Plag], 2003: 74).

²¹ У вези са тим, ауторке Милица Михаљевић и Ермина Рамадановић (Mihaljević i Ramadanović, 2006: 206), на примеру савременог хрватског језика, предлажу тзв. „творбу префиксоидних твореница (префиксоидизацију)“

²² Нпр.: „*cryo-, neo-, industrio-, Euro...*“ (Fischer, 1998: 55).

²³ Нпр.: *авио-, видео-, диско-* (Ђорић, 2008: 55).

Елемент *промо-* није нашао своје место међу префиксоидима, односно *страним препозитивним компонентама* које наводе Клајн (2002: 152-156) и Божо Ђорић (2008: 126-149). Ипак, узимајући у обзир све наведене особености овог елемента, он би се већ могао назвати према постојећој, домаћој номенклатури. Штавише, елемент *промо-*, у овом тренутку, могао би бити именован и као аналитички придев, јер му припадају особине „скраћене форме придева у функцији аналитичког детерминатора уз именицу” (Ђорић, 2008: 122).

Када су у питању овакви елементи, неретко се поставља питање њиховог статуса и именовања у домаћој творбеној номенклатури, а комплексне су и одлуке о њиховом писању. Отуда се у *Правопису српскога језика* (2010) наводи: „Посебан нормативни проблем су почетне саставнице, углавном страног порекла, са статусом или форманта или префиксоида...” (*Правопис*, 2010: 77).

Анализа корпуса и дискусија

Корпус на којем је засновано истраживање, за потребе овог рада, представља групација примера добијених неселективним праћењем електронских издања дневне и недељне штампе (нпр. *Blic*, *Kurir*, *Alo*, *Story*), као и неселективним посматрањем садржаја на различитим интернет страницама у периоду од шест месеци,²⁴ зато што овим медијумима комуникације припада важна улога у савременом језичком посредовању. Посматране су сложене формације са препозитивним елементом *промо-* у тројакој ортографској фиксацији: у синтагматском односу – одвојено, затим са цртицом '-', у виду полусложенице, као и састављено са другим елементом сложене формације.²⁵

Примери који следе представљају одабир најпроминентнијих²⁶ формација са елементом *промо-* које су уочене у анализираном корпусу. Наиме, примери са елементом *промо-*, а које ће бити наведени у раду, у анализираном корпусу појавили су се у немалом броју, а контекстуални фрагменти представљени у овом раду одабир су аутора. С тим у вези, нагласили бисмо да овде засигурно нису представљене све (можда чак не ни највећи број оних) формације у којима се посматрани елемент појављује у савременом српском језику, али јесу оне најфреквентније које смо уочили у периоду сакупљања корпуса. Управо због природе корпуса овог рада, језички материјал није подлегао квантитативној

²⁴ У питању је период од марта до септембра месеца 2014. године.

²⁵ Како ће се видети током анализе података, у корпусу се нису појавили такви облици, када се ради о сложеним формацијама.

²⁶ Редослед примера не представља скалу фреквентности појављивања примера.

анализи, али смо, просредством квалитативног метода, покушали да одговоримо на питања која су у подлози задатака рада.

- *Промо фотографија*

1) Сет *промо фотографија* [...] преплавио је интернет.

(<http://www.alo.rs/v-i-p/svetski-dzet-set/kim-kardasijan-u-malom-kupacem-kostimu-video/51589>, 08.04.2014.)

- *Промо спот*

2) Српска снајка Адриана Лима очигледно ужива много поштовања у Турској, обзиром да су представници једне телевизије за коју је снимала *промо спот* послали хеликоптер по њу како би избегла градску гужву.

(<http://www.blic.rs/Zabava/Vesti/454572/Kao-prava-zvezda-Adriana-Lima-helikopterom-stigla-na-snimanje>, 02.04.2014.)

- *Промо понуда*

3) Период за који важи *промо понуда*

(<http://www.wellness-spa.rs/solaris-porodicni-paket/>, 03.07.2014.)

- *Промо цена*

4) *Промо цена* авио карата до Ларнаке, Скопља, Милана и Варшаве

(<http://www.airsrbija.com/promo-cena-avio-karata-do-larnake-skoplja-milana-i-varsave/>, 30.05.2014.)

- *Промо месец*

5) *Промо месец* спортске гимнастике – август

(<http://www.gkdif.org/vesti/promo-mesec-sportske-gimnastike-avgust/>, 27.07.2014.)

- *Промо турнеја*

6) Гитаријада наставља своју *промо турнеју* по градовима Србије.

(<http://www.gitarijada.org/2014/07/page/5/>, 15.07.2014.)

- *Промо лидер*

7) Потребне особе за повремене послове *промо лидера*.

(<http://udarnik.org.rs/posao/2014/6336.html>, 30.07.2014.)

- *Промо производ*

8) Наш тим има дугогодишње искуство у изради апсолутно свих врста рекламних и *промо производа* на основу цртежа, 3д модела или скица у најкраћем могућем року.

(<http://www.artofscene.com/reklamni-promo-proizvodi/>, 04.04.2014.)

- *Промо недеља*

9) *Planetbike* организује *Northwave промо недељу* која ће трајати до 15. јуна а током које ће купци моћи да купе *Northwave* производе са попустом и до 25%.

(<http://www.2bike.rs/na-dva-tocka/zanimljivosti/planetbike-organizuje-northwave-promo-nedelju>, 09.06.2014.)

- *Промо тим*

10) Ангажовање професионалних *промо тимова* за потребе промоције ваше делатности, производа или брэнда...

(http://www.planer.rs/v_NS-Promo-Team_115_63, 30.06.2014.)

- *Промо часови*

11) Бесплатни *промо часови*

(<http://www.mogi.co.rs/skola-stranih-jezika/>, 05.03.2014.)

- *Промо журка*

12) Субота, 26. јул, резервисана је за последњу *Lovefest 2014. промо журку* ове године.

(<http://www.story.rs/koktel/party/42590-poslednja-stanica-pred-lovefest-promo-party-ove-subote-u-beograd.html>, 22.07.2014.)

- *Промо лице*

13) Међу многобројним новинама овогодишњег 12. *Belgrade Beer Festa* је и прво *промо лице* фестивала.

(<http://www.story.rs/vesti/u-fokusu/41645-glumica-jelena-gavrilovic-promo-lice-beer-festa.html>, 25.06.2014.)

- *Промо материјал*

14) Тежак пораз: Радикали побацили свој *промо материјал* кроз прозор!

(<http://www.kurir.rs/tezak-poraz-radikali-pobacali-svoj-promo-materijal-kroz-prozor-clanak-1278993>, 16.03.2014.)

- *Промо видео*

15) Први *промо видео* словеначког супераутомобила!

(<http://topspeed.telegraf.rs/vesti/11778-tushek-ts-600-prvi-promo-video-slovenackog-superautomobila-video>, 18.06.2014.)

- *Промо штанд*

16) Почевши од 29. августа преузимање поклона вршиће се сваког петка и суботе током трајања акције на *промо штандовима* у Београду.

(<http://www.blic.rs/Vesti/Ekonomija/490842/Pokloni-za-placanja-masterkardom-i-maestrom>, 27.08.2014.)

- *Промо-филм*

17) Нушићијада је освојила Туристичку слагалицу за најбољи *промо-филм* о манифестацији.

(<http://www.blic.rs/Vesti/Srbija/460248/Na-pola-puta-do-Nuscijade>, 23.04.2014.)

- *Промо излет*

18) *Промо излет* - Сремски Карловци – Путовање

(<http://www.yuta.rs/sr/travel/offer.asp?id=12038&clause=1>, 24.03.2014.)

- *Промотер*²⁷

19) Он је захвалио Кевину Јангу што ће бити овогодишњи *промотер* Београдског маратона...

(<http://www.blic.rs/Vesti/Beograd/460717/Na-Beogradskom-maratonu-u-nedelju-3450-ucesnika-iz-50-zemalja>, 25.04.2014.)

- *Промотерка*

20) Радилa сам у кладионици и као *промотерка*, ништа ми није било тешко!

(<http://www.kurir.rs/sport/tenis/jelena-dokovic-radila-sam-u-kladionici-i-kao-promoterka-nista-mi-nije-bilo-tesko-clanak-1460895>, 11.07.2014.)

- *Промотор*²⁸

21) Гостима и представницима медија су се обратили [...] Филип Стоиловић, *промотор* турнира...

(<http://osb.org.rs/79-vesti/333-konferencija-za-medije-povodom-trofeja-beograda-2014.html>, 28.04.2014.)

- *Промоција*

22) Промоције за приватне кориснике

- *Промо*

23) Промо! Допуна која награђује

(<http://www.mts.telekom.rs/index.php/promocije-pojedinacna/items/promo-dopuna-koja-nagraduje.html>, 08.09.2014.)

Увидом у значење препозитивног елемента *промо-*, односно, у његову сематничку мотивисаност, а аналошки полазећи од примарног значења које су глаголи *promo* (3.) и *promoveo* (2.) поседовали у латинском језику, из којег и сâм потиче, увидећемо да овај елемент указује на активност која се, с једне стране – дешава (показује јавности, открива, рекламира) по први пут, а с друге стране – активност која напредује, побољшава се. Уколико се, пак, осврнемо на значење елемента *промо-*, употребљеног у свим примерима које смо напред навели, закључујемо да је оно истоветно са значењем показивања, откривања јавности, унапређења. Без обзира на то што су у питању речи (а не сложене формације) чија је основа *промо-*, као што су: *промоција*, *промотер/-ка*, *промотор* (примери бр. 19-23), сложене формације, где се у писању појављује са цртицом, у виду

²⁷ Примери бр. 19-23 не представљају сложене формације, али смо их уврстили у анализу како бисмо прецизније писали о неким аспектима природе елемента *промо-*.

²⁸ *Промотор* је усамљени облик који се појавио у корпусу, са истим значењем као и именица *промотер*, али и очигледном самогласничком девијацијом.

полусложенице, као у примеру који је јединствен у посматраном корпусу – *промо-филм*, (пример бр. 17) или сложене формације у којима је *промо-* графолошки независан (примери бр. 1-16), значење које се преноси је непромењено.

Овде бисмо указали на чињеницу да се највећи број наведених примера, у истом облику, појављује и у енглеском језику, најпре у области интернет културе.²⁹ Зато не чуди ни то што су, у неким од уочених сложених формација, позајмљене³⁰ обе саставне компоненте,³¹ као што је случај у примерима:

бр. 1 – *промо фотографија*,

бр. 7 – *промо лидер*,

бр. 10 – *промо тим*,

бр. 14 – *промо материјал*,

бр. 15 – *промо видео*,

бр. 17 – *промо-филм*,

У овим примерима обе компоненте су недвосмислено саставни део лексичког фонда савременог енглеског језика. Међу наведеним примерима постоји још неколицина оних чији је други део сложенице страног (односно англистичког) порекла. Овде их не наводимо, јер сматрамо да су се те компоненте, с обзиром на фонолошке и графолошке измене које су *претрпеле*, асимиловале у савремени српски језик, те се не перципирају као стране (нпр.: пример бр. 8 – *промо производ*, бр. 6 – *промо турнеја*...).

Имајући у виду наведено, можемо да кажемо да је творбени тип, чија је особеност препозитивни елемент *промо-*, и у српском и у енглеском језику, мотивисан глаголом чије порекло води из латинског језика, без обзира на то да ли се његова етимологија изводи од глагола *promo*, 3. или глагола *promoveo*, 2. – односно глаголом *promoviscamini (to promote)*. Судајући по резултатима наше анализе, овај творбени тип постаје продуктиван у савременом српском језику (баш како је све више продуктиван и у савременом енглеском језику). С обзиром на то да се у српском језику јавља у оним сложеним облицима/комбинацијама какви постоје и у енглеском језику или су, као такви, преузети из енглеског језика, верујемо да је и његов овакав, скраћени облик, у домаћи лексички фонд најпре ушао у синтагматском односу са именицама које га следе.

²⁹ Аутор је емпиријски потврдио истинитосну вредност ове тврдње.

³⁰ Када је у питању други елемент наведених сложених формација, ваља нагласити да за неке од њих савремени српски језик поседује еквивалентан облик (примери бр. 7 и 15), али га не употребљава, док су други речи које су се већ одомаћиле у нас.

³¹ О тзв. *хибридним творевинама* погледати: Ћорић (2008: 119).

Уочава се такође да је предметни препозитивни елемент *промо-* доминантно употребљен у функцији својеврсног скраћеног облика придева нулте деклинације, будући да је његов облик, без обзира на падежне промене које су *задесиле* именице које детерминише, остао непромењен. Као такав, *промо-* се најфреквентније јавља управо у формацијама у којима је други елемент именица. Заправо, то је случај у свим напред наведеним примерима, изузимајући оне примере који не илуструју сложене формације, но у чијој се основи *промо-* налази (нпр.: бр. 19 *промотер*, бр. 20 *промотерка*...).

Без обзира на детерминишућу природу, препозитивни елемент *промо-* се не појављује само у улози детерминатора речи којој претходи у формацији, но и самостално, као заједничка именица – *промоција*. Наиме, корпус на којем смо засновали наше истраживање је показао да се елемент *промо-* јавља, премда у малом броју случајева, и као пунозначна лексема; тачније, употребљен је (свега неколико примера у корпусу) уместо именице *промоција* (пример бр. 23). Консултовали смо и новије речнике енглеског језика (*Cambridge Advanced Learner's Dictionary*, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, *Macmillan Dictionary*) и установили да они наводе да се у савременом енглеском језику облик *promo* појављује самостално. Заправо, наведени облик се посматра као бројива именица, отуда гради и множину – *promos*. Поменути речници се слажу у ставу који се односи на значење ове именице, а то је *својеврстан облик рекламе, огласа, углавном у форми видео записа*, као и у томе да је употреба ове именице, у овом тренутку, карактеристика неформалног дискурса. У окриљу оваквог дискурса, *promo* се третира и као придев,³² који стоји искључиво пре именице, уз назнаку да је такав, скраћени облик, заменио *promotion* средином двадесетог века (тачније, током шездесетих година XX века). Коинцидентално или не – управо током шесте деценије двадесетог века, почиње да се развија и феномен интернета (Абате [Abbate], 2000), у оквиру чијег језика *promo/промо-* данас проналази највише места.

Будући да се, на примеру анализираних језичког материјала, облик *промо*, како је већ наглашено, ретко појављивао самостално (свега неколико примера, као нпр. бр. 23), не бисмо могли рећи да је, пошавши за енглеским језиком, савремени српски језик почео да *промо* употребљава било уместо дужег облика – именице *промоција*, било у значењу неког облика визуелног рекламирања/оглашавања. Ипак, и примери на које смо наишли у српском језику, морфему *промо-* су

³² Према: www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/promo_2

приказали само у номинативу једнине. За сада није познат начин на који би се овај облик, употребљен као именица, мењао у савременом српском језику.

Како је већ раније наглашено, утицај енглеског језика, посебно особености које потичу из његовог лексичког нивоа, снажан је и приметан, како у многим језицима широм света, тако и у савременом српском језику. Употребом англицизама, говорници често желе да што пре именују неке нове, а до тада непознате феномене (у српском језику нпр. *билборд*, *флајер*, *лифлет*, *таблет*, *скрининг*...). Ипак, некада постоје случајеви да домаћи језички фонд не садржи именица за одређени појам који је потребно именовати, док некада језик, у овом случају српски језик, поседује преводне еквивалентне који, из многих разлога, остају занемарени и временом заборављени, односно замењени страним формама/именицима. Прћић (2011: 82) наводи такве примере, а неки од њих су: *спекулације* за нагађања, *тендер* за конкурс, *кастинг* за аудицију, итд.

Управо у вези са тим, када је у питању постојање преводног/домаћег еквивалента препозитивном елементу *промо-*, долазимо до закључка да српски језик нема синониман елемент као такав. Значењски синоним у савременом српском језику јесте придев *промотиван*, односно именица *промоција* (када су у питању они ретки случајеви где *промо* узима облик именице), јер *промо-*, према свом значењу и употреби, која је потврђена на примеру нашег корпусног материјала, не представља ништа друго до њихов скраћени облик. С обзиром на то да је и у енглеском језику, како смо видели, облик *promo* наступио као последица скраћивања језичког израза, током шездесетих година двадесетог века, постоји могућност да је српски језик могао да *преслика* процес тзв. *сеукања*³³ (енг. *clipping*³⁴) и то од краја речи (процес који представља *апокону*³⁵). Ипак, уколико се подсетимо чињенице да се и у енглеском језику, што је раније већ наглашено, елемент *промо-* јавља у готово свим комбинацијама које смо навели (*промо-* + именица), вероватније је да је, као синтагматски члан, управо такав, *исечен*, елемент *промо-* ушао у српски језик.

О било којем језику да се ради, неоспорно је да скраћивање израза олакшава комуникационе процесе, било да је у питању физички простор који заузима писана реч било временски оквир у којем се дешава размена језичких

³³ Аутор на себе преузима одговорност за превод наведеног творбеног процеса.

³⁴ Више о творбеним процесима у енглеском језику, па и о процесу који се назива *clipping*, код: Бауер [Bauer], 2004; Bauer et al., 2013.

³⁵ Више о функцији апокопе и *аферезе* у функцији језичке економије, на примеру неколико језика, код: Muhvić-Dimanovski (2001).

образаца, јеру свим таквим случајевима долази до језичке економије.³⁶ Како језик који је у употреби у оквирима публицистике, те интернет комуницирања,³⁷ настоји да на што ефикаснији начин искористи доступне оквире, односно пренесе намераване поруке, не чуди све чешћа појава скраћених форми у овим медијумима комуникације. С тим у вези, и употреба именичких синтагми са препозитивним елементом *промо-* је оправдана, како у енглеском, тако и у савременом српском језику. Такве синтагме засигурно доприносе скраћивању језичког израза, што гачини врло погодним за комуникацију путем штампаних или електронских издања новина, али и различитих интернета извора.

Напоследку, када је у питању ортографска природа препозитивног елемента *промо-* у садејству са другим елементима, можемо да закључимо да доминира одвојено писање наведеног елемента и именице која га следи, тј. да је њихов однос синтагматски. Премда се *промо-* појављује у тројакој ортографској фиксацији (са цртицом, као саставан део речи, и одвојено), последњи начин одвојеног писања постаје стандард приликом његове употребе у српском језику.

Закључак

Свакодневни и испреплетени језички контакти чине да се језички утицаји често дешавају, а потом одсликавају у језику сублиминално. Када је у питању савремени енглески језик, чињеница је да су његове особине постале неодвојиви делови многих језика у свету чије је распрострањивање додатно помогао развој електронских медија. Будући да је енглески језик и сâм искусио утицаје других језика, не изненађује што данас, остављајући свој траг, истовремено, шири и неке језичке елементе који му самом нису аутохтони. Такви утицаји су, свакако, приметни и у савременом српском језику, а овај рад је покушао да утврди да ли је појављивање препозитивног елемента *промо-* последица таквог утицаја.

Након анализе корпусног материјала, сакупљеног за потребе овог рада, осветљене су неке од особености препозитивног елемента неокласичног порекла – *промо-*. Будући да су порекло, облик, те позиционираност елемента *промо-* указивали на могућност његове припадности групацији префиксоида, можемо да

³⁶ О међуодносу језичког посуђивања, као последице контаката, језичке економије: Filipović, 1986.

³⁷ Овде под синтагмом „интернет комуницирање“ мислимо на најразличитије облике оглашавања и/или рекламирања посредством интернета. У питању је комуникација која се остварује путем рачунара (енг. *computer-mediated communication*, Herring, 1996), али и начинима и облицима скраћивања језичког материјала код: Herring, 1996; Бодомо [Bodomo], 2009.

закључимо да, на основу његове самосталности, тј. ортографске одвојености од именица са којима се појављује, префиксоидална природа може бити елиминисана. Узимајући у обзир наведено и, истовремено, имајући у виду чињеницу да се елемент *промо-* доминантно појављује као аналитички детерминатор, односно предетерминатор именице уз коју стоји, можемо да закључимо да је, тренутно, статус препозитивног елемента *промо-* најближи статусу скраћеног, индеклинабилног облика придева *промотиван*, тј. аналитичком придеву (Ђорић, 2008). С тим у вези, овде би се могла потврдити и његова индеклинабилна природа, будући да, на примеру анализираног корпуса, није узео други падежни облик до облика номинатива.

Конечно, оно што са сигурношћу можемо изнети јесте то да употреба неокласичног елемента *промо-* у савременом српском језику свакако доводи до скраћивања језичког израза, односно доприноси језичкој економији. Како је његова природа посматрана на примеру језика публицистике, као и језика интернет културе и с обзиром на то да савремени српски језик наставља да остварује интензивне контакте са савременим енглеским језиком, не би било необично да фреквентност елемента *промо-* временом расте. Остаје да се утврди да ли ће и кроз које време, препозитивно *промо-* прерасти оквире неформалног дискурса, како у српском, тако и у енглеском језику.

Литература

1. Abbate, J. (2000). *Inventing the Internet*. Massachusetts: MIT Press.
2. Barber, C. (1993). *The English Language: A Historical Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Bauer, L., Lieber, R. & Plag, I. (2013). *The Oxford Reference Guide to English Morphology*. Oxford: Oxford University Press.
4. Bauer, L. (2004). *A Glossary of Morphology*. Washington: Georgetown University Press.
5. Bodomo, A. (2009). *Computer-Mediated Communication for Linguistics and Literacy: Technology and Natural Language Education*. Hershey: Information Science Reference.
6. Brutt-Griffler, J. (2010). Languages of Wider Communication. In M. Berns (Ed.), *Concise Encyclopedia of Applied Linguistics* (pp. 454-461). Oxford: Elsevier.
7. Chomsky, N. (2002). *Syntactic Structures*. Berlin: Walter de Gruyter.
8. Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

9. Ђорић, Б. (2008). *Творба именица у српском језику*. Београд: Друштво за српски језик и књижевност Србије.
10. Ђорић, Б. (1988). О терминологију у нашој творби речи. *Научни састанак слависта у Вукове дане*.
11. Danet, B. & Herring, S. (Eds.), (2007). *The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online*. Oxford: Oxford University Press.
12. Dressler, W. et al. (Eds.) (1990). *Contemporary Morphology*. Berlin: De Gruyter.
13. Durkin, P. (2014). *Borrowed words: A History of Loanwords in English*. Oxford: Oxford University Press.
14. Ђолић, С. (2000). *The English Language: The Story of Its Development*. Београд: Zavet.
15. Filipović, R. (1986). *Teorija jezika u kontaktu [A Theory of Languages in Contact]*. Zagreb: JAZU.
16. Filipović, R. (1991). Neposredni jezični dodiri u hrvatskim dijalektima u SAD. *Senjski zbornik*, 18, 31-40.
17. Fischer, R. (1998). *Lexical Change in Present-day English: A Corpus-Based Study of the Motivation, Institutionalization and Productivity of Creative Neologisms*. Tübingen: Gunter.
18. Graddol, D. (2000). *The Future of English?* London: British Council.
19. Hansen, B. et al. (1985). *Englische Lexikologie. Einführung in Wortbildung und lexikalische Semantik*. Leipzig: Verlag Enzyklopädie.
20. Herring, S. (1996). *Computer-Mediated Communication*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
21. Клајн, И. (1978). *Razgovori o jeziku*. Београд: Вук Караџић.
22. Клајн, И. (2002). *Творба речи у савременом српском језику*. Београд: Завод за уџбенике.
23. Machan, T. (2013). *What is English? And Why Should We Care?* Oxford: Oxford University Press.
24. Mattelart, A. (1996). *The Invention of Communication*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
25. Medoff, N.J. & Kaye, B.K. (2011). *Electronic Media: Then, Now and Later*. Oxford: Elsevier.
26. Mihaljević, M. i Ramadanović, E. (2006). Razradba tvorbenih načina u nazivlju (s posebnim osvrtom na odnos među složenicama bez spojnika – o-, sraslicama i tvorenicama s prefiksoidima). *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, 32, 193-211.

27. Muhvić-Dimanovski, V. (2001). *Suvremena lingvistika*, 51-52(1-2), 191-202.
28. Plag, I. (2003). *Word Formation in English*. Cambridge: Cambridge University Press.
29. Prčić, T. (2011). *Engleski u srpskom*. Novi Sad: Zmaj.
30. Sapir, E. ([1921] 2000). *Language: An Introduction to the Study of Speech*. New York: Bartleby.
31. Stacks, D. & Salwen, M. (Eds.). (2009). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. New York: Routledge.
32. Станојчић, Живојин и Љубомир Поповић. (2002). *Граматика српскога језика*. Београд: Завод за уџбенике.
33. Wexler, P. (1969). Towards a Structural Definition of Internationalisms. *Linguistics*, 7(48), 77-92.

Речници и средње референце

1. Good, J., Gregory, O. & Bosworth, N. (1813). *Pantologia. A New Cyclopaedia (Comprehending a Complete Series of Essays, Treatises, and Systems, Alphabetically Arranged, with a General Dictionary of Arts, Sciences, and Words: the Whole Presenting a Distinct Survey of Human Genius, Learning, and Industry)*. London: T. Davison.
2. Пешикан, М., Јерковић, Ј. и Пижурница, М. (2010). *Правонис српскога језика* (измењено и допуњено издање). Нови Сад: Матица српска.
3. Todorović, V., Segedi, P. i Milinković, S. (2008). *Standardni rečnik latinsko-srpskog jezika*. Novi Sad: Stylos.
4. Walter, E. (Ed.) (2008). *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. Cambridge: CUP.
5. Wehemeier, S. (2000). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Oxford: OUP.

Интернет извори:

1. <http://www.ancient.eu/lang/latin/dictionary/1772-19/promoveo/>
2. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/promote>
3. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/promote>
4. public.oed.com/aspects-of-english/english-in-time/nineteenth-century-english-an-overview/
5. www.macmillandictionary.com/dictionary/british/promo
6. www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/promo_2
7. <http://www.alo.rs/v-i-p/svetski-dzet-set/kim-kardasijan-u-malom-kupacem-kostimu-video/51589> [08.04.2014]

8. <http://www.blic.rs/Zabava/Vesti/454572/Kao-prava-zvezda-Adriana-Lima-helikopterom-stigla-na-snimanje> [02.04.2014]
9. <http://www.wellness-spa.rs/solaris-porodicni-paket/> [03.07.2014]
10. <http://www.airrbija.com/promo-cena-avio-karata-do-larnake-skoplja-milana-i-varsave/> [30.05.2014]
11. <http://www.gkdif.org/vesti/promo-mesec-sportske-gimnastike-avgust/> [27.07.2014]
12. <http://www.gitarijada.org/2014/07/page/5/> [15.07.2014]
13. <http://udarnik.org.rs/posao/2014/6336.html> [30.07.2014]
14. <http://www.artofscene.com/reklamni-promo-proizvodi/> [04.04.2014]
15. <http://www.2bike.rs/na-dva-tocka/zanimljivosti/planetbike-organizuje-northwave-promo-nedelju> [09.06.2014]
16. http://www.planer.rs/v_NS-Promo-Team_115_63 [30.06.2014]
17. <http://www.mogi.co.rs/skola-stranih-jezika/> [05.03.2014]
18. <http://www.story.rs/koktel/party/42590-poslednja-stanica-pred-lovefest-promo-party-ove-subote-u-beograd.html> [22.07.2014]
19. <http://www.story.rs/vesti/u-fokusu/41645-glumica-jelena-gavrilovic-promo-lice-beer-festa.html> [25.06.2014]
20. <http://www.kurir.rs/tezak-poraz-radikali-pobacali-svoj-promo-materijal-kroz-prozor-clanak-1278993> [16.03.2014]
21. <http://topspeed.telegraf.rs/vesti/11778-tushek-ts-600-prvi-promo-video-slovenackog-superautomobila-video> [18.06.2014]
22. <http://www.blic.rs/Vesti/Ekonomija/490842/Pokloni-za-placanja-masterkardom-i-maestrom> [27.08.2014]
23. <http://www.blic.rs/Vesti/Srbija/460248/Na-pola-puta-do-Nusicijade> [23.04.2014]
24. <http://www.yuta.rs/sr/travel/offer.asp?id=12038&clause=1> [24.03.2014]
25. <http://www.blic.rs/Vesti/Beograd/460717/Na-Beogradskom-maratonu-u-nedelju-3450-ucesnika-iz-50-zemalja> [25.04.2014]
26. <http://www.kurir.rs/sport/tenis/jelena-dokovic-radila-sam-u-kladionici-i-kao-promoterka-nista-mi-nije-bilo-tesko-clanak-1460895> [11.07.2014]
27. <http://osb.org.rs/79-vesti/333-konferencija-za-mediije-povodom-trofeja-beograda-2014.html> [28.04.2014]
28. <http://www.mts.telekom.rs/index.php/promocije-pojedinacna/items/promo-dopuna-koja-nagraduje.html> [08.09.2014]

Marija M. Prodanović

**AUTOCHTONY OF COMPOUND FORMATIONS IN CONTEMPORARY
SERBIAN LANGUAGE: THE CASE OF NEOCLASSICAL ELEMENT *PROMO-***

Summary: This paper analyses compound formations with the *promo-* prepositional element in the Serbian language. Drawing on the language corpus, composed of prominent examples, randomly taken from the electronic versions of daily and weekly Serbian newspapers, as well as from various web pages, the paper has aimed to examine the nature of the *promo-* prepositional element in the Serbian language. Given the fact that its nature has not been in the focus of research on the sample of Serbian thus far, several tasks form the basis of the research conducted for the purpose of this paper – namely, special attention has been paid to: the *promo-* element's autochthonous nature in Serbian, *i.e.* the possibility of its entering from the English language in the existing form and with the existing characteristics; the frequency of the mentioned prepositional element's usage in Serbian compound formations; the role of the *promo-* element in Serbian word formation processes, as well as its categorisation in Serbian word formation nomenclature; the necessity for the *promo-* element usage in Serbian, *i.e.* the existence of potential domestic equivalent; orthographic variations regarding the *promo-* element writing when part of compound formations. The results of the analysis have not only shown a significant usage of the *promo-* prepositional element in contemporary Serbian language, but have also shed some light on its status in Serbian.

Key words: compound formations, prepositional element *promo-*, prefixoid, language economy, orthographic norm

Датум пријема: 13.2.2015.

Датум исправки: 21.9.2015.

Датум одобрења: 25.10.2015.