

## Креативност и наслов

АЛЕКСАНДРА ЃУРКОВА

(Скопје)

*Овој реферат го посветувам  
на мојата мајка Лилјана Минова-Ѓуркова  
За нејзината инспиративност...*

Специфичноста на насловот во рамките на публицистичкиот стил претставува еден сегмент од проучувањето на насловот како текстовна целина. При разгледувањето на насловот прво треба да се земе предвид и прашањето за неговото дефинирање како текст и во каков опсег може на насловот да се гледа како на текст. Ако ги земеме предвид определбите кај Д. Кристал (Crystal 1991: 35) за текстот: тој ги дефинира текстовите како јазични целисти со определена комуникативна функција, окарактеризирана преку принципите на кохезијата, кохеренцијата и на информативноста. Во *Речникот на стилистиката (A Dictionary of Stylistics)* од К. Велс (Wales 1990: 458-461) текстот е определен како низа од реченици или искази што се поврзани структурно и семантички, односно тие оформуваат една целина врз основа на нивната јазична кохезија и семантичка кохеренција, така што текст може да биде една поема, рецепти, беседа или некое предавање, но исто така текст може да биде и некоја објава или сообраќаен знак од типот- „Излез“ или „Стоп“ и сл. Велс истакнува дека покрај кохезијата и кохеренцијата, кај Де Богранд и Дреслер во „Вовед во текстлингвистиката“ (1981), се наведуваат седум критериуми на текстовноста, што значи дека останатите пет се: 1. интенцијалност (постоење на план или цел), 2. прифатливост (за примачот на текстот), 3. ситуативност (важност со оглед на контекстот), 4. информативност (степен на нова информација), и 5. интертекстуалност

(односи со други текстови). Овие критериуми претставуваат важни појдовни точки во анализата на некој определен вид текст. Во овие рамки уште да се навратиме и на авторите Халидеј и Хасан (Halliday... 1984: 1) според кои текстот е целост на јазикот во дејство, не е граматичка целост каква што е реченицата и не се дефинира според должината. Тие упатуваат на тоа дека на текстот треба да се гледа како на семантичка целост т.е. целост во поглед на значењето и нагласуваат дека на текстот не треба да се гледа како на единство составено од реченици, туку како на единство реализирано преку реченици. Во контекст на овие определби на текстот, при анализирањето на насловот како текст се зема предвид текстот како надреченично единство, надреченична целост со определена смисла- содржина и со извесен број јазични средства што укажуваат на поврзаноста меѓу речениците. Се разбира, кога станува збор за насловот се работи за куса форма, иако понекогаш се случува тоа да биде и подолга реченица. Во тој контекст треба да се земе предвид и наднасловот и поднасловот со коишто насловот прави една целина, што значи дека во тој поглед треба да се направи осврт кон семантичката поврзаност со текстот односно текстовите на кои се однесува, а тоа значи и самиот текст на кој се однесува насловот. Значи, во определувањето на насловот како текст треба да се имаат предвид сите споменати критериуми, и се разбира и семантичката компонента.

Покрај ова, во анализата на текстот важни се и следниве елементи: „За да добиеме (врзан) текст потребен ни е неговиот создавач, неговиот испраќач, но исто така тој испраќач треба да има мотив за создавање на текстот. Мотивот, пак, може да биде резултат на предизвик, реакција на некое дејство или на некоја личност; мотивот, во крајна линија, може да биде и резултат на наложување, па и на нарачка” (Минова-Гуркова 2002: 5). Ваквиот поглед, покрај проучувањето на текстот од еден јазичен аспект, нè насочува и кон можностите за социолингвистички пристап, особено во истражувањето на насловот. Тука може да дојдат до израз некои прашања што се однесуваат на поширокиот контекст во кој се создава насловот; во рамките на публицистичкиот стил би можело да биде интересно и тоа за каков вид печат и жанр се работи, каков е односот и ставот кон восприемачите на текстот и сл.

Генерално земено, насловот е оној дел којшто треба да даде поконкретна насока односно информација за темата на која се однесува натамошниот текст. На тој план на прво место доаѓа критериумот на информаивност, но и критериумот на ситуативност односно важноста на изнесеното во однос на

контекстот. Од гледна точка пак, на создавачот на текстот важен е критериумот на интенцијалност: со која цел се оформува насловот.

Ако се направи само еден површински преглед на некои наслови на научни трудови на македонски јазик, може да се заклучи дека во нив почесто може да се сретнат предлозите – **за, кон, од, околу**, со именување на конкретниот проблем што се разгледува или едноставно насловот се состои од наведување на самата тема. Исто така, често се употребува и неопределената придавка **некој, а, е**, во конкретизирањето на темата. Инаку, многу ретко се јавуваат и наслови формулирани како прашања. Примери:

– Кон актуелните состојби во македонскиот јазик; – За јазичната култура; – Од лексиката во поетските дела на Климент Охридски; – Некои согледувања од теренското истражување во регионот на Корча, РАлбанија; – Некои особености на функционалните стилови; – Има(ло) ли пуризам во македонскиот јазик?; – Проширување на употребата?; – Сум како полнозначен глагол?; – АСНОМ и Македонија – една реализирана утопија?

Во различни ситуации се користат генерализирачки изрази од типот: **Анализа на..., Аспекти на..., Пристап кон..., Прилог кон..., Осврт кон..., Обид за..., Забелешки/ Белешки за..., Прашања за..., Нешто за..., Интерпретација на..., Тенденции во... и сл.**

Интересни се случаите кога кон насловот е придружен и поднаслов, од типот: – Јазиците во контакт, Патиштата на јазичното заемање се непредвидливи; – Кој е вашиот фаворит? Еден пример за поместување на лексичкото значење под туѓо влијание.

Ова упатува на размислувањето дека и во научните текстови понекогаш е потребно допрецизирање на темата на ваков начин.

Споменатите особености се препознатливи за научниот функционален стил и посебно специфично за строгонаучниот (академски) потстил. Во рамките на овој потстил како основни карактеристики се посочени: прецизноста, логичноста, апстрактноста, објективноста и информативноста (Минова-Гуркова 2003: 320). Од овој аспект при разгледувањето на насловите треба во прв ред да се води сметка за прецизноста и за информативноста – насловот треба да го прецизира проблемот на кој се однесува трудот и треба соодветно да го информира читателот. Ова значи дека критериумот на комуникативност во оформувањето на насловот има големо значење.

## Насловот во новинарскиот потстил

Кога станува збор за **новинарскиот потстил** во рамките на публицистичкиот функционален стил треба да се знае дека тој има динамичен карактер и дека непосредно го одразува животот во едно општество. Во врска со приодите кон проучувањето на публицистичкиот стил, изразени се некои размислувања кај Бадурини и Ковачевиќ (2000: 19) дека тој може да се разгледува на лингвистичко, на стилистичко или на прагматичко ниво. Во таков контекст се посочува на прагматичкиот аспект како „логичка, скоро аксиоматска појдовна точка“. Значи, со оглед на тоа дека искажувањата во рамките на некој медиум се упатени кон заедницата односно кон општеството генерално, самата општествена функција претставува еден неизбежен аспект и тоа се рефлектира и во самиот однос кон исказот. Во таа смисла, комуникативната функција на публицистичкиот стил претставува важен елемент во неговата реализација, а се разбира особено и за новинарскиот потстил. Оттаму произлегува и потребата за секогаш подинамични и инвентивни пристапи во обработката на темите. Во анализата на насловот овде ќе биде земена предвид пишуваната форма на новинарскиот потстил, и тоа во преден план дневниот печат во РМакедонија.

Во Македонија по нејзиното осамостојување во 1991 год. прилично брзо се јавија голем број дневни и неделни весници, едноставно со општата демократизација се појави и потребата за динамично однесување во општеството, во перцепцијата на развитокот на Р Македонија. Се создадоа услови за послободен и поотворен пристап во информирањето, барем во однос на претходниот период, и на тој начин се отвори поширока перспектива и за позитивен развиток во рамките на известувањето, изразувањето на сопственото мислење и сл.

Во рамките на анализата на насловот во новинарскиот потстил ќе бидат земени предвид следниве компоненти: 1. јазичните карактеристики, 2. семантиката, 3. информативноста, 4. ситуативноста, и 5. инвентивноста. Кога се осврнуваме кон **јазичните особености**, може да се направи според критериумот за употреба или елипса на глаголска форма во насловот, потоа во тој контекст треба да се обрне внимание кон насловите со глаголски придавки и со придавки, а според типот на реченицата – ќе бидат земени предвид насловите формулирани како прашања и како извични реченици.

Според критериумот за присуство/ отсуство на глагол треба да се погледнат насловите со елипса на глаголот од типот на:

- Навалица за „тамифлу“ (Дн. 30.04.'09),
- Решавање конфликти наместо веронаука (Дн. 30.04.'09),
- И избеганиот Достаниќ на тапет (Дн. 07.09.'08),
- Медиумите под партиска капа (Шпиц 23.11.'08),
- Инаугурацијата спектакл или скандал (УВ 12.05.'09) итн.

Кај ваквите наслови превладува бројот на оние во коишто се испушта глаголот *сум*; примери:

- Во продажба билетите за концертот на „Слеер“ (Шпиц 19.03.'08),
- Комисиите мајдан за партиските војници (Дн. 7.11.'08),
- Чикашката публика на нозе од „Пајдушка“ на Трпчески (НМ 16.11.'08),
- Учебниците далеку, надлежните на Марс (Шпиц 23.11.'08),
- На чекор до пандемија (Дн. 28.04.'09),
- Граничните премини под лупа (УВ 28.04.'09),
- Грција и Бугарија во сојуз за македонското прашање (НМ 30.04.'09)

Кон овој тип треба да се приклучат насловите во коишто е испуштен глаголот *сум* од глаголско-именскиот прирок, примери:

- Маратонот неизвесен на ОИ во Пекинг (Шпиц 19.03.'08),
- Издавачите млади на Саемот на книга (Шпиц 19.03.'08),
- За Владата битен бизнисот, не спорот (Шпиц 28.04.'09);
- Партиските спонзори повторно невидливи (Дн. 24.04.'09);
- Скопје бучно како Хонгконг (Време 28.04.'09),
- Кредитните измами и затајувањето данок омилени кај граѓаните (НМ 16.11.'08),
- Католичката црква подготвена за папа-црнец (НМ 07.11.'08),
- Пандемијата неизбежна (Време 01.05.'09),
- Грција осамена во именувањето на северниот сосед (НМ 28.04.'09),
- Датумот поприоритетен од визите (УВ 28.04.'09),
- Хилари Клинтон кандидат за државен секретар на Обама (НМ 16.11.'08)
- Гази Баба рај за маунтбајк (Дн.28.04.'09)

Кон овие, треба да се придружат и насловите во кои освен тоа што е испуштен глаголот-копула, именскиот дел од глаголско-именскиот прирок се состои од глаголска придавка:

- Извештајот на ревизорот проследен до обвинителството (НМ 07.11.'08),
- Извезени 130.000 тони зеленчук (Дн. 07.11.'08),
- Крунисан кралот на најмладата демократија (Дн. 07.11.'08),
- Убиството на Пуканиќ нарачано во Загреб (НМ 07.11.'08),
- Израелец уапсен во аферата „Медикус“ на Косово (НМ 16.11.'08),

- Откриена нова пирамида (НМ 16.11.'08),
- Фотографирани четири егзопланети (НМ 16.11.'08),
- Македонија изолирана од вирусот-терорист (Време 28.04.'09)

За оваа група наслови е карактеристично и тоа што се работи за пасивни реченици.

Во врска со споменативе наслови со глаголско-именски прирок може да се оцени дека тие ја пренесуваат информацијата доследно, што се должи на особеноста на овој вид прирок во којшто именскиот дел е суштинскиот, содржински дел на прирокот, бидејќи го носи значењето (Минова-Ѓуркова 1994: 176). Веројатно тоа е и причината поради која се случува испуштањето на глаголот-копула. Инаку, во поголемиот број од овие примери се работи за предикативна именска група без глаголот-копула, која е интегрирана во именската група на која се однесува.

Во рамките на насловите може да се најдат и такви коишто семантички може да се интерпретираат како реченици со *има, се случува* и сл.; примери:

- Ориз и за извоз (Дн. 07.09.'08),
- Селекција на отпад во три скопски општини (Дн. 07.09.'08),
- Нова иницијатива пред Уставниот против црквата на плоштад (Дн. 28.04.'09),
- Мртва трка со климатските промени (Дн. 24.04.'09).

Исто така, се употребуваат и наслови коишто според контекстот всушност го содржат глаголот *оди* или *патува* и сл., примери:

- Црвенковски на проштална средба во Брисел (НМ 30.04.'09),
- Нова група војници во мировни мисии (УВ 28.04.'09),
- Балканот со колебливи чекори кон ЕУ (Дн. 07.11.'08)

Значи, може да се оцени дека генерално постои една тенденција за испуштање на глаголи во контекстите во кои е јасно изразено суштинското значење со другите јазични елементи. Поради тоа, евидентна е и употребата на **предлозите** коишто во извесни случаи се клучни носители на информацијата. Како илустративни примери може да се погледнат следниве:

- Игор Митрески во тимот на колото во Бундес-лигата (Шпиц 19.03.'08),
- Студентите во потрага по кариера (Шпиц 19.03.'08),
- АРМ во нови униформи за Нова година (Дн. 07.11.'08),
- Средношколците во проект за антикорупцијата (Дн. 07.11.'08),
- Германци во притвор за експлозијата во Приштина (Шпиц 23.11.'08),

- Загреб и Љубљана на арбитража (Дн. 24.04.'09),
- Затворски режим за шеесетина битолски шеќеранци (НМ 07.11.'08),
- Нашите боксери на ЕП во Ливерпул (Дн. 07.11.'08),
- Православната богословија против вештачкото оплодување (Шпиц 19.03.'08),
- Грчко-бугарски сплет контра македонскиот идентитет (Дн. 30.04.'09),
- Лидерите против кризата (Шпиц 23.11.'08),
- „Суперхикс“ без визи и без европска турнеја (Време 24.11.'08),
- Притисок за либерализација на македонското небо (Време 28.04.'09),
- Наставниците на штрајк (Шпиц 24.11.'08),
- Специјалци под сенка (Време 24.11.'08),
- Албански бојкот за Иванов (Шпиц 11.05.'09),
- Домашно производство на бенчмаркови (Глобус 05.05.'09),
- Претседател под сенка (Дн. 14.05.'09)

Може да се види дека од аспект на критериумот на информативноста ваквите наслови се издржани бидејќи се информациите пренесени во рамките на вака составените наслови.

Накучо може да се види употребата на **сврзниците** во насловите. Со оглед на тоа дека насловот е пожелно да биде што пократок и поконцизен, треба да се очекува дека поретко се јавуваат сложени реченици, а со тоа поретка би била и употребата на сврзниците. Како покараактеристични примери на наслови во кои се јавуваат сврзници ќе ги наведеме:

- Штрајк ако не поскапи губаринага (НМ 07.11.'08)
- Ни црква, ни цамија на плоштад (Шпиц 28.04.'09)
- Ќе метам ама не плаќам (Шпиц 12.05.'09)
- Загадени сме од билборди, а не од скулптури (Глобус 21.04.'09)
- ФБИ испратил доказ дека документите на „Фокус“ се фалсификат (Дн. 18.03.'06)

Сврзниците се присутни во насловите, и сепак со извесна креативност може да бидат и носители на значењето во еден наслов.

Кога станува збор за дистинкцијага во однос на видот реченици, може да се забележи дека се присутни насловите во вид на прашања; примери:

- Прва жртва во Косово? (Време 01.05.'09)
- Сексуалните работници обесправени? (Шпиц 24.11.'08)
- Дизелот поскап од бензинот? (Шпиц 19.03.'08)
- Бугарка нов претседател на Бразил? (НМ 16.11.'08)
- Нафтена криза? (Шпиц 23.11.'08)
- Веронаука на диво? (Време 28.04.'09)
- Масакр во Шри Ланка? (Шпиц 11.05.'09)

- Ке се тестира и веронаука? (УВ 11.05.'09)
- Завршува „возењето” со двокатните автобуси? (Шпиц 12.05.'09)

И кај овој тип наслови е забележливо отсуството на глаголска форма. Ваквата форма на наслови е можеби попопуларна во новинарскиот потстил затоа што брзо го свртува вниманието на читателот, содржински повеќе интригира отколку што открива, а може и сосем накусо со неколку зборови да изрази и нечиј став. Уште една карактеристика на овие наслови е тоа што не содржат прашални партикули – *ли*, *дали*, *зар(ем)*, што значи дека прашалникот е единствениот маркер што укажува дека се работи за прашална реченица. Ова упатува и на размислувањето дека ако се обидеме да го прочитаме насловот без прашалник, би добиле афирмативни реченици, што укажува на тоа дека прашалникот не само што ја дефинира реченицата како прашална, туку и на некој начин е употребен да изрази мислење, сомневање и сл. Таков е случајот и со следниов наслов во којшто се содржи иронија, дури и еден саркастичен тон: – Политичар – мора ли тоа недостоинствено да звучи? (МД 10.11.'98).

Или на пример насловот во којшто се изразува чудење со употреба на прашалник и извичник: – Синдикатот не штрајкува оти било криза?! (Дн. 30.04.'09).

Овде исто така, е присутна иронијата поради самата апсурдност на ситуацијата затоа што ова е кажано во пресрет на одбележувањето на Први мај. Покрај тоа забележлива е употребата на прекажаност, со употреба на минато неопределено време кое е карактеристично во изразувањето на иронија или дистанцирање (Минова-Гуркова 2003: 288).

Во таа смисла треба да се споменат и извичните реченици како наслови; примери:

- Не се плашете! Менувајте ја власта! (МД 20.11.'98)
- Твојот глас го имам јас! (Шпиц 06.05.'08)
- Струја им пуштија, пат уште нема! (НМ 11.05.'09)
- Оценки за оценувачите и казни за подбучнувачите! (НМ 12.05.'09)

Кај вака формулираните наслови всушност може да се работи и за, условно речено, директно обраќање до читателите или замислено обраќање кон нив од нечија страна. Со ваквите реченици исто така, може да се искажува став и тоа на прилично инвентивен начин. Ваквите наслови, како и прашањата, може да се употребат за привлекување на читателската публика.



Ако поблиску ги разгледаме насловите од аспект на нивната **информативност**, може да се забележи дека во некои случаи тие мора да се земат предвид заедно со наднасловот односно поднасловот за да може целосно да се сфати значењето. Таков е примерот со насловот:

– Од изолиран до експониран (Дн. 12.05.'09), од насловната страница на весникот, наслов кој не е придружен со наднаслов или поднаслов, но со оглед на актуелниот настан со назначувањето на нов Претседател на РМакедонија и заминување на стариот Претседател е потполно разбирлив, особено што е придружен со фотографија на Претседателот во заминување Б. Црвенковски. Може да се каже дека употребата на фотографија е од особено значење за постигнување на јасност и информативност. Како уште еден пример би го споменале насловот:

– Вежбата на НАТО, на која учествува и АРМ, ја разгневи Русија (наднаслов)

Грузиска чорба, наша запршка (Време 07.05.'09) – присуството на иронија во насловот е очигледно, но треба да се забележи дека наднасловот е неопходен за да се разбере насловот во соодветен контекст.

Кога станува збор за инвентивноста односно **креативноста** во насловот, се работи за еден посебен предизвик за новинарот. Б. Героски (2005: 71) во својата книга „Биди новинар“ на идниот новинар му се обраќа со следниве зборови: „Пишувај инвентивни наслови. Не повторувај исти зборови и фрази во насловот, наднасловот и поднасловот. Насловот треба да биде концизен. Пожелно е да содржи активна глаголска форма“. А, како инвентивни наслови ги посочува: „‘Газела’ бара газда пред да згази во стечај; Луѓето ги отворија прозорците, но не и душите.“ итн.

Значи, може да се види дека инвентивноста е пред сè кога станува збор за насловот. Од ексцерпцијата може да се издвојат следниве примери:

– Спакувани одговорите на прашалникот (наднаслов)

**Кумова тајфа оди за Брисел** (Дн. 10.02.'05) – алузијата/ споредбата на делегацијата со кумова тајфа укажува веројатно на нејзината бројност, но и на целта односно задачата за која пагува за Брисел

– Не им се чека акредитација (наднаслов)

**Европскиот ќе вади забари на диво** (Време 08.11.'08) – се мисли на приватниот Европски универзитет

– Визна либерализација (наднаслов)

**Германија го потпира шенгенскиот сид** (Време 11.05.'09)

– Брисел најавува неколкумесечно одлагање на визната либерализација (наднаслов)

**Безвизен режим малку морген** (Дн. 12.05.'09) – употребата на израз од разговорниот стил придонесува за експресивен јазичен израз

– **Александар нема документи за на Плоштад** (Дн. 07.05.'09) – во овој наслов е присутна иронијата која упатува на незаконското поставување на споменикот на Александар Македонски, според авторот

– **Тачи пишман аџија** (Шпиц 19.03.'08) – експресивноста на турцизмите и воопшто во новинарскиот стил се користи прилично често

– **Македонско сефте на европски бал**

Еуро-баскет '99 (поднаслов) (НМ 15.06.'99) – контрастот е постигнат со употреба на турцизам наспрема 'европскиот бал'

– Камбаните ќе бијат по уставниот поредок (Дн. 24.04.'09) – очигледно е присуството на метафоричност: камбаните како метафора за црквата се поставуваат наспрема уставниот поредок.

– **Против кого бијат камбаните** (Шпиц 25.04.'09) – интересно за последниве два наслова е тоа што се составени како алузија на книгата „За кого бијат камбаните“, а инаку се поврзани со одлуката на Уставниот суд за укинување на веронауката како предмет во основните училишта.

Во насловите исто така може да се препознаат и различни **фигури на значењето** т.е. тропи, а како примери може да се наведат следниве:

– **Низ инка во градинка во Аеродром** (Дн. 28.04.'09) – со *асонанција* односно со повторување на еден дел од збор. Ова е особено интересно дека се работи за една скопска општина (Аеродром), и поради фактот дека во разговорниот стил зборот градинка се акцентира 'градџнка', што значи дека придонесува за еуфоничноста на изразот.

– **На „Сончев град“ му се стемнува** (Време 24.11.'08) – тука е употребена фигурата *оксиморон*; лексичката антонимија го постигнува посакуваниот ефект. Инаку, се работи за населба за која има најава за градба и тоа на сончевата страна на планината Водно близу до Скопје.

– **Петките како баба Роги** (Време 24.11.'08)

– **Градски како Алијанц арена** (Шпиц 24.11.'08) – во овие наслови е употребена *споредбата* како фигура со којашто треба да се објасни еден поим преку средствата на друг поим.

– **Визуелно силна – музички катастрофална** (музичка рецензија) (НМ 11.05.'09) – употребата на семантички антонимните придавки (силна : катастрофална) треба да придонесе за нагласување на контрастот во оценувањето на изведбата на операта „Бал под маски“. Веројатно, тука може да се препознае одречен паралелизам.

Може да се изведе заклучок дека употребата на тропи во рамките на еден наслов покрај тоа што придонесува за креативноста, може да придонесе многу и во рамките на интенцијалноста на насловот односно она што си го поставува новинарот како цел.

### Заклучоци

Според она што беше прикажано во оваа анализа на насловот во новинарскиот потстил на македонскиот печат може да се изведат неколку заклучоци: 1. Третманот на насловот како текст бара еден специфичен приод кон стилистичката анализа затоа што треба да се проучи во која мера во проучувањето на насловот може да се земаат предвид критериумите на текстлингвистиката. Може да се види дека предвид се земаат критериумите на **интенцијалност** – важна е целта што ја има предвид новинарот, **ситуативноста** – поврзаноста и важноста на насловот во однос на определениот контекст, **информативноста** – **степенот на нови информации** што се изразени во насловот, при што насловите може да се поделат на оние што даваат одговори на скоро сите релевантни прашања: кој, што, каде и кога, и такви наслови кои повеќе интригираат отколку што откриваат; **контекстуалноста** – насловот треба да се земе предвид во рамките и на наднасловот и поднасловот понекогаш токму од причина дека самиот наслов не дава доволно информации, но во секој случај насловот треба да биде содржински компониран со наднасловот и поднасловот; се разбира, поврзаноста на насловот со самиот текст има значајно место за контекстуалноста; **прифатливоста** на самиот наслов за читателот секако се зема предвид при неговото составување, пред сè поради тоа што текстот треба да информира, а во исто време и да привлече. Тоа се и двете основни карактеристики на новинарскиот потстил што не водат кон инвентивноста односно креативноста, карактеристики што се мотивот за да се биде креативен. Во врска со креативноста значи, треба да се каже дека поради тоа што треба да се води сметка за концизноста на насловот како форма, претставува еден предизвик за новинарот да направи баланс меѓу она што треба да го пренесе

како информација во насловот. Од ова произлегува важноста на комуникативната функција на насловот. Се разбира, во однос на кохезијата не може премногу да се зборува со оглед на кусата јазична форма; може, евентуално да се зборува за присуство на амбигвитетот или повеќезначноста како дополнително средство на кохезијата. Познато е дека повеќезначните наслови понекогаш може да бидат правилно разбрани само со оглед на контекстот во кој се напишани, а тоа може особено да се забележи и кај насловите во вид на прашања. Затоа пак, насловите-прашања можат по својата форма да бидат и многу информативни, но и загадочни и провокативни, а исто така, како што може да се види, преку нив може да се изрази иронија и сарказам.

2. Во однос на **јазичните особености** треба да се каже дека постои една тенденција за испуштање на глаголот-копула, и оваа појава резултира од настојувањето да се пишуваат што поконцизни наслови. Тоа секако може да се прави во обемот во којшто не се нарушува информативноста на насловот. Од примерите може да се види дека оваа појава е прилично експлоатирана како форма и дека се настојува да се дадат што повеќе информации со помалку зборови. Во поглед на лексиката, може да се каже дека се издвојува употребата на турцизмите и на лексичките елементи од разговорниот стил и тоа придонесува за постигнување експресивност на насловот.

3. Во врска со некои стилски особености, може да се констатира дека се употребуваат тропите за постигнување на инвентивност, но и на информативност на насловот.

Од сето ова произлегува дека насловот како специфична форма односно како текст дава можности за разгледување во рамките на стилистиката, а особено привлечен за проучување е во рамките на новинарскиот потстил. Се чини дека тој може секогаш да биде интересен особено поради тоа што е „осуден“ да биде секогаш актуелен зашто таква е и природата на новинарскиот потстил.

#### Список на ексцерпирани весници

„Време“ (дневен весник)

„Глобус“ (неделник)

Дн. „Дневник“ (дневен весник)

МД „Македонија денес“ (дневен весник) – престана да излегува

НМ „Нова Македонија“ (дневен весник)

УВ „Утрински весник“ (дневен весник)  
„Шпиц“ (дневен весник)

### Литература

- Героски Б., 2005, *Биди новинар*, „Матица македонска“: Скопје.
- Минова-Гуркова Л., 1987, *Прашалнаа реченица во македонскиот јазик*, во Предавања на XIX семинар за македонски јазик, литература и култура, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“: Скопје, s. 77–87
- Минова-Гуркова Л., 1994, *Синтакса на македонскиот стандарден јазик*, „Радинг“: Скопје.
- Минова-Гуркова Л., 2002, *Текстовите и функционалните стилови*, во „Македонски јазик“, год. LIII, s. 1–26.
- Минова-Гуркова Л., 2003, *Стилистика на современиот македонски јазик*, „Магор“: Скопје.
- Треневски Т., 2002, *Туѓојазични влијанија во печатениите медиуми*, во Македонски социолингвистички и филолошки теми. Совет за македонски јазик на РМакедонија, Скопје, s. 241–250.
- De Beaugrande R., Dressler W., 1981, *Introduction to text linguistics*, Longman.
- Badurina L., Kovačević M., 2000, *Publicistički stil- problematizacija pojma*. – Riječki filološki dani održani u Rijeci, Zbornik radova 3, Rijeka, s. 19–26.
- Crystal D., 1991, *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. Blackwell, Oxford UK, Cambridge USA.
- Halliday M.A.K. and Hasan R., 1984, *Cohesion in English*, Longman: London and New York.
- Lyons J., 1979, *Semantics 2*, Cambridge University Press: Cambridge.
- Tošović Br., 1988, *Funkcionalni stilovi*, Svjetlost: Sarajevo.
- Travaux du Cercle Linguistique de Prague 1*, 1929, Prague.
- Velčić M., 1987, *Uvod u lingvistiku teksta*. Školska knjiga, Zagreb.
- Wales, K. 1990, *A Dictionary of Stylistics*, Longman: London and New York.

### *Creativity and Headlines in the Macedonian Press*

The purpose of this paper is to explore headlines in general, first regarded as texts, and specifically headlines in Macedonia newspapers from a stylistic aspect.

As far as the consideration of headlines as texts is concerned, the major criteria of textuality are taken in view; namely: intentionality, acceptability, situationality, informativity and intertextuality. All of these criteria can be applicable when analysing headlines, specially informativity, since one main characteristic of publicistic style, or better said-

the journalist substyle, is to be as much informative as possible, but in the case of headlines there is a tendency to accomplish that by being concise. When it comes to cohesion, there is not much possibility to take in regard this criteria except for ambiguity, which may be a useful strategy in the creation of headlines since it might be used to provoke the reading public, rather than to inform. This is particularly the case with headlines formulated as questions.

As for the linguistic features of the headings in Macedonian press, we may conclude that there is a tendency to write headlines by omitting the verb in the predicates consisting of adjective and/ or noun+verb. In most of the cases this is done with the intention to write a short headline, by conserving its informativity at the same time. In regard to the vocabulary used in headings, it should be pointed out that Turkish lexems which are part of Macedonian vocabulary and lexems from the colloquial style are frequent in headlines and are mostly used with the intention to accomplish expressiveness of the language.

In the context of creativity in headings, it is to be noted that *tropes* are frequently used in headlines, such as: comparison, metonymy, oxymoron etc. The inventiveness of the journalist is important and comes to light in the ability to use tropes, but at the same time having in mind the informativity and intentionality as principles in journalistic style.

Headlines are to be considered as a journalistic form which offers space for creativity. The art of writing creative headlines is always interesting to study since journalistic style is by its nature current, provocative and inventive.

**Keywords:** *stylistics, publicistic style, Macedonian press, headlines as texts*