

Univerzitet u Sarajevu – Filozofski fakultet

Odsjek za slavenske jezike i književnosti

**STILSKE KARAKTERISTIKE I FUNKCIJA IDIOMA U
SAVREMENOM RUSKOM ŽURNALISTIČKOM STILU**

Završni magistarski rad

Studentica: Tea Stanić, 3154/19

Mentorica: prof. dr. Marina Katnić-Bakaršić

Sarajevo, 2023. godine

SADRŽAJ

SAŽETAK	2
1. UVOD.....	3
2. ŽURNALISTIČKI STIL	5
2.1. Obilježja žurnalističkog stila.....	5
3. IDIOMI I NJIHOVE ODLIKE U ŽURNALISTIČKOM STILU	10
3.1. Jezična transformacija idioma.....	12
3.2. Funkcije idioma u žurnalističkom stilu.....	13
4. ANALIZA PRIMJERA SA PORTALA „RAMBLER“ I „GAZETA.RU“	15
4.1. Analiza primjera sa portala „Rambler“ i „Gazeta.ru“	15
4.2. Žurnalizmi – idiomi karakteristični za žurnalistički stil	16
4.3. Stilska obilježja i funkcije idioma u naslovima članaka	19
4.4. Stilska obilježja i funkcije idioma unutar hiperteksta.....	26
5. POKAZATELJI PROVEDENE ANALIZE KORPUSA	51
6. ZAKLJUČAK	53
7. LITERATURA	55

SAŽETAK

Žurnalistički stil poznat je po raznolikosti svojih žanrova. Ostvaruje se pismenim i usmenim putem, te se odlikuje velikom sferom upotrebe. Ovaj stil u ruskom jeziku je veoma bogato područje za istraživanje jezika, jer su baš u njemu prisutne mnogobrojne jezične varijacije koje uvelike utječu na sam stil.

U radu se istražuju odlike idioma u žurnalističkom stilu suvremenog ruskog jezika. Pažnja se posvećuje stilskim obilježjima i funkcijama idioma, navode se i njihovi prijevodni ekvivalenti, a ukazuje se i na činjenice koje stoje iza transformacije idioma. Zaključak je pokazao da su idiomi, bilo da su to žurnalizmi ili idiomi iz drugih stilova, uvelike prisutni u suvremenom žurnalističkom stilu ruskog jezika. Ovo istraživanje može biti korisno za daljnje analize idioma po pitanju frekventnosti njihove upotrebe u žurnalističkom stilu ruskog jezika.

Ključne riječi: idiomi, stilsko obilježje, funkcija, transformacija, žurnalistički stil, ruski jezik, frazeologija.

1. UVOD

Idiomi zauzimaju važno mjesto u opusu svakog jezika. Njihovo korištenje odlika je dobrog poznavanja standardnog, ali i svakodnevnog, razgovornog jezika. Stoga u lingvistici vlada mišljenje kako se poznavanje jezika ogleda u što većem poznavanju idioma. Međutim, idiomi kao jezična pojava nisu prisutni samo u razgovornom jeziku već i u drugim sferama upotrebe jezika. Jedna takva sfera je i žurnalistika. Žurnalistički stil je karakterističan po žanrovskoj raznolikosti. Međutim, postavlja se pitanje zašto se idiomi koriste u ovome stilu, i koja je zapravo njihova funkcija. Što autor jednog novinskog teksta želi ostvariti korištenjem idioma? To pitanje će se pojasniti u nastavku.

Žurnalistički stil suvremenog ruskog jezika (ili ruski naziv «*публицистический стиль*») je fokus ovog rada i na temelju njega provodit će se istraživanje. O funkcionalnim stilovima u ruskom jeziku posebno su govorili N. N. Romanova i A. V. Filipov u knjizi *Стилистика и стили* (2006). Oni navode kako se funkcionalni stilovi ruskog jezika dijele na sljedeće:

- *Научный стиль* – Naučni stil
- *Публицистический стиль* – Publicistički stil
- *Официально-деловой стиль* – Administrativni stil
- *Церковно-религиозный стиль* – Crkveno-religiozni stil
- *Разговорный стиль* - Razgovorni stil
- *Художественный стиль* – Književno-umjetnički stil (Romanova, Filipov, 2006: 77)

Ovaj rad posvećen je idiomima u žurnalističkom stilu ruskog jezika danas. Kao posebno područje unutar žurnalistike promatraju se internetski portali, odnosno hipertekst, koji predstavlja dokumente u elektroničkom obliku, međusobno povezane tzv. poveznicama (linkovima), koji su tekstualnog ili slikovnog sadržaja (Hrvatska enciklopedija, Kragić, 2021). S obzirom na to da je hipertekst danas veoma zastupljen, a jezične značajke unutar njega pokazuju i neke posebne karakteristike, zanimljivo je analizirati kako se žurnalistički stil ruskog jezika ostvaruje u novinskim portalima, te da li se odlike koje već znamo o tom stilu transformiraju. Fokus rada su stilske karakteristike idioma u žurnalističkom stilu ruskog jezika. Dakle, vidjet će se kako se idiomi ponašaju u hipertekstu, te koje stilske odlike oni pokazuju unutar jednog od žanrova žurnalističkog stila.

U radu su korištene metode analize i deskripcije. Zadatak rada je pokazati na koji način se idiomi koriste u žurnalističkom stilu ruskog jezika, te ukazati na stilska obilježja koje idiomi nose u određenom tekstu, i odrediti funkciju koju oni u svakom pojedinom primjeru imaju. Analizira se i transformacija idioma u ovome stilu, i daje se odgovor na pitanje zašto uopće i dolazi do transformacije u leksičkom, gramatičkom i semantičkom smislu.

U prvom dijelu rada fokus je na žurnalističkom stilu, daju se njegove odlike, funkcija i sl., te se objašnjava što su zapravo idiomi i kakvu važnost oni pridaju jeziku. U drugom dijelu rada analiziraju se idiomi iz odabranih članaka ruskih novinskih portala „Rambler“ i „Gazeta.ru“ (rus. „*Рамблер*“ i „*Газета.ру*“), koji su ujedno i korpus ovoga rada.

Cilj ovog rada je pokazati kakva je raznolikost stilskih obilježja idioma koji se koriste u tekstovima internetskih portala, kakvu funkciju idiom dobiva u kontekstu u kojem se nalazi, kao i pokazati u kojoj je mjeri žurnalistički stil ruskog jezika raznolik u frazeološkom smislu. Cilj rada je dati dodatni doprinos istraživanju idioma u suvremenom žurnalističkom stilu ruskog jezika, te otvoriti i neka nova pitanja vezana za frekventnost upotrebe idioma u ovom stilu.

Kako je već prethodno navedeno, kao korpus rada poslužit će novinski portali „Rambler“ i „Gazeta.ru“. Preciznije, analiza je rađena na uzorku od 105 članaka oba portala iz kojih je izdvojeno 105 idioma. Analiza pokazuje kakve stilske efekte idiomi imaju u tekstu, koja im je funkcija i stilsko obilježje, mijenjaju li se po formi, tj. dolazi li do transformacije u leksičkom, gramatičkom i semantičkom smislu. Posebna pažnja posvećuje se onim idiomima koje odlikuje ekspresivnost, međutim izdvojeno je i nekoliko primjera idioma tipičnih za žurnalistički stil, tzv. žurnalizama, koji služe kao pokazatelj leksike koja je u ovom stilu ustaljena.

2. ŽURNALISTIČKI STIL

2.1. Obilježja žurnalističkog stila

Žurnalistički stil je usko vezan za jezik i ujedno za određene sfere života. U raznim sferama života koriste se razni stilovi kako bi se putem jezika objasnilo što se unutar njih događa. Naravno da su se stilovi jezika mijenjali kroz povijest kako se mijenjalo i društvo, pa tako ni žurnalistički stil nije ostao netaknut. Prije praktične analize rada, nužno je osvrnuti se na nekoliko teorijskih postavki koje su osnova provedene analize. Jedna od njih je i osvrt na sam žurnalistički stil i što on u jeziku predstavlja.

Žurnalistički stil je u knjizi *Stilistika* (2001) detaljno objasnila Marina Katnić-Bakaršić. Katnić-Bakaršić (2001: 160) navodi da je ovaj stil izuzetno raznolik u upotrebi i žanrovima, te da se realizira u raznim vrstama medija kao što su novine, televizija, radio. Danas možemo reći da se ovaj stil realizira i na internetu, s obzirom na to da internetski portali prednjače u prijenosu vijesti i informacija, te većina novinskih kuća pored štampanih izdanja ima svoj internet portal. Samim time i vidimo da se kanali realiziranja žurnalističkog stila mijenjaju i stalno nadograđuju. Pored toga što je žurnalistički stil žanrovski raznolik, on ima i razne funkcije koje ga karakteriziraju. Katnić-Bakaršić (2001: 160) navodi da ovaj stil ima sljedeće funkcije: referencijalnu i konativnu. Referencijalna funkcija podrazumijeva da se informacije saopćavaju onima koji ih primaju, a konativna funkcija je funkcija ubjeđivanja. Samim time, može se reći da žurnalistički stil za cilj ima prenošenje i pojašnjavanje aktualnih vijesti i informacija našeg društveno-političkog života. Vijesti i informacije se prenose kako objektivno, tako i subjektivno, s obzirom na to da brojni članci, kolumne, reportaže i slično nekada sadrže dašak autorove subjektivnosti. Ta subjektivnost je nekada manje izražena, a nekada je prožeta čitavim tekstom, kako bi autor izrazio svoje zadovoljstvo ili nezadovoljstvo informacijom koju prenosi. To će se svakako pokazati i u ovom radu, jer idiomi u ovom stilu pridonose tome da tekst dobije i određenu vrstu subjektivnosti.

Kada je riječ o žanrovima u kojima se realizira žurnalistički stil, razlikuju se informativni i analitički žanrovi. Katnić-Bakaršić (2001: 160) navodi da u informativne spadaju informacija, vijest, kronika događanja, dok su analitički članak, feljton, kolumna, intervju, reportaža, komentar itd. Ono što je zanimljivo kod žanrova u ovom stilu jest da se pojedini žanrovi realiziraju samo putem određenog medija, a neki se realiziraju u svakom mediju.

Primjerice, intervju je nešto na što ćemo naići i u novinama i emitiranim emisijama na radiju ili TV-u, i na novinskim internet portalima.

Ovaj stil se u ruskom jeziku naziva publicistički, pa čak i novinsko-publicistički stil. A. N. Vasiljeva ga u knjizi *Газетно-публицистический стиль речи* (1982) naziva upravo novinsko-publicističkim, te svoj rad temelji na istraživanju stila novina, točnije sovjetskih novina. Ona navodi da unutar sovjetskih novina možemo pronaći pet osnovnih funkcija: informativnu, analitičku, propagandnu, organizacijsku i funkciju zabave (Vasiljeva, 1982: 24). Ne samo da su ove funkcije bile prisutne u sovjetskim novinama, kako autorica ističe, već ove funkcije vidimo i u suvremenim portalima, jer svaki od tih portala funkcionira na način da prenese određenu informaciju, vrši neku vrstu propagande (što je oduvijek bilo dostupno u masovnim medijima), analizira određene teme, te na svaki način nastoji privući čitateljevu pažnju, stoga možemo reći da je ova podjela funkcija aktualna i danas.

U ovom je stilu zanimljiva pozicija autora. Već je prethodno naglašeno kako autor zauzima i objektivnan ali i subjektivnan stav, te nije rijetkost da u tekstovima žurnalističkog stila čitamo autorovo osobno mišljenje. Autor se direkto obraća čitatelju i direktno mu prenosi informacije, i može se reći da između autora i čitatelja tog teksta nema nikakvih prepreka. Kroz subjektivnan stav koji autor ponekad zauzima do izražaja dolaze njegove emocije oko određene teme, stoga se može naglasiti kako je ovaj stil ujedno i emocionalno obojen, o čemu govori Ismajlova u radu *Использование фразеологизмов в официальных СМИ Азербайджана* (2014). Ona navodi kako tekst žurnalističkog stila može biti ili više racionalan ili izražavati više emocije, ali napominje da je to djelo uvijek subjektivno, te dodaje da je „paleta osjećaja i boja vrlo raznolika“ (Ismajlova, 2014: 150). Time želi reći da autor na neki način ima slobodu (osim ako nije riječ o cenzuri) da informaciju prenese na način koji on osjeća da je najbolji, a to ovisi o vrsti informacije, sadržaju, te načinu kojim želi privući čitateljevu pažnju. Baš iz tog razloga u žurnalističkom stilu vidimo kako se informacije prenose na razne načine, s ciljem izazivanja i pobuđivanja emocija u čitatelju.

Što se tiče samog realiziranja sadržaja žanrova žurnalističkog stila, Katnić-Bakaršić (2001: 161) navodi da postoji razlika kod onih koji se realiziraju usmenim i pismenim putem. Kod žanrova koji se realiziraju pismenim putem većinom je prisutna visoka razina standardnog pismenog jezika, ali način na koji se informacija prenosi treba biti u potpunosti jasna čitatelju. Da bi se ta informacija jasno prenijela, čak i u pismenim žanrovima nailazimo na upotrebu razgovornog jezika, posuđenice iz drugih jezika, skraćenice i slično. Takva situacija

prisutna je u ovome radu jer se analiziraju idiomi u žurnalističkim tekstovima, a oni se najčešće vežu za razgovorni jezik. Kod žanrova koji se realiziraju usmenim putem prisutno je i korištenje pismenog standardnog jezika, ako je riječ o vijestima, informativno-analitičkim emisijama i slično, ali i ovdje su prisutne odlike razgovornog jezika, pogotovo u intervjuima gdje je nekada prisutna opuštenost među govornicima, pa čak i spontanost. Katnić-Bakaršić (2001: 161) ističe i da jedan žanr ima različite karakteristike kada se realizira pismenim i usmenim putem, a za to navodi primjer intervjua koji je, kako kaže „u novinama više u skladu sa općejezičnom formom“ dok se u usmenoj realizaciji nalazi upravo ta spontanost govora i opuštenost u konverzaciji. Time je pokazala kako su žanrovi u ovom stilu izuzetno zanimljivi jer dosta njihovih karakteristika ovisi i od same realizacije. U tome i jest šarolikost žurnalističkog stila, odnosno hipermedija, koji su fokus ovog rada.

Postavlja se pitanje koja su leksička obilježja svojstvena žurnalističkom stilu. To se vrlo lako prepoznaje iz riječi koje se zovu žurnalizmi. Dakle, što su žurnalizmi? Ranka Kojčinović u radu *Leksička obilježja jezika u novinskim tekstovima i naslovima* (2014) navodi sljedeće:

„Ustaljeni izrazi specifični za publicistički funkcionalni stil nazivaju se žurnalizmi. Žurnalizme publicistički stil crpi iz politike, sociologije, ekonomije, prava, vojnih disciplina i sl. Mnogi su od njih nastali izvan publicističkog stila, ali su se u njemu ustalili.“ (Kojčinović, 2014: 45)

Kojčinović pojašnjava da su žurnalizmi riječi koje su na neki način postale ustaljene fraze u ovom stilu. To su stereotipni izrazi i klišeji koje novinari koriste kako bi naglasili neki događaj ili pojavu. Neki od primjera su ustaljene fraze poput „imati mišljenje“ umjesto „misliti“, „strateški interes“, „ukazati povjerenje“ umjesto „vjerovati“, „izražavati sumnju“ umjesto „sumjati“ itd. koji predstavljaju primjere dekomponiranog predikata, što je ujedno još jedna osobina žurnalističkog stila. Pored žurnalizama, novinari nastoje privući pažnju čitatelja i raznim drugim leksičkim obilježjima. Jedno od omiljenih je i metafora. Metaforom se novinar služi kako bi bolje i jasnije dočarao neku pojavu i prenio informaciju, a isto tako i pobudio veći interes u čitatelju, ili pak svojom metaforom izazvao neku vrstu kontroverze. Ukratko, metafora služi da privuče pažnju, te ponekad pomaže da se manje poznati pojmovi objasne poznatima. Iz tog razloga nije rijetkost da se, na primjer, u novinskim tekstovima ili TV emisijama razni političari metaforički predstavljaju kao neke pogrdne pojave u društvu. Čak nije ni rijetkost u novinskim tekstovima upotrebljavati raznu terminologiju iz drugih oblasti. Tako, primjerice, kada je izbila pandemija COVID-19 u ožujku 2020. godine, borbu

protiv korona virusa su u novinskim portalima nazivali „ratom protiv malog i nevidljivog neprijatelja“ koristeći tako vojnu terminologiju za pokušaj suzbijanja novog virusa. Sve to za cilj ima izazvati razne osjećaje kod čitatelja, čime se postiže ekspresivna funkcija.

N. Romanova i A. V. Filipov u knjizi *Стилистика и стили* (2006) ističu da „publicistički stil odražava svestranost suvremenog ruskog književnog jezika“, što znači da u publicistici možemo vidjeti raznu leksiku, od književne, profesionalne, razgovorne, pa sve do frazeologije (2006: 62). Autori time naglašavaju kako raznolikost suvremenog ruskog jezika možemo vidjeti upravo u publicističkom stilu, jer je on takav da objedinjuje leksiku drugih stilova kako bi se informacija što vjerodostojnije prenijela na adresata, a ujedno kako bi se ostvarila konativna (funkcija ubjeđivanja) i ekspresivna funkcija (usmjerena na isticanje emocija govornika). Ono što ovi autori ističu jest podjela leksike u publicistici na neutralnu i stilski obojenu, pa tako je neutralna ona koja odražava događaje društveno-političkog života, a stilski obojena ona koja je izuzetno emocionalno obojena, ekspresivna, kao i poetska leksika (Romanova, Filipov, 2006: 63). Ovom podjelom jasno je kako leksika u publicistici nije neutralna i ne odnosi se samo na grubo prenošenje informacija, već je ona kompleksan sustav u kojem se isprepliću razne jezične varijacije koje tekstu povećavaju ekspresivnost, ističu ga i podliježu volji autora. U ovom radu istražuje se upravo takva, stilski obojena vrsta leksike, a ujedno će se i vidjeti u kakvom se kontekstu ona nalazi, te kako utječe na ekspresivnost teksta.

Ono što najviše privlači pozornost u novinskim tekstovima su zasigurno naslovi. Svjedoci smo toga svaki dan, posebice na društvenim mrežama, gdje naslovi novinskih portala ponekad izazovu opću pometnju među korisnicima društvenih mreža, te oni onda počnu voditi žustru raspravu u odjeljku komentara, bez da su uopće i pročitali sadržaj teksta. Lana Hudeček u radu *Jezične značajke novinskih naslova* (2006) navodi da naslovi „sažeto, zanimljivo i inteligentno upozoravaju na glavnu misao članka koji slijedi“ (2006: 297). To znači da se u naslovima koriste razna sredstva za uvođenje glavne misli i teme članka, a jedno od tih sredstava su upravo idiomi i njihove transformacije. Naslovi i imaju za cilj da privuku pažnju adresata, a u naslovu se treba nalaziti sažetak teksta. Često se događa da se naslovom preuveliča neki tekst, te sam tekst nije jednako privlačan i „ekskluzivan“ kao naslov. Danas, s prisustvom elektroničkih medija, u novinarstvu su prisutni i takozvani „clickbait“ naslovi. To su naslovi koji čitateljima nude ekskluzivne i senzacionalne informacije, fotografije i videozapise s ciljem da namame (eng. *bait* – namamiti) veći broj čitatelja, kako bi taj portal doživio bolje rangiranje. Neki od clickbait naslova zvuče ovako:

„Šokantno – nećete vjerovati ovome“; „Ovo morate vidjeti (FOTO/VIDEO)“ i slično. Takvi naslovi često se susreću u „žutoj štampi“ koja za cilj ima prenijeti trač ili neku senzaciju. Katnić-Bakaršić (2001: 162) također navodi da naslovi često imaju i poetsku funkciju, jer poruka skreće pažnju sama na sebe.

Sve su ovo leksička obilježja žurnalističkog stila. Mora se napomenuti da novinari imaju mogućnost korištenja raznih aspekata jezika, bilo da žele da im tekst ima odlike književno-umjetničkog žanra, ili žele pak koristiti obilježja razgovornog stila. U tome im pomaže korištenje frazeologizama, i sve to čini emocionalno-ekspresivnu obojenost teksta. Također se vidi da postoje razlike između pismene i usmene realizacije žanrova ovoga stila, pa u obje realizacije prisutni su elementi drugih stilova, ovisno o žanru.

U nastavku se pojašnjava što su to idiomi, te kakvu oni funkciju imaju u jeziku i konkretno u žurnalističkom stilu.

3. IDIOMI I NJIHOVE ODLIKE U ŽURNALISTIČKOM STILU

Kroz naš govor i proučavanja koja se rade u lingvistici, jezik je jedan fluidan sustav koji se sastoji od niza ustaljenih jedinica. To je posebno specifično za leksičke jedinice koje se nekada sastoje i od više dijelova, pa takve jedinice čine onda frazeologizme. Frazeologizmi su ustaljeni izrazi u jeziku a Ranko Bugarski u knjizi *Uvod u opštu lingvistiku* (2003) navodi kako „njihovo značenje nije samo zbir značenja njihovih dijelova“ (2003: 199). To znači da frazeologizmi nemaju doslovno značenje i da se ono ne tvori direktno od dijelova jednog frazeologizma, već je značenje preneseno i metaforično. Postavlja se pitanje što su onda idiomi. Brojni lingvisti poistovjećuju frazeologizme i idiome, a Bugarski tvrdi da su idiomi frazeologizmi čije se značenje mora naučiti kao zasebna cjelina, a ne da se uči iz dijelova određene leksičke jedinice kako je to prethodno rečeno (Bugarski, 2003: 200). Dakle, smatra se da idiom ima svoje vlastito značenje koje nije moguće izvesti iz njegovih dijelova, te to značenje ima više metaforički smisao. Iz toga razloga, lingvisti smatraju da su idiomi jedan od najkompleksnijih dijelova u jeziku, te nose veliku težinu pri učenju nekog stranog jezika. Stoga je općepoznato mišljenje da čovjek poznaje strani jezik onoliko dobro koliko poznaje idiome u tom jeziku.

U knjizi *Frazeologija bosanskog jezika* (2000), Ilijas Tanović ističe termin frazeologizam, kao i činjenicu da se za opis frazeoloških jedinica upotrebljava velik broj termina kao što su idiom, idiomatski izraz, idiomatska fraza, ustaljeni izraz, ustaljena fraza, ustaljena kolokacija, okamenjeni izraz, okamenjeni sklop, okamenjena fraza, i da su mnogi od njih neprecizni u definiranju frazeološke jedinice. Ovaj autor osvrće se na problematiku definiranja termina *idiom* te ističe kako neki frazeolozi poistovjećuju termin *idiom* sa frazeološkom jedinicom, a neki navode da je idiom samo dio frazeološke jedinice (Tanović, 2000: 24). Ovaj rad pažnju posvećuje terminu *idiom*, pa tako Tanović daje ovu definiciju idioma:

„Pod terminom *idiom* (*idiomatska fraza*) mi podrazumijevamo izrazito ekspresivnu frazeološku jedinicu sa asocijativno-konotativnim značenjem i naglašenom stilskom markacijom.“ (Tanović, 2000: 27)

Dakle, vidimo da on idiome definiše kao posebnu vrstu frazeoloških jedinica koje moraju biti veoma ekspresivne, te koje moraju imati jasnu i naglašenu stilsku markiranost. Problem nastaje kada se razni termini unutar frazeologije počinju poistovjećivati, bez jasnog

razgraničenja značenja među njima. U ovom radu koristi se termin *idiom* čija definicija počiva na onoj koju daje Ilijas Tanović (2000).

S obzirom na to da nose određenu težinu pri učenju stranog jezika, idiomi otežavaju prevođenje kada ih se treba prevesti sa jednog jezika na drugi. Takve leksičke jedinice ne možemo prevesti doslovno, jer takvim prijevodom se gubi njihovo značenje. Idealan scenarij bi bio da se idiomi izvornog jezika prevode idiomom ciljnog jezika koji ima slično značenje, međutim, to nekada ne možemo učiniti zbog kulturoloških razlika koje određena dva jezika imaju. Tanović (2000: 80) jednako tako navodi da „nemogućnost očuvanja u tekstu prijevoda svih elemenata frazeoloških jedinica originala, pogotovo njihovog leksičkog sastava i sintaksičke strukture, ne znači i neprevodivost idioma s jednog jezika na drugi“, što nam govori da se prijevod konkretno bazira značenju idioma generalno, a ne na pojedinačnom značenju njegovih komponenti. Za primjer scenarija kada se ruski idiom može prevesti hrvatskim uzima se sljedeći primjer (prijevod iz Rusko hrvatskog ili srpskog frazeološkog rječnika (1980):

Быть на седьмом небе – hrv. *Biti na sedmom nebu* (Korać et al., 1980: 784)

Ovaj idiom na ruskom jeziku ima identičan prijevodni ekvivalent izražen idiomom i na hrvatskom jeziku, i on znači doživjeti veliku sreću, radost i blaženstvo. Ovdje nije bilo puno problema sa prijevodom. Sljedeći idiom je već malo drugačiji:

Вертеться (у кого-либо) на языке – hrv. *Na vrh jezika* (Korać et al., 1980: 699)

U navedenom primjeru je prisutan drugačiji sastav ruskog i hrvatskog idioma po formi, što znači da ruski ne možemo prevesti doslovno kao u prošlom primjeru, s obzirom na to da se idiom doslovno prevodi kao „vrtiti se na jeziku“. Međutim, u hrvatskom jeziku postoji jedan idiom koji nosi isto značenje kao navedeni ruski primjer a to je „na vrh jezika“. Značenje oba je to da se želi nešto reći što je na umu, međutim ne možemo se sjetiti naziva ili opisa te pojave koju želimo izraziti. Dakle, značenje je isto, samo što su ruski i hrvatski idiom sastavljeni od različitih dijelova, ali oba idioma imaju glavnu riječ „jezik“.

U sljedećem primjeru navedeni ruski idiom uopće nema svoj prijevod na hrvatski, tj. ne može se prevesti nekim hrvatskim idiomom (nudi se proizvoljan prijevod):

Ехать зайцем – doslovan prijevod: *Voziti se kao zec*

Navedeni idiom je na hrvatski preveden doslovno, a on se koristi kada za nekog kažemo da koristi javni prijevoz bez karte. Pošto u hrvatskom jeziku ne postoji idiom za tu pojavu, prijevod idiomom nedostaje, ali pojava se prevodi onim načinima kojima je to moguće, bilo da je to nekom opisnom frazom, ili možda sintagmom iz razgovornog jezika. Konkretno u ovom primjeru, u razgovornom jeziku koristi se pojam „švercati se“, kada netko koristi javni prijevoz bez karte. Dakle, za prijevod je bitno iskoristiti one načine kojima se najbolje može prenijeti originalno značenje idioma.

3.1. Jezična transformacija idioma

Idiomi su uveliko vezani i za sociolingvistički aspekt nekog jezika. Međutim, i drugi funkcionalni stilovi prepoznaju idiome kao svoj sastavni dio, te je njihova odlika da se oni mogu naći i koristiti i u drugim stilovima, a ne samo u razgovornom, što će ovaj rad i pokazati. Ono što je kod idioma zanimljivo jest da je svaka jedinica od koje se jedan idiom sastoji izgubila svoje originalno značenje i prilagodila se onom značenju cjeline, pa tako J. Matešić u *Frazeološkom rječniku hrvatskog i srpskog jezika* (1982) ističe kako, na planu sintakse, idiome odlikuje čvrsta struktura i uklapanje u kontekst (1982: 6). To znači da idiomi nisu samo fluidno sredstvo u jeziku i da se oni ne mijenjaju baš tako lako, već su zapravo i prepoznati zbog svoje čvrstoće u strukturi i značenju, te kao takvi i imaju „reputaciju“ da ih se s pažnjom treba učiti, i da ih treba savladati onakve kakvi jesu. Međutim, idiomi nekada mogu podleći određenim transformacijama. Te transformacije javljaju se najčešće na morfološkom i sintaksičkom planu, to jest, one su gramatičke, semantičke, i leksičke transformacije. Kada se te transformacije javljaju, one obično ili tvore novu jezičnu jedinicu s novim semantičkim značenjem, ili se pri tome mijenja samo dio značenja. O vrstama transformacije idioma pisala je I. Kolijeva u radu *Использование фразеологических единиц и некоторые приемы их преобразования в газетных заголовках* (2009). U njemu je navela kako se novinski tekstovi odlikuju leksičkom, semantičkom i gramatičkom transformacijom (Kolijeva, 2009: 197). Kada govori o leksičkoj transformaciji, Kolijeva (2009: 197) navodi da se transformacija očituje kroz zamjenu subjekta, objekta, atributa, ili pak priložne oznake, a kada govori o semantičkoj transformaciji, ističe kako se leksička i gramatička struktura jedinice ne mijenja, ali se naslov i sadržaj međusobno suprotstavljaju. U gramatičkoj transformaciji, Kolijeva (2009: 197) ističe da se frazeološke jedinice gramatički mijenjaju prema broju, vremenu, glagolskom načinu i padežu. To znači da autor u određenom

tekstu žurnalističkog stila nekada mijenja gramatički oblik idioma, kako bi ga prilagodio situaciji koju opisuje. Recimo, idiom koji se koristi u sadašnjem vremenu može se iskoristiti u prošlom, kako bi bolje opisao događaj iz prošlosti. Sajutina u radu *Трансформация фразеологических единиц в газетной публицистике: жанровая специфика* (2011) navodi da se transformacija konkretno frazeologizama vrši preobrazbom ključne komponente već ustaljene fraze (2011: 32). Kada je riječ o žurnalističkom stilu, to znači da autor po potrebi transformira ključni dio idioma kako bi time postigao određenu funkciju, privukao pažnju i tim potezom sažeo čitavu temu o kojoj piše.

3.2. Funkcije idioma u žurnalističkom stilu

Postavlja se pitanje koja je funkcija korištenja idioma u žurnalističkom stilu. Prije svega, funkcija je privući pažnju čitatelja da pročita određeni članak, te da se ujedno poveća i vidljivost tog članka među publikom. Time se ostvaruje tzv. konativna funkcija o kojoj se govorilo u prethodnim poglavljima ovoga rada. Još jedna funkcija je utjecaj na osjećaje čitatelja, čime se povećava ekspresivnost idioma u tekstu, a to je vidljivo putem prethodno navedenih transformacija idioma. Posebno se naglašavaju određene leksičke jedinice kako bi autor jasno naglasio poruku koju prenosi čitatelju. To se ne omogućava samo promjenom leksičkih jedinica u idiomu, već je to vidljivo i kod gramatičke promjene idioma. Privlačenje pažnje nastoji se postići i kroz upotrebu idioma u naslovima. To znači da naslovi postaju zasebna struktura u novinskom članku i da mogu biti predstavljeni raznim jezičnim oblicima, pa samim time i idiomima. Danas je poznato da naslov može imati suprotno značenje u odnosu na tekst koji predstavlja, te da on čitatelja vrlo lako zavara kada je riječ o tome što se u članku navodi. Svjedoci smo da na raznim internetskim portalima naslov ne odgovara tekstu, već za cilj ima privlačenje većeg broja „klikova“ kako bi se postigla čitanost. Stoga su idiomi savršen način za autore koji žele privući pažnju ponajviše na sam naslov, a zatim i na sam tekst. Jedan od takvih primjera korištenja idioma u naslovu je idiom „Путинская рулетка“ sa portala *ЕхоМосквы* (Ekho Moskvy, 2022), prema idiomu „ruski rulet“, a naslov članka ima za cilj skrenuti pažnju na moguću vojnu invaziju Rusije na teritorij Ukrajine početkom 2022. godine. Samim time privlači se pažnja čitatelja na naslov, ali i na sadržaj teksta. Također se može primijetiti da je ovo idiom koji je prošao kroz leksičku transformaciju (zamjena jednog leksema drugim). Ovo je i primjer okazionalizma, što predstavlja sintagmu za koju postoji samo jeda potvrda kod određenog autora, te se ta

upotreba u tom trenutku smatra prigodnom. Dakle, autor je ovaj idiom iskoristio na prigodan način da pravilno prenese poruku svog teksta.

Pored korištenja idioma u naslovima članaka, autori vrlo često koriste idiome unutar samog teksta kako bi potkrijepili tvrdnju koju su naveli, a ujedno kako bi istu približili čitatelju. Idiomi se i koriste upravo kako bi tekst na jednostavan način bio razumljiv čitatelju, i kako bi se poruka lakše prenijela na adresata, s obzirom na to da oni pripadaju svakodnevnoj komunikaciji.

Kako je prethodno bilo govora o transformaciji idioma, utvrđeno je kako idiomi, iako su čvrste jezične jedinice, mogu podleći određenim promjenama. Upravo tu na snagu stupa uloga autora žurnalističkog teksta. Autor je taj koji uvodi idiome u tekst kada treba potkrijepiti svoju tvrdnju. Moguća je i činjenica da, kada autor uvodi i transformira idiome, on daje prostor čitatelju da interpretira njihovu transformaciju na svoj način, odnosno da čak interpretira razlog zašto je autor upravo taj idiom iskoristio u tom trenutku. Međutim, osnovni razlog transformacije idioma, i korištenje idioma uopće, je postizanje određenog ekspresivno-emocionalnog značenja. Stoga nas ne iznenađuje činjenica da idiome često vidamo u žurnalističkim tekstovima.

U nastavku rada analiziraju se idiomi sa novinskih portala „Rambler“ i „Gazeta.ru“, te se na primjerima pokazuje koja je svojstvenost idioma u suvremenom žurnalističkom stilu, koje su njihove značajke, i što su ti idiomi postigli u tekstu u kojem se nalaze. Prije same analize objasniti će se značajke korpusa, tj. pokazati će se karakteristike navedenih portala.

4. ANALIZA PRIMJERA SA PORTALA „RAMBLER“ I „GAZETA.RU“

U ovom dijelu prelazi se na analizu primjera iz novinskih portala „Rambler“ i „Gazeta.ru“, gdje se analiziraju značajke idioma, sukladno njihovim stilskim karakteristikama, kao i tipovima članaka u kojima se oni nalaze. Treba napomenuti da se izdvojeni idiomi nalaze u raznim vrstama članaka (politički, sportski, vijesti iz zemlje i svijeta i sl.) kako bi se što bolje pokazala raznolikost konteksta u kojem se idiomi nalaze. Ujedno će se i pokazati na koji način se idiomi koriste u određenom članku. Radi što bolje interpretacije korpusa, idiomi su grupirani u objedinjenu tabelu koja prikazuje naziv idioma, njegovo značenje, vrstu hiperteksta u kojem se nalazi, stilsko obilježje i funkciju. Pored tabele, nekoliko je primjera izdvojeno u svrhu posebnog detaljnog opisa njihovih karakteristika, kako bi se pokazalo kako se idiomi ponašaju u naslovu, te koje su njihove karakteristike kada isti podliježu transformaciji.

4.1. Analiza primjera sa portala „Rambler“ i „Gazeta.ru“

Portal „Rambler“ (rus. *Рамблер*) je jedan od najvećih web portala u Rusiji. Pored toga što je i novinski portal, Rambler je također i web platforma za pretraživanje, e-mail, te uključuje i platformu za e-commerce. Najpoznatiji je upravo zbog novinskog portala, u kojem se izvještava o raznim događajima u svijetu, Rusiji, sportu, financijama, show businessu, a ujedno su dostupne i sve aktualne lifestyle teme.

S druge strane, „Gazeta.ru“ je jedan od popularnijih online portala u Rusiji, koji je u vlasništvu medijske grupacije Rambler. U njemu se pokrivaju pretežito sociopolitičke teme iz Rusije i svijeta. Isključivo je novinski portal, što je jasno vidljivo iz samog naziva (rus. *gazeta* = hrv. novine), za razliku od „Ramblera“, koji je ujedno i internetski pretraživač.

Korpus je baziran na 105 članaka iz oba portala, sa 105 primjera idioma iz tih članaka. Idiomi su grupirani po stilskim karakteristikama i funkcijama koje nose u određenom članku. Za pronalazak idioma korištene su tražilice oba portala, čime se ujedno vidjelo u kojoj je mjeri određeni idiom frekventan.

U nastavku slijede konkretni primjeri iz časopisa. Ono što se analizira je stilsko obilježje, funkcija, transformacija (ako postoji), vrsta teksta u kojem se primjer nalazi, te moguća interpretacija autorskog korištenja idioma.

4.2. **Žurnalizmi – idiomi karakteristični za žurnalistički stil**

Žurnalistički stil sadrži sebi svojstvene idiome poznate pod nazivom žurnalizmi, o kojima je prethodno bilo govora. Romanova i Filipov tu leksiku nazivaju *publisticizmi* (2006: 92). Takvi izrazi su ustaljeni u ovom stilu i nisu pretjerano ekspresivni, a može se reći da služe kao shema za pisanje novinskog članka, naročito kada je riječ o internetskim portalima u kojima članci trebaju biti napisani u kratkom vremenskom roku. Jedan od primjera žurnalizama je idiom **проводить переговоры** u naslovu sljedećeg članka:

(1) *Президент Польши после разговора с Байденом проводит переговоры с Зеленским* (Gazeta.ru 16.11.2022.)

A. I. Fjodorov u svom Frazeološkom rječniku ruskog književnog jezika (2008) (rus: *Фразеологический словарь русского литературного языка*) navodi sljedeće značenje ovog idioma:

Проводить переговоры - Совещаться, для того чтобы прийти к взаимоприемлемым условиям заключения сделки или соглашения (Fjodorov, 2008)

Korać et al. u *Rusko hrvatskom ili srpskom frazeološkom rječniku* (1980) nude ovaj prijevod:

Pregovarati, voditi pregovore (1980: 107)

Vidimo da je ovaj idiom standardan primjer žurnalizma bez ikakve ekspresivnosti, i nema posebnu stilsku funkciju osim da informira čitatelja.

Slično je i sa idiomom **прийти к соглашению** u članku *Эрдоган и Шариф в Стамбуле спустили на воду пакистанский корвет турецкой постройки* (Gazeta.ru 25.11.2022.) u ovom dijelu:

(2) *Лидеры «пришли к соглашению о развитии двухсторонней торговли и реализации крупномасштабных проектов, в том числе ориентированных на поставку газа».*

Fjodorov navodi ovo značenje:

Прийти к соглашению - заполнитрить, договориться, достигнуть согласия, застаканить (Fjodorov, 2008),

dok autori *Rusko hrvatskog ili srpskog frazeološkog rječnika* daju ovaj prijevodni ekvivalent:

Postići sporazum, složiti se, suglasiti se (1980: 469).

Ni ovdje također ne vidimo značajnu ekspresivnost, osim što idiom ima samo informativnu funkciju. Ono što je zanimljivo je činjenica da ovo može biti primjer dekomponiranog predikata gdje se umjesto izraza *договориться*, koji je standardan za razgovorni stil, koristi pravi publicistički izraz *прийти к соглашению*.

Još jedan primjer žurnalizma je idiom ***принимать участие*** u članku *Бывший игрок сборной Франции сообщил отличие чемпионата мира в Катаре от ЧМ-2018 в России* (Gazeta.ru 27.11.2022.), pri čemu se idiom nalazi u ovom dijelu teksta:

(3) *Чемпионат мира стартовал 20 ноября и продлится до 18 декабря 2022 года. Турнир, в котором **принимают участие** 32 лучших сборных планеты, проходит на восьми аренах в пяти городах. Финальный матч состоится на «Национальном стадионе».*

Značenje koje Fjodorov navodi je sljedeće:

Принимать участие - Устар. Проявлять внимание к кому-либо, сочувствуя, помогая ему (Fjodorov, 2008),

dok je prijevodni ekvivalent prema *Rusko hrvatskom ili srpskom frazeološkom rječniku* ovaj:

Sudjelovati, uzimati učešća u čemu (1980: 656).

I ovaj idiom je primjer dekomponiranog predikata jer umjesto izraza *принимать участие* može se iskoristiti izraz *участвовать*, koji je razgovorna konstrukcija. I u ovom primjeru prevladava samo informativna funkcija.

Sljedeći primjer žurnalizma nalazi se u članku *Премьер Саксонии Кречмер: по завершении конфликта на Украине ЕС придется говорить с Россией* (Gazeta.ru 5.11.2022.) i on je ***Выразить согласие***. Nalazi se u ovom dijelu teksta:

(4) *При этом премьер-министр **выразил согласие** с политикой федерального правительства по продолжению оказания всесторонней поддержки Украине, но подчеркнул важность возможности вести обсуждение с Россией.*

Značenje koje daje Fjodorov je:

Выразить согласие - изъявить согласие, ничего не иметь против, дать согласие, ответить согласием, согласиться (Fjodorov, 2008),

a prijevod u rječniku (1980) je sljedeći:

Suglasiti se, pristati, dati suglasnost (1980: 468)

I ovaj primjer pokazuje kako su dekomponirani predikati odlika leksike žurnalističkog stila, jer je sinonim navedenog izraza glagol *согласиться*. Ni ovaj idiom nije ekspresivan, već je neutralan i ustaljen u shemu novinskog članka, sa funkcijom prijenosa informacija na čitatelja.

Još jedan zanimljiv primjer je žurnalizam *выразить удовлетворение* u članku *Канцелярия президента Турции: Эрдоган обсудил с премьером Швеции членство в НАТО* (Gazeta.ru 26.10.2022.). Idiom se nalazi u ovom dijelu teksta:

(5) Он *выразил удовлетворение* его желанием посетить 19 ноября с визитом Турцию. Президент высказался за всестороннее развитие отношений с правительством Швеции

Za ovaj izraz nije pronađena definicija u rječnicima kao ni prijevodni ekvivalent, ali iz komponenti ovog idioma jasno je da on znači *izražavati zadovoljstvo*. I ovdje je funkcija idioma informativna.

Ono što je zanimljivo kod navedenih žurnalizama je činjenica da je njihovo značenje jasno iz jezičnih komponenti idioma i nije metaforično, za razliku od ekspresivnih primjera koji se obrađuju u sljedećem dijelu. Potrebno je još jednom istaknuti da vijesti na portalima nastaju u kratkom vremenskom razdoblju, te se zbog toga često pribjegava oralnim izrazima zbog čega je upotreba dekomponiranog predikata u žurnalističkom stilu česta.

4.3. Stilska obilježja i funkcije idioma u naslovima članaka

U teorijskom dijelu rada objašnjeno je koju ulogu naslovi imaju u žurnalističkom stilu općenito. Naslovi imaju značajnu funkciju u hipertekstu, jer su oni osnovno sredstvo privlačenja čitateljeve pažnje na samu temu članka. Naslov se modificira kako bi se postigla određena razina ekspresivnosti, te nerijetko vidimo da se naslov i tema ne podudaraju. U nastavku se obrađuju konkretni primjeri, čije se karakteristike detaljno objašnjavaju kako bi odgovarali ciljevima ovog rada, a u sljedećem dijelu predstavlja se objedinjena tabela idioma iz teksta, te iz naslova, s opisom stilskih obilježja i funkcija koje oni nose.

Jedan od članaka koji nosi idiom u naslovu je članak s portala „Rambler“: *"Как кур во щц"*. Лукашенко оценил президентство Зеленского (Rambler 6.8.2020). Idiom koji se nalazi u naslovu je *попасть как кур во щц*. Članak je političke prirode i govori o intervjuu predsjednika Bjelorusije, Aleksandru Lukašenku, u kojem on komentira ukrajinskog predsjednika Volodimira Zelenskog, pri čemu navodi sljedeći komentar:

(6) *"Володя (Владимир Зеленский – ред.) хороший. Вы знаете, мне его жаль, он попал как кур во щц."* (Rambler 6.8.2020).

Dakle, idiom iz izjave bjeloruskog predsjednika iskorišten je u naslovu, ali je modificiran, odnosno transformiran. Navedimo, prije svega, značenje ovog idioma.

A. I. Fjodorov u Frazеолошkom rječniku ruskog književnog jezika (2008) (rus: *Фразеологический словарь русского литературного языка*) navodi sljedeće:

Попастъ как кур во щц – Экспрес. В непредвиденную беду, в неожиданную неприятность (Fjodorov, 2008)

Ovo značenje pokazuje da je riječ o izazivanju problema, odnosno o tome da jedna osoba upadne u probleme iz kojih se ne može izvuci. U rječniku Fjodorova također vidimo da se za idiom navodi ekspresivno obilježje, što znači da idiom nosi određenu ekspresivnost. Korać, et al. u *Rusko hrvatskom ili srpskom frazeološkom rječniku* (1980) nude ovaj prijevod:

Zapasti u nepriliku, iznenada nagrabusiti, provesti se kao bos u (po) trnju (1980: 552).

Dakle, vrsta teksta na portalu u kojoj se ovaj idiom pojavljuje je politički članak. Stilsko obilježje je takvo da je ovo idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu. Iskorišten je u naslovu kako bi se postigla konativna, odnosno ubjeđivačka funkcija istog u

tekstu. Idiom u naslovu nosi poetsku funkciju, čime se želi skrenuti pažnja na ključni komentar Lukašenka o mandatu Volodimira Zelenskog. Time se privlači čitatelj, i u njemu se pobuđuju određene emocije – on se ovdje ili slaže sa izjavom predsjednika Lukašenka, ili joj se protivi, kao i što bi se mogao protiviti frazi koju je iskoristio za komentar Zelenskog. Dakle, samo isticanje njegove izjave u naslovu za cilj ima privući čitateljevu pažnju, a ujedno i skrenuti poruku na samu sebe. Treba napomenuti da je ovo prije svega novinska vijest koja ima funkciju informiranja čitatelja, stoga autor vijesti nije izravno naveden, pa ne možemo baš sasvim jasno govoriti o autorskoj poziciji.

Nadalje, u naslovu je primjetna manja transformacija idioma, a radi se o tome da u njemu nedostaje glagol *понасть*. Može se reći da se ovdje radi o leksičkoj transformaciji, s obzirom na to da je unutar idioma uklonjena jedna leksema. Pošto je ovo politički članak, moguće je da je to učinjeno namjerno. Ovim postupkom se na neki način nastojalo još jednom istaknuti neiskustvo ukrajinskog predsjednika u politici (podsjetimo, on je bivši komičar i glumac), tim više što se kao naslov stavio komentar predsjednika Bjelorusije.

Sljedeći idiom koji se nalazi u naslovu članka je ***пробный шар***. On se nalazi u članku

(7) *Как «Хромая утка» Помпео стал в Украине, Белоруссии и Казахстане «пробным шаром»* (Rambler 2.2.2020).

Članak govori o posjetu bivšeg američkog državnog tajnika Mikea Pompea Bjelorusiji, i kako vidimo, radi se o vijestima iz politike. Autor članka opet nije potpisan, međutim iz teksta možemo vidjeti da se vijest ne izvještava objektivno o samoj posjeti, već je prisutna i određena subjektivnost koja naglašava kako je poboljšanje odnosa između Bjelorusije i SAD-a rezultat zaoštrenih odnosa između Bjelorusije i Rusije u to vrijeme (naglašavam da je članak s početka 2020. godine), što i utječe na upotrebu idioma u naslovu. Prije analize samog idioma treba spomenuti kako se u naslovu pojavljuje još jedna zanimljiva jezična jedinica, a to je *Хромая утка*. To je žargonizam koji potječe iz američkog političkog žargonskog jezika, i na engleskom jeziku glasi *Lame duck*, što označava osobu koja je na izmaku mandata, odnosno čiji je nasljednik već izabran, ali ta osoba obnaša funkciju do početka mandata njegovog nasljednika. U tom vremenskom periodu, funkcija te osobe se izrazito smanjuje i obnaša je samo simbolično dok novi mandat ne započne, te u to vrijeme nema ovlasti da donese nikakvu značajnu odluku. Jedan od prijevoda ovog žargonizma na hrvatski bio bi *šepava patka* (pojam korišten i u hrvatskim novinama).

U fokusu je ipak idiom *пробный шар* i značenje koje on u ovom članku nosi. Kako je prethodno spomenuto, idiom se opet nalazi u naslovu, uz navedeni žargonizam. Na taj način, idiom daje naslovu jednu jaku poziciju u odnosu na tekst i njegovo funkcionalno-stilsko obilježje.

Što bi bilo značenje navedenog idioma? Prema Frazeološkom rječniku Fjodorova (2008) značenje je sljedeće:

Пробный шар – Экспрес. О приёме, способе, с помощью которого пытаются выяснить что-либо. (Fjodorov, 2008)

Ovdje se ponovno vidi kako ovaj idiom nosi ekspresivno obilježje. Značenje ovog idioma odnosi se na određeni probni prijedlog, odnosno na neku radnju ili metodu kojom se pokušava nešto saznati. Ovaj idiom se često koristi u političkom diskursu, jer se u žurnalističkom stilu ruskog jezika najčešće koristi u političke svrhe, što je pokazala i frekventnost njegove upotrebe u člancima portala Rambler i Gazeta.ru.

Kada je riječ o prijevodu ovog idioma, u *Rusko hrvatskom ili srpskom frazeološkom rječniku* (1980) nudi se ova varijanta:

Pokusni balon, probni balon, probni prijedlog (1980: 743).

Što se tiče same funkcije ovog idioma, ona je takva da povećava ekspresivnost teksta u kojem se nalazi, privlači pažnju adresata (konativna funkcija), on ujedno i skreće pažnju na sebe (poetska funkcija). Ovdje se vidi da idiom nosi poetsku funkciju zbog pozicije u kojoj se nalazi.

Nadalje, u naslovu članka portala „Rambler“ *Элиты готовы предать Путина - «рука не дрогнет»* (Rambler 30.7.2021.) također je prisutan idiom, a to je *рука не дрогнет*. Članak je dio političke tematike i autor nije potpisan. Govori o utjecaju oligarha na politiku i stanje u Ruskoj Federaciji. Tekst predstavlja svojevrsni politički osvrt. Ono što je zanimljivo kod ovog članka je činjenica da se idiom pojavljuje u naslovu, kao i u tekstu.

(8) *„Лидер КИРФ заявил, что в любой момент национального лидера может предать олигархия, заинтересованная только в своих капиталах, сообщает ИА DEITA.RU. По мнению Зюганова, у финансовых элит рука не дрогнет предать Путина, так как они считают своей настоящей родиной только те место, где*

хранят капиталы, а это, как правило, не территория России.“ (Rambler 30.7.2021.)

Prema Frazeološkom rječniku Fjodorova (2008) navodi se da je značenje ovog idioma sljedeće:

Рука не дрогнет – Разг. Экспрес. Кто-либо решителен, смел, готов к какому-либо делу. (Fjodorov, 2008)

Autori u *Rusko hrvatskom ili srpskom frazeološkom rječniku* (1980) daju sljedeći prijevodni ekvivalent:

Ruka mu neće zadrhtati, neće ni okom trepnuti, neće se žacati (1980: 360)

Idiom iz primjera (8) ukrašava tekst i sudjeluje u prijenosu poruke adresatu. Njegova pozicija u naslovu teksta omogućuje mu poetsku funkciju, čime skreće pažnju na sebe. Također ima funkciju povećanja ekspresivnosti teksta, te privlači pažnju čitatelja. Idiom nosi obilježje razgovornog stila, kao i ekspresivno obilježje, te se može reći da je ovo idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu. To pokazuje kako se idiomi određenog stilskog obilježja mogu koristiti u raznim kontekstima u žurnalističkim tekstovima kako bi se postigla povećana ekspresivnost (u ovom slučaju, ekspresivnost naslova), te kako bi riječ autora ili poruka teksta dosegla veći pregled među čitateljima.

Još jedan primjer u kojem se idiom nalazi u naslovu je članak

(9) *Шаг за шагом. Константинопольский Патриархат **прибирает к рукам** Украину* (Rambler 10.10.2020.).

Riječ je o idiomu *прибирать к рукам*. Članak se nalazi u rubrici religije, ali ima i političke konotacije. Niti u ovom članku nemamo potpisanog autora, a ovo je svakako i informativni članak kojim se čitatelju prenosi određena informacija.

U jednu ruku, ovaj članak je kritika na Konstantinopoljski patrijarhat koji, prema mišljenju koje je naglašeno u tekstu, negativno utječe na ukrajinsku pravoslavnu crkvu koju želi kontrolirati slanjem vlastitih ljudi u Ukrajinu.

Fjodorov (2008) daje ovo objašnjenje značenja:

Прибирать к рукам – Разг. Экспрес. 1. кого. Подчинять себе, заставлять повиноваться в действиях, поступках; приструнивать. (Fjodorov, 2008)

Iz objašnjenja Fjodorova vidljivo je da idiom nosi obilježje razgovornog stila, kao i ekspresivno obilježje. *Rusko hrvatski ili srpski frazeološki rječnik* daje ovaj prijevodni ekvivalent:

Prisvojiti prigrabiti što, dočepati se čega (1980: 364).

S obzirom na to da se idiom nalazi u naslovu članka, može se reći da on nema neutralno značenje, već daje naslovu poetsku funkciju, i samim time utječe na čitatelja. Na takav način njime se povećava i ekspresivnost samog naslova, ali i teksta. Ovaj idiom u jednu ruku sadrži i poruku cijelog teksta, odnosno, još jedna funkcija mu je i da izražava autorovo subjektivno mišljenje kojim autor nastoji utjecati i na stvaranje općeg mišljenja kod čitatelja. Budući da je članak napisan iz ruske perspektive, postaje nam jasnije zašto se upravo takav dojam htio ostaviti, s obzirom na to da je to jedno političko pitanje u kojem bi Ruska pravoslavna crkva svakako htjela imati svoj utjecaj. Upravo zbog toga, naslov postaje centar članka, skreće pažnju na sebe i postaje upečatljiv dio teksta. Ovaj primjer je idiom razgovornog stila koji se koristi u političkom kontekstu kada jedna strana prisvaja drugu.

Transformacija idioma nije značajna, ali je ona prisutna; riječ je o gramatičkoj transformaciji, pri čemu se glagol *прибирать* u naslovu postavlja u treće lice jednine.

Zanimljiv je još jedan članak za promatranje idioma u naslovima, a to je *He y всех «денег куры не клюют»*: глава Федерации прокомментировал ситуацию с Куклиной (Gazeta.ru 4.4.2021.). Riječ je o idiomu *денег куры не клюют*. Članak pripada sportskim vijestima i govori o ruskoj biatlonki Larisi Kuklini i njenoj situaciji na prvenstvu Rusije, kada je prije samog starta morala sakupljati patrone za puške. Tu je situaciju komentirao Dmitrij Vasiljev, predsjednik biatlonskog saveza Sankt Peterburga, i izjavio da je taj potez učinjen jer je nedostajalo financijskih sredstava da sportašica kupi dovoljan broj patrona. Upravo u njegovom komentaru nalazi se idiom kojeg analiziramo:

- (10) „Ну бывает такое — не все регионы богатые, не у всех **денег куры не клюют**. Так что не все могут сколько угодно патронов покупать. Возможно, они просто не рассчитали с закупкой. Не исключая этот финансовый момент, из-за которого ей могло не хватить соревновательных патронов.“ (Gazeta.ru 4.4.2021.).

Bitno je napomenuti da je autor članka potpisan (Anton Tretjak), međutim, to ne utječe mnogo na autorsku subjektivnost članka, s obzirom na to da je članak i dalje informativne

prirode. Autor je odabrao da stavi idiom iz izjave u naslov, tako da u tom dijelu idiom nije više samo dio izjave, već se njime postiže funkcija privlačenja pažnje.

Fjodorov u frazeološkom rječniku ruskog književnog jezika (2008) navodi sljedeće:

Денег куры не клюют – Разг. Экспрес. Очень много (денег) (Fjodorov, 2008) – ovdje je prvotno značenje idioma da netko posjeduje jako mnogo novca.

Dakle, postavlja se pitanje zašto je autor stavio navedeni idiom na početak naslova. Treba istaknuti da je izdvojen i dio „не у всех“, jer sam idiom odgovara na pitanje „у кого“, odnosno slaže se uz genitiv. S obzirom na to da je to dio izjave, pretpostavka je da se autor odlučio upravo na taj potez isticanja izjave sa idiomom, jer idiom razgovornim jezikom jasno sažima ono o čemu je riječ u članku. Ukoliko postoji mogućnost da je autor to učinio svjesno, vjerojatno se na taj potez odlučio kako bi privukao pažnju na tekst, te kako bi povećao njegovu ekspresivnost. Upravo to može biti funkcija ovog idioma – privlačenje pažnje čitatelja i povećanje ekspresivnosti teksta. Na taj način idiom nije više samo dio izjave, već u tom dijelu teksta privlači pažnju, stvarajući tako poetsku funkciju i usmjeravajući pažnju na naslov. Međutim, treba reći da vijesti na portalima obično nastaju u jako kratkom roku, te je moguće da autor ovaj potez nije učinio svjesno, što ne znači da to nužno mora utjecati na funkciju koju idiom ima. Kada govorimo o stilskom obilježju, ovo je idiom razgovornog stila, te se to obilježje značajno ne transformira u odnosu na kontekst u kojem se nalazi.

Autori *Rusko hrvatskog ili srpskog frazeološkog rječnika* (1980) navode sljedeće prijevode za navedeni idiom:

Imati brdo novca, sjediti na novcima (1980: 276)

Idiom je u ovom članku dobio određeno ekspresivno značenje zahvaljujući autoru koji ga je stavio u takvu poziciju. Dakle, iz pozicije djela izjave, iskorišten je za privlačenje pažnje i isticanje glavne poruke ovog članka. Također, može se reći da je idiom upotrijebljen kako bi nas zabavio i nasmijao, izazvavši time ludičku funkciju.

U članku *Непробиваемая позиция по Украине. Переговоры России и НАТО зашли в тупик* (Gazeta.ru 13.1.2022.) u naslovu nailazimo na idiom *зайти в тупик*. Riječ je o vijestima iz politike koje govore o neuspješnim pregovorima Rusije sa SAD-om i NATO-om o prestanku daljnjeg širenja NATO-a na istok. U članku postoje dva trenutka u kojima se pojavljuje idiom: prvi je u glavnom naslovu članka, a drugi je u podnaslovu članka u sljedećem paragrafu:

(II) „Разговор зашел в тупик

В то же время Сергей Рябков указал, что оснований для нового раунда переговоров РФ с США и НАТО по безопасности в ближайшее время нет.

«По ключевым элементам США и их союзники фактически говорят нам «нет», а там, где они говорят нам «да, давайте дальше обсуждать», мы в свою очередь отмечаем, что при всей важности и серьезности именно этих сюжетов они вторичны по отношению к тому же нерасширению НАТО. Вот, в известной мере, тупик или разница в подходах» — пояснил Рябков. (Gazeta.ru 13.1.2022.)

Autor članka Aleksandar Ahtirko uvodi idiom na dva vrlo važna mjesta: u naslovu i jednom od podnaslova paragrafa. Da bi se objasnio taj potez, kao i stilsko obilježje i funkciju idioma, potrebno je prije svega objasniti značenje idioma.

Fjodorov (2008) daje ovo objašnjenje:

Зайти в тупик – Разг. Попадать в трудное, безвыходное положение. (Fjodorov, 2008)

Kroz ovo objašnjenje značenje idioma predstavlja dolazak u vrlo neugodnu, tešku i bezizlaznu situaciju, za koju općenito nema rješenja. Što bi to onda značilo za kontekst članka? Pošto je u članku jasno da pregovori o kojima se priča ne mogu donijeti rješenje, autor je odlučio uvesti jezičnu jedinicu koja će pokazati kako pregovori neće donijeti nikakav napredak, te su isti praktički zaustavljeni. Stilsko obilježje je takvo da je ovo idiom razgovornog stila koji je u članku iskorišten u političkom kontekstu. Iz tog konteksta se može zaključiti da je ovo na neki način i politički idiom. Kako je prethodno spomenuto, pozicija idioma je važna. Prva pozicija je naslov – u toj poziciji idiom, a i sam naslov, imaju poetsku funkciju jer se opet pažnja skreće na sam naslov, koji ujedno sažima cijelu temu. Idiom je taj koji sažima temu članka i centralni je dio naslova. Jednaka funkcija ovog idioma prisutna je i u podnaslovu. Podnaslov „Разговор зашел в тупик“ također ima poetsku funkciju, a idiom u njemu je nositelj te funkcije. Još jedna bitna funkcija jeste da idiom povećava ekspresivnost naslova, a neizostavno je reći da tako privlači pažnju čitatelja.

Za prijevod na hrvatski jezik može se iskoristiti ekvivalent koji autori *Rusko hrvatskog ili srpskog frazeološkog rječnika* nude:

Doći u nepriliku (nezgodan položaj), naći se u neprilici, zbuniti se, zanimemiti (1980: 602).

Još jedan prijevodni ekvivalent koji je često prisutan u domaćim medijima je izraz *dospjeti u ćorsokak*.

Idiomom u naslovu autor nas uvodi u temu i time nastoji zaintrigirati čitatelja kako bi nastavio čitati tekst. To je izuzetno bitna pozicija teksta. Idiom u podnaslovu naglašava centralni dio teksta, a sama činjenica da je on dio razgovornog stila još jednom pokazuje kako su autori skloni da koriste jedinice tog stila u političkim člancima kako bi lakše prenijeli poruku na čitatelja. Ovaj idiom je ujedno i kliše. Uloga klišea je da ubrzaju proces prijenosa informacija, jer vijesti na portalima nastaju u kratkom vremenskom roku - na taj način vijest postaje jasna širokim masama.

4.4. Stilska obilježja i funkcije idioma unutar hiperteksta

Kada je riječ o idiomima unutar hiperteksta, oni se mogu transformirati u skladu sa autorskim odabirom i samim stilom teksta, kao i porukom koju tekst nosi. Stoga postoje brojni razlozi zbog kojih u hipertekstu vidimo idiome koji su znatno ili neznatno transformirani, bilo to zbog činjenice da tekst gramatički zahtjeva da se idiom izmijeni, ili je to čisto stilski odabir.

U teorijskim postavkama je već objašnjeno da postoje leksička, semantička i gramatička transformacija idioma, a u ovom dijelu se razmatra kojoj od ove tri vrste transformacije najviše podliježu analizirani idiomi.

Prilikom leksičke transformacije dolazi do promjene dijela idioma ili čitavog njegovog sastava. Promjena je vidljiva u mijenjanju subjekta, objekta, atributa ili priloških oznaka, a ogleda se i kroz ispuštanje jednog dijela forme idioma ili čak dodavanje nekih novih leksema unutar idioma i zamjenu postojećih leksema, odnosno kroz promjenu strukture, pa tako u samoj analizi imamo nekoliko primjera gdje je ova transformacija vidljiva u praksi. Kada je riječ o mijenjanju jedne jezične jedinice drugom, takva transformacija vidljiva je u primjerima koji slijede. Recimo, u članku *Танки, ракеты и самолеты: как прошел парад Победы — 2021* (Gazeta.ru 9.5.2021.) možemo vidjeti idiom *без сучка без задоринки* u ovom dijelu članka:

- (12) „В целом же, парад 9 мая 2021 года прошел, что называется, *без сучка и задоринки* и заслуживает только отличной оценки.“ (Gazeta.ru, 9.5.2021.)

Transformacija je ovdje nastala zamjenom prijedloga *без* veznikom *и*. Fjodorov u svom frazeološkom rječniku (2008) navodi ovo značenje:

Без сучка без задоринки - Разг. Экспрес. Без каких-либо помех, без затруднений (Fjodorov, 2008).

Prijevod u *Rusko hrvatskom ili srpskom frazeološkom rječniku* je sljedeći:

Glatko, kao po loju, kao podmazano, bez ikakve smetnje (1980: 540).

Ovdje je riječ o informativnom članku koji izvještava o Danu pobjede 9. svibnja 2021. godine. Autor članka, Mihail Hodarjenok, je potpisan, stoga možemo zaključiti da je transformacija idioma autorov odabir. Samim time što je autor sam odabrao promijeniti frazeološku jedinicu u informativnom tekstu daje nam se do znanja da je funkcija takvog idioma privlačenje čitateljeve pažnje, a ujedno i povećana ekspresivnost teksta. Dakle, riječ je o leksičkoj izmjeni idioma, pri čemu se mijenja jedan dio forme. Govoreći o stilskom obilježju, ovo je idiom razgovornog stila sa određenim emocionalno-ekspresivnom obilježjem. Stoga je i sama njegova funkcija ta da on povećava ekspresivnost teksta, a autor razgovornim jezikom iznosi opće mišljenje toga kako je prošla parada na Dan pobjede.

Sličan primjer nalazi se i u članku pod naslovom *В Финляндии свыше 70% компаний заявили о росте цен в ближайшие месяцы* (Gazeta.ru 20.7.2022.), u kojem se javlja idiom *больное место*. Riječ je o članku informativnog tipa a idiom se javlja u sljedećem dijelu:

(13) „По его словам, ситуация на Украине задела **больное место** Финляндии, что впоследствии вызвало рост цен.“ (Gazeta.ru, 20.7.2022.)

Riječ je o vijestima iz svijeta, te je idiomu dodana još jedna frazeološka jedinica, odnosno glagol *задеть*, a njegova struktura u leksičkom smislu se izmijenila. Ovaj idiom se prema značenjima iz rječnika obično ne navodi uz ovaj glagol, a Fjodorov daje sljedeće značenje:

Больное место – Разг. Экспрес. 1. Наиболее слабая, уязвимая сторона кого-либо, чей-либо порок, недостаток; 2. То, что более всего волнует, беспокоит кого-либо, что причиняет заботы, страдания, волнения. (Fjodorov, 2008)

Autori *Rusko hrvatskog ili srpskog frazeološkog rječnika* daju sljedeći prijevodni ekvivalent:

Osjetljivo mjesto, slaba točka, bolno mjesto (1980: 618).

Kada se analizira koje stilsko obilježje idiom nosi, postaje jasno da idiom ima određenu emocionalno-ekspresivnu obojenost, te da pripada razgovornom stilu a korišten je u kontekstu ekonomije. Idiom se koristi u raznim sferama kako bi se izrazilo da je određena tema osjetljiva i da izaziva bol i nelagodu kod neke osobe, ali se u ovom kontekstu koristi i u političke svrhe, pa idiom poprima političke konotacije. Ono što je zanimljivo je činjenica da je autor (koji je potpisan na članku) odlučio da proširi strukturu idioma glagolom *задеть* i prikazati kako situacija u jednoj državi izaziva bolnu točku u drugoj državi. Time idiom vrši funkciju privlačenja pažnje čitatelja, a ujedno i povećava ekspresivnost teksta u kojem se nalazi.

Gramatička transformacija, kako joj i samo ime kaže, odnosi se na gramatičke promjene unutar sastava idioma, a koje su vezane za promjenu roda, broja, padeža ukoliko je u pitanju imenica, ili su vezane za vrijeme i glagolski način ako je u pitanju glagol. Gramatička transformacija javlja se i ako se forma idioma iz potvrdnog oblika mijenja u negaciju ili obratno. U nekim se slučajevima javlja situacija da tekst zahtjeva gramatičku promjenu svih komponenti idioma, a u nekima je slučaj da autor sam mijenja idiom kako bi tim potezom privukao pažnju. Jedan od primjera gramatičke transformacije je idiom *белая ворона* u članku *Драма с Хаматовой, каннская хоррор-комедия, триллер о выживании: 10 кинопремьер августа* (Gazeta.ru 2.8.2022.). Članak predstavlja osvrt na filmske drame koje su izašle u kinima u kolovozu 2022. godine, te je ujedno i preporuka čitateljima koji film treba pogledati. Idiom se nalazi u ovom paragrafu:

(14) *„Главный герой Йохан — последний представитель необычного семейства Гранде, чья страсть к пиротехнике настраивает против себя жителей местной общины. Парень рано потерял родителей, превратился в «белую ворону» и с юных лет безответно влюблен в соседскую девушку Солвор.“* (Gazeta.ru 2.8.2022.)

Odmah je primjetna izmjena forme idioma, pri čemu je idiom, da bi zadovoljio položaj koji zauzima nakon glagola *превратиться*, transformirao svoj padež u akuzativ jednine. Takav potez autor članka nije učinio s namjerom, već čisto da zadovolji gramatičku korektnost sintagme. Kada govorimo o značenju, Fjodorov nam pruža sljedeće objašnjenje:

Белая ворона – Ирон. Человек, резко выделяющийся чем-либо среди окружающих его людей. (Fjodorov, 2008)

Prijevodni ekvivalent ponuđen je i u Rusko hrvatskom ili srpskom frazeološkom rječniku (1980) a on glasi ovako:

Bijela vrana (1980: 142).

Ono što je zanimljivo je stilsko obilježje koje ovaj idiom nosi unutar teksta. Ovo jeste idiom razgovornog stila, ali on nosi i stilsko obilježje ironije jer se u takvom kontekstu i koristi. Promatrajući funkciju idioma, možemo reći da je jedna od funkcija svakako i izazivanje ironije, ali posjeduje ekspresivnu funkciju, jer povećava ekspresivnost teksta. Dakle, gramatička transformacija u ovom idiomu uzrokovana je pozicijom u kojoj se idiom nalazi, te nije uzrok autorove volje da baš ta transformacija bude ključni dio teksta.

Ne transformiraju se svi idiomi koji se upotrijebe u hipertekstu. Unutar članaka nalazi se veliki broj onih koji su korišteni u svojoj izvornoj formi, a čije stilsko obilježje i funkcija su zanimljivi za promatranje. Stoga je ostatak korpusa okupljen u jedinstvenu tabelu koja prikazuje idiom, njegovo značenje, vrstu vijesti na portalu u kojem se nalazi, stilsko obilježje i funkciju. Zbog same raznolikosti vrste vijesti na portalu u kojem se idiom pojavljuje, stilsko obilježje i funkcija određeni su prema frekvenciji upotrebe na portalima, ali i prema kontekstu u kojem se idiom u tom članku nalazi. Uz idiome su ponuđeni i prijevodni ekvivalenti koje nudi *Rusko hrvatski ili srpski frazeološki rječnik* (1980), a kod primjera za koje nije bio ponuđen prijevod u navedenom rječniku dajem opisni prijevod, shodno značenju.

Tablica 1: *Osnovna obilježja idioma u odabranom korpusu žurnalističkog stila na portalima*

Idiom	Značenje (Prema rječniku Fjodorova, 2008)	Vrsta vijesti na portalu u kojem se idiom nalazi	Stilska obilježja	Funkcija primjera u korpusu
<i>Бить ключом</i> – ključati, kipjeti, pulsirati	<i>Экспрес.</i> Бурно, активно проявлять себя, протекать.	Informativni članak, izjava	Emocionalno- ekspresivno obilježje	Privlačenje pažnje čitatelja, povećanje ekspresivnosti

				teksta
Биться как рыба об лёд – uzalud se mučiti, biti u škripcu (očajnom položaju), praćkati se kao riba na suhu; biti u bijedi (nevolji) (1980: 368)	<i>Экспрес.</i> Сильно нуждаюсь, бесплодно, безрезультатно добиваться улучшения материального положения.	Sportske vijesti	Emocionalno-ekspresivno obilježje, idiom korišten u sportskom kontekstu	Privlačenje pažnje čitatelja, povećanje ekspresivnosti teksta
Братся за ум – opametiti se, urazumiti se, doći k pameti, postati pametniji (1980: 629)	<i>Разг.</i> Становиться благоразумным.	Recenzija filma	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu kinematografije	Povećanje ekspresivnosti teksta, formiranje općeg mišljenja
Бросать слова на ветер – bacati riječi u vjetar, govoriti uprazno (1980: 94)	<i>Разг. Экспрес.</i> Говорить впустую, без толку.	Vijesti iz showbizz-a	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta
Бросить тень на – baciti sjenu (ljagu), ocrniti nekoga (1980: 564)	1. <i>на что</i> Омрачать что-либо. 2. <i>на кого</i> Порочить.	Vijesti iz politike	Idiom često korišten u političkom diskursu	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja, izražavanje autorskog mišljenja
Быть между молотом и	<i>Экспрес.</i> В тяжёлом положении, когда	Vijesti iz politike	Emocionalno-ekspresivno	Povećanje ekspresivnosti

наковальной – biti (nalaziti se) između dvije vatre (čekića i nakovnja) (1980: 641)	опасность или неприятность угрожают с двух сторон.		obilježje, idiom često korišten u političkom diskursu	teksta, privlačenje pažnje čitatelja, izražavanje autorskog mišljenja
Быть на голову выше – biti za glavu viši, biti mnogo (neuporedivo) bolji (1980: 215)	<i>Разг. Экспрес.</i> Значительнее, намного способнее, осведомлённое кого-либо.	Sportske vijesti	Razgovorno i emocionalno-ekspresivno obilježje, idiom razgovornog stila korišten u kontekstu sporta	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja
Копать яму – kopati jamu (grob) кому, pod kim (1980: 637)	<i>Разг.</i> Причинять неприятности, вредить кому-либо.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Privlačenje pažnje čitatelja
Быть не из робкого десятка – hrabar čovjek, nije kukavica (plašljivac), nije ga lako prestrašiti (1980: 281)	<i>Разг.</i> Боязливый, трусливый.	Recenzija filma	Razgovorno obilježje, emocionalno-ekspresivno obilježje, idiom razgovornog stila korišten u kontekstu kinematografije	Povećanje ekspresivnosti teksta
Быть не ко двору – ne pristajati, biti nepoželjan (1980: 257)	<i>Разг.</i> Не подходит кому-либо, не соответствует каким-либо требованиям и т. п.	Informativni članak – vijesti iz područja kinematografije	Emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećana ekspresivnost teksta

<p>Валить в одну кучу – strpati/trpati <sve> u isti koš (na istu gomilu, đuture), brkati (1980: 555)</p>	<p><i>Разг.</i> Смешивать, не считаясь с различиями.</p>	<p>Informativni članak – vijesti iz svijeta</p>	<p>Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu</p>	<p>Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja</p>
<p>Вариться в собственном соку – kuhati se u vlastitom sosu (soku) (1908: 472)</p>	<p><i>Разг.</i> Жить и работать вне связи с общественной жизнью, изолированно от неё.</p>	<p>Sportske vijesti</p>	<p>Razgovorno obilježje</p>	<p>Povećana ekspresivnost teksta, izražavanje autorskog mišljenja</p>
<p>Вбивать клин между кем-либо – stvoriti/stvarati jaz između koga; unijeti/unositi razdor među koga (1980: 493)</p>	<p>Разобщать кого-либо с кем-либо, настраивая их враждебно друг к другу.</p>	<p>Vijesti iz politike</p>	<p>Idiom često korišten u političkom diskursu</p>	<p>Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja</p>
<p>Вертеться как белка в колесе – vrtjeti se (motati se, muvat se, vrzmati se itd.) kao muha bez glave (kao piškor u loncu), nemati mira, ne znati gdje mu je</p>	<p><i>Разг. Экспрес.</i> Быть в постоянных хлопотах.</p>	<p>Vijesti iz politike</p>	<p>Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu</p>	<p>Povećana ekspresivnost teksta</p>

glava (1980: 30)				
Вертится на языке – to mi je na vrhu jezika, mota mi se u glavi (1980: 217)	<i>Разг. Экспрес. 1.</i> То, что знакомо, хорошо известно, но забыто в данный момент. <i>2. Очень хочется сказать</i>	Recenzija filma	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta
Взять быка за рога – uhvatiti bika za rogove, postupiti odlučno, pogoditi usred srijede, udariti u glavu, pogoditi u srž, uhvatiti se u koštac s bitnim (1980: 68)	<i>Экспрес. Начинать действовать решительно и энергично, с самого главного.</i>	Politički osvrt	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja, izražavanje autorskog mišljenja
Вилами на воде писано – na vrbi svirala, zapisano kukom po ledu, malo vjerojatno (1980: 111)	<i>Разг. Ирон. Это ещё неизвестно, будет так или нет.</i>	Politički osvrt	Idiom razgovornog stila s obilježjem ironije	Izazivanje ironije, privlačenje pažnje čitatelja
Гладить против шерсти – činiti (govoriti) nešto neugodno, prkositi, ići uz dlaku komu	<i>Разг. Ирон.</i> Поступать или говорить не так, как хотелось бы кому-то.	Članak o znanstvenoj temi	Idiom razgovornog stila s obilježjem ironije	Izazivanje ironije, privlačenje pažnje čitatelja

(1980: 746)				
Голова идет кругом – vrti mu se u glavi, ima vrtoglavicu, ne zna gdje mu je glava (1980: 214)	<i>Разг. Экспрес.</i> 1. Кто-либо чувствует лёгкую головную боль, головокружение (от утомления, усталости). 2. Кто-либо перестаёт ясно соображать (от множества забот, обязанностей, хлопот и т. п.).	Politički osvrt	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta, izražavanje autorskog mišljenja
Гусей дразнить – bez potrebe izazivati, dražiti (1980: 243)	<i>Ирон.</i> Вызывать гнев, раздражать.	Politički osvrt	Idiom često korišten u političkom diskursu	Izražavanje ironije, povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja
Делать из мухи слона – činiti (praviti) iz muhe slona (medvjeda), preuveličavati (1980: 655)	<i>Экспрес.</i> Придавать чему-либо незначительному, маловажному большое значение.	Vijesti iz showbizz-a	Ekspresivno obilježje, idiom razgovornog stila	Izražavanje hiperbole, povećanje ekspresivnosti teksta
Держать камень за пазухой – držati nož u potaji, potajno gajiti	<i>Разг. Экспрес.</i> Таить злобу против кого-либо; быть готовым причинить зло кому-либо.	Politički osvrt	Idiom često korišten u političkom diskursu	Izražavanje sarkazma, povećana ekspresivnost teksta,

mržnju (1980: 469)				privlačenje pažnje čitatelja
<i>Жить припеваючи</i> – lagodno živjeti (1980: 351)	<i>Разг. Экспрес.</i> Пользоваться всеми благами жизни, не добывая их.	Analitički članak	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta, izražavanje autorovog subjektivnog mišljenja
Нашла коса на камень – namjerila se kosa na kamen (brus), udario tuk na luk, naišao čelik na kamen, namjerila se sila na silu (1980: 527)	<i>Разг. Экспрес.</i> Столкнулись непримиримые стороны, различные взгляды, интересы, характеры и т. п.	Vijesti iz politike	Idiom često korišten u političkom diskursu	Povećanje ekspresivnosti teksta, izražavanje autorovog subjektivnog mišljenja
Садиться на шею – penjati se na vrat (grbaču) komu (1980: 748)	<i>Разг. Экспрес.</i> Переходить на иждивение, содержание кого-либо, использовать кого-либо в корыстных целях, подчиняя себе, ставя в полную зависимость от себя	Politički osvrt	Idiom često korišten u političkom diskursu	Povećanje ekspresivnosti teksta, izražavanje autorskog subjektivnog mišljenja, privlačenje pažnje čitatelja
<i>Сесть в лужу</i> – upadati u glup	<i>Разг. Пренебр.</i> Ставить себя в	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog	Povećana ekspresivnost

položaj, naći se u nebranom grožđu, natociljati se (1980: 191)	нелепое, глупое положение.		stila korišten u političkom kontekstu, emocionalno-ekspresivno obilježje	teksta, ubjeđivačka funkcija
Тише воды, ниже травы – skroman (miran, tih) čovjek, manji od makova zrna, ne čuje se živ (1980: 123)	<i>Разг. Экспрес.</i> Робкий, скромный, незаметный (человек)	Informativni članak – vijesti iz zemlje	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta, sarkazam, izražavanje autorskog mišljenja
Заварить кашу – skuhati (zakuhati, svariti, zavariti, zamutiti) kašu, skuhati poparu, stvoriti smutnju (1980: 482)	<i>Разг. Экспрес.</i> Затевать, начинать хлопотливое или сложное, неприятное дело.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila iskorišten u političkom kontekstu	Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja
Играть первую скрипку – svirati prvu violinu, imati vodeći položaj, igrati glavu ulogu (1980: 429)	<i>Экспрес.</i> Быть главным в каком-либо деле, руководить каким-либо делом.	Politički osvrt	Idiom često korišten u političkom diskursu	Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja, izražavanje autorskog mišljenja
Мастер на все руки – u članku: <i>Мастер</i>	<i>Разг. Одобр.</i> Человек, умеющий всё делать,	Politički osvrt	Idiom razgovornog stila	Sarkazam, povećana ekspresivnost

<i>не на все руки</i> – svakom poslu vješt, majstor za svaki posao, majstor od zanata, sve mu (joj) ide od ruke (1980: 604)	способный на всякое дело.			teksta
<i>Зайти в тупик</i> – dospjeti u ćorsokak, doći u nepriliku (nezgodan položaj, naći se u neprilici, zbuniti se, zanijemiti (1980: 602)	<i>Разг.</i> Попадать в трудное, безвыходное положение	Vijesti iz politike	Idiom često korišten u političkom diskursu	Povećana ekspresivnost teksta
<i>Замести следы</i> – zamesti (izbrisati) tragove (1980: 433)	<i>Разг. Ирон.</i> Уничтожать то, что может служить уликой в чём-либо.	Vijesti iz showbizz-a	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta
<i>Под большим вопросом</i> – veliko pitanje, nije sigurno (1980: 141)	<i>Экспрес.</i> Крайне сомнителен, совсем не решён.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Povećana ekspresivnost teksta
<i>Обещать золотые горы</i> – obećavati brda i doline (zlatna brda) (1980:	<i>Экспрес.</i> Сказочное богатство, благополучие (обещать, сулить кому-либо).	Sportske vijesti	Obilježje razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta, izražena ironija

222)				
Обивать пороги – obijati pragove, moljakati (1980: 193)	<i>Разг. Экспрес.</i> Настойчиво ходить куда-либо, неуклонно добиваясь чего-либо.	Informativni članak - vijesti iz zemlje	Idiom razgovornog stila, emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećana ekspresivnost teksta
Опускать руки – pokunjiti se	<i>Разг. Экспрес.</i> Терять способность или желание действовать, делать что-либо.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja
Куда ветер дует – kako vjetar puše <okretati se itd.>, okrenuti kabanicu (kaput) prema vjetru (1980: 93)	<i>Пренебр.</i> Непостоянный в своих мнениях, решениях и ненадёжный человек.	Politički osvrt	Idiom razgovornog stila	Privlačenje pažnje čitatelja, sarkazam
До упаду – do iznemoglosti (1980: 435)	<i>Разг. Экспрес.</i> До полного изнеможения (делать что-либо).	Vijesti iz showbizz-a	Idiom razgovornog stila, emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećana ekspresivnost teksta
Держать нос по ветру – okretati se prema vjetru (kako vjetar puše) (1980: 741)	<i>Шутл. В</i> зависимости от обстоятельств, изменяющихся условий менять свои взгляды, убеждения,	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja, komični efekt izazvan

	изменять своё поведение.			sarkazmom
Вылететь в трубу – bankrotirati, propasti, krahirati, pasti na prosjački štap (1980: 596)	<i>Разг. Экспрес.</i> Совершенно разориться на каком-нибудь неудачном деле, предприятии, в результате проигрыша.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila, emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje pažnje čitatelja
Бабушка надвое сказала – to je još na vrbi svirala, to će se još vidjeti, to se još ne zna (1980: 17)	<i>Разг.</i> Неизвестно ещё, удастся ли.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta
Бросаться словами – razbacivati se riječima (1980: 4)	<i>Разг.</i> Только несов. Чаще с отриц. Говорить безответственно, обещать что-либо, не будучи уверенным в выполнении своего обещания. С сущ. со знач. лица: сын, подруга... не бросается <i>словами</i> .	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta
Бросаться в глаза – upadati/padati u oči, zapinjati za	<i>Экспрес.</i> Останавливать на себе чье-либо внимание.	Vijesti iz politike	Emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta

oko komu, privlačiti čiju pažnju (1980: 200)				
Взаться за ум - opametiti se, urazumiti se, doći k pameti, postati pametniji (1980: 629)	<i>Разг.</i> Становиться благоразумным.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila, emocionalno- ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta
Вешать нос – vješati nos (glavu), pokunjiti se, uvrijediti se, biti potišten (1980: 741)	<i>Ирон.</i> Огорчаться, приходить в уныние.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila s obilježjem ironije	Povećana ekspresivnost teksta, ironija
Держаться в мени – držati se u zasjenku (sjeni, po strani) (1980: 564)	<i>Экспрес. 1.</i> (Быть, оставаться, держаться) незаметным, незамеченным; не выделяться из числа других. <i>2.</i> На втором плане, не выделяя, принижая (держат, оставляя кого-либо или что- либо).	Vijesti iz politike	Emocionalno- ekspresivno obilježje, idiom iskorišten u političkom kontekstu	Povećana ekspresivnost teksta, formiranje općeg mišljenja
Держать язык за зубами – držati jezik za zubima (1980:	<i>Разг. Экспрес.</i> Соблюдая осторожность, опасаясь	Vijesti iz showbizz-a	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta, privlačenje

783)	нежелательных последствий, молчать, не говорить лишнего.			pažnje čitatelja
Два сапога пара – našla krpa (vreća) zakrpu (1980: 378)	<i>Разг. Ирон.</i> Один другого не лучше; по своим качествам похожи друг на друга.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila s obilježjem ironije	Privlačenje pažnje čitatelja, sarkazam
Из ряда вон выходящий – izvanredan, neobičan (1980: 371)	<i>Экспрес.</i> Выдающийся, необычный (о чём- либо).	Vijesti iz politike	Emocionalno- ekspresivno obilježje, idiom korišten u političkom kontekstu	Povećana ekspresivnost teksta, sarkazam
Идти на поводу – potčinjavati se komu, vući se za kim, biti vođen na uzici od koga (1980: 143)	<i>у кого.</i> Подчиняясь чужой воле, быть в полной зависимости от кого-либо.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Povećana ekspresivnost teksta, izražavanje subjektivnog mišljenja autora
Песенка спета – odzvonilo mu je, otpjevao je svoje (1980: 116)	<i>Разг. Экспрес.</i> Наступил (или наступает) конец чьей-либо карьеры, жизни.	Informativni članak - vijesti iz svijeta	Idiom razgovornog stila	Privlačenje pažnje čitatelja, poetska funkcija (idiom u naslovu), izražavanje subjektivnog mišljenja autora
Перегибать палку – pretjerati,	<i>Разг. Экспрес.</i> Чрезмерно усердствовать в	Informativni članak - vijesti iz svijeta	Idiom razgovornog stila,	Povećanje ekspresivnosti teksta

prekardašiti, prevršiti mjeru (1980: 90)	чём-либо; допускать крайности в делах, поступках.		emocionalno- ekspresivno obilježje	
Пальчики оближешь – da prste obližeš (1980: 91)	<i>Разг. Экспрес.</i> 1. Очень вкусен. 2. Очень красив, привлекателен, прекрасен.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu sporta	Povećanje ekspresivnosti teksta
Пальцем не тронуть – ni prstom ne taknuti koga, ne dizati ruku na koga, ne pričiniti zla komu (1980: 90)	<i>Разг. Экспрес.</i> Не бить, не наказывать; не причинять ни малейшего вреда.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila, emocionalno- ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta
Палка о двух концах – batina sa dva kraja, batina ima dva kraja (1980: 90)	<i>Прост. Экспрес.</i> То, что может повлечь за собой и благоприятные и отрицательные последствия, допускает хороший и плохой исход.	Analitički članak	Idiom razgovornog stila, emocionalno- ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta, izražavanje subjektivnog mišljenja autora
Открыть Америку – otkriti Ameriku (1980: 7)	<i>Неодобр. Ирон.</i> Чаще сов. Говорить, объявлять о том, что всем давно известно.	Vijesti iz politike	Obilježje ironije	Privlačenje pažnje čitatelja, stvaranje ironije
Оказаться между двух	<i>Экспрес.</i> Под угрозой с двух	Vijesti iz politike	Idiom korišten u političkom	Povećanje ekspresivnosti

<i>огней</i> – između dvije vatre (1980: 28)	сторон; когда опасность или неприятность угрожает с двух сторон (быть, находиться, оказаться и т. п.).		kontekstu, emocionalno-ekspresivno obilježje	teksta
<i>Одного поля ягода</i> – iste, jedne gore list (1980: 173)	<i>Разг.</i> Одинаковый, сходный с кем-л. Один другого не лучше, оба стоят друг друга.	Informativni članak - vijesti iz svijeta	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja
<i>Носа не высунуть</i> – ne proviriti nosom, ne izići iz kuće (1980: 741)	<i>Разг.</i> Не выходить из своего дома; не показаться на людях.	Kritika	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta, stvaranje ironije
<i>Ни пуха ни пера</i> – dobra sreća!, sa srećom!, držite se!, držat ću ti (vam) fige (palce) (1980: 294)	<i>Разг. Экспрес.</i> Пожелание кому-либо успеха, удачи в нелёгком или рискованном деле.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta
<i>Держать ухо востро</i> – biti oprezan (na oprezu), <dobro> načuliti uši (1980: 655)	<i>Разг. Экспрес. 1.</i> Быть крайне осмотнительным с кем-либо, не доверять кому-либо. <i>2.</i> Быть постоянно начеку.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja
<i>Голосовать</i>	<i>Разг.</i> Отказываться	Intervju	Idiom često	Povećanje

<i>ногами</i> – glasati nogama (proizvoljni prijevodni ekvivalent)	от участия в каком-л. мероприятии, выражать резкий протест, несогласие с чем-л.		korišten u političkom diskursu	ekspresivnosti teksta, formiranje općeg mišljenja
<i>У разбитого корыта</i> – izgubiti sve postignuto, biti bez ičega, naći se na početku (1980: 527)	<i>Экспрес.</i> (Оказаться, очутиться) ни с чем, потеряв всё приобретённое, имевшееся.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Povećanje ekspresivnosti teksta
<i>Тюрьма народов</i> – tamnica naroda (o carskoj Rusiji) (1980: 606)	<i>Неодобр.</i> 1. О государстве, в котором процветает национальное угнетение. 2. О царской России.	Politički osvrt	Idiom često korišten u političkom diskursu	Privlačenje pažnje čitatelja, stvaranje općeg mišljenja
<i>Горячая точка</i> – vatrena točka (gnijezdo) (1980: 585)	<i>Публ.</i> 1. О месте, где происходят какие-л. чрезвычайные события, характеризующиеся обострением ситуации, возникновением напряженности, кризисами. 2. Об отраслях человеческой деятельности, переживающих	Vijesti iz politike	Idiom često korišten u političkom diskursu	Privlačenje pažnje čitatelja, povećanje ekspresivnosti teksta

	большие трудности, упадок.			
Наломать дров – učiniti mnogo gluposti (štete), nadrljati (1980: 313)	<i>Разг. Неодобр.</i> или <i>Ирон.</i> Наделать глупостей, больших ошибок.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu politike	Privlačenje pažnje čitatelja, formiranje općeg mišljenja
Закрывать глаза – zatvarati oči pred čim, ne obraćati pažnju, žmiriti na što (1980: 201)	<i>Прост.</i> Скрывать от кого-либо что-либо важное, умалчивать о чём-либо.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu politike	Privlačenje pažnje čitatelja, formiranje općeg mišljenja
Чесать язык – brbljati, naklapati, drobiti, mlatarati jezikom (1980: 784)	<i>Прост. Ирон.</i> Пустословить, заниматься пустой болтовнёй.	Vijesti iz showbizz-a	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta
Чудеса в решете – čudo neviđeno, čudna mi čuda (1980: 737)	<i>Разг. Ирон.</i> Невероятно, необыкновенно.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta
Читать между строк – čitati između redaka (1980: 530)	<i>Экспрес.</i> Догадываться о скрытом смысле написанного, недосказанного.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu politike	Povećanje ekspresivnosti teksta
Спутать все карты – pobrkati karte, pomrsiti račune	<i>Прост. Экспрес.</i> Срывать чьи-либо намерения, расчёты;	Politički osvrt	Idiom razgovornog stila, emocionalno-	Povećanje ekspresivnosti teksta

кому (1980: 477)	расстраивать чьи-либо планы, начинания.		ekspresivno obilježje	
Сорить деньгами – razbacivati (rasipati) novac, trošiti novac uludo (1980: 277)	<i>Разг. Экспрес.</i> Тратить деньги бездумно, без счёта, напоказ.	Informativni članak - vijesti iz zemlje	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta
Со скрипом – protiv (preko) volje, sporo, nerado (1980: 429)	<i>Разг. Ирон.</i> Очень медленно из-за больших трудностей (делать что-либо, делается что-либо).	Informativni članak - vijesti iz svijeta	Idiom razgovornog stila s obilježjem ironije	Povećanje ekspresivnosti teksta, ironija
На вес золота – vrlo skupo, kao suhi zlato, skuplje od zlata (1980: 87)	<i>Экспрес. 1.</i> Очень дорого что-либо (ценится). <i>2.</i> Важный, нужный, чрезвычайно ценный кто-либо или что-либо.	Informativni članak - vijesti iz zemlje	Emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta
Мир тесен – malen svijet (1980: 631)	<i>Разг. Экспрес.</i> В любом месте возможны самые неожиданные встречи со знакомыми.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila, emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta
Обратиться не по адресу (<i>U tekstu:</i> <i>Обратиться по</i>	<i>Разг.</i> Не к тому, к кому следует; не туда, куда следует.	Vijesti iz showbizz-a	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje

<i>адресу</i>) – обратити се на криву (погрешну) адресу (1980: 4)				пажње читатеља
<i>Вдоль и поперёк</i> – уздуж и попријекo (1980: 80)	1. Во всех направлениях. 2. <i>Экспрес.</i> Очень хорошо; во всех подробностях.	Politički osvrt	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu politike	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja, izražavanje subjektivnog mišljenja autora
<i>Золотое дно</i> – zlatni rudnik, unosan posao, vrela prihoda (1980: 289)	<i>Экспрес.</i> Неисчерпаемый источник обогащения.	Analitički članak	Emocionalno- ekspresivno obilježje, idiom korišten u kontekstu ekonomije	Povećanje ekspresivnosti teksta, izražavanje subjektivnog mišljenja autora
<i>Зарубить на носу</i> – utuviti si u glavu, dobro zapamtiti, zapisati za uho (1980: 742)	<i>Прост. Экспрес.</i> Запомнить крепко- накрепко, навсегда.	Vijesti iz biznisa	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu ekonomije	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja
<i>Заткнуть на пояс</i> – nadmašiti, zadjenuti za pojas koga, nije mu ni do koljena tko (1980: 216)	<i>Разг. Экспрес.</i> Абсолютно, полностью превзойти в чём- либо своего соперника, соперников, партнёра.	Analitički članak	Idiom razgovornog stila korišten u kontekstu politike	Povećanje ekspresivnosti teksta, privlačenje pažnje čitatelja, stvaranje općeg mišljenja
<i>Замкнуться в</i>	<i>Разг.</i> Становиться	Vijesti iz	Idiom	Povećanje

<i>себе</i> – uvući se u sebe, izorilati se (1980: 378)	необщительным, замкнутым, сторониться, избегать людей.	zemlje	razgovornog stila	ekspresivnosti teksta
Заколдованный круг – začarani krug (1980: 543)	<i>Экспрес.</i> 1. Несуразность, логическая ошибка в доказательстве, когда одно положение объясняется посредством другого, которое само должно быть доказано при посредстве первого. 2. Такое стечение обстоятельств, из которого трудно или невозможно найти выход.	Analitički članak	Emocionalno-ekspresivno obilježje, idiom s obilježjem ironije	Povećanje ekspresivnosti teksta, ironija
Закрадываться в душу – uvući se u dušu (srce) (1980: 657)	<i>кого, чью.</i> Непроизвольно появляться, возникать в сознании (о мыслях, чувствах).	Vijesti iz kulture	Emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta
Закинуть удочку – baciti udicu, ispitati teren, pustiti probne balone,	<i>Разг. Ирон.</i> Осторожно узнавать что-либо, предварительно разузнавать что-	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila s obilježjem ironije	Ironija

aludirati (1980: 620)	либо, высказывать намёк на что-либо.			
Задеть за живое – pogoditi u živac, dirnuti u srce (1980: 343)	<i>Разг. Экспрес.</i> Действовать на самолюбие, гордость кого-либо; глубоко волновать.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Povećanje ekspresivnosti teksta
Заговаривать зубы – zavaravati, dovoditi u zabludu koga, odvracati čiju pažnju (1980: 418)	<i>Разг. Ирон. 1.</i> Намеренно отвлекать мысли, внимание собеседника посторонними разговорами. <i>2.</i> Вводить в заблуждение, обманывать.	Informativni članak - vijesti iz svijeta	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu (idiom u naslovu)	Ubjeđivačka funkcija, poetska funkcija
Заглядывать в душу – zavirivati u dušu (1980: 324)	<i>Разг.</i> Пытаться понять чьи-либо тайные, сокровенные мысли, чувства.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Ironija, povećanje ekspresivnosti teksta
Заблудиться в трёх соснах – izgubiti se, ne snalaziti se ni u jednostavnim stvarima (1980: 481)	<i>Разг. Шутл.</i> Не разобраться в самом простом.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Podrugivanje
Закрывать рот – metnuti (staviti) brnjicu (lokot) na usta, začepiti	Прост. Не давать говорить кому-либо что-либо нежелательное.	Sportske vijesti	Idiom razgovornog stila	Omalovažavanje sugovornika

(zatvoriti) usta komu, ušutkivati (1980: 357)				
<i>Жить на широкую ногу</i> – živjeti na velikoj nozi, kao beg, kao aga (1980: 735)	<i>Экспрес.</i> Богато, не ограничивая себя в расходах.	Recenzija serije	Emocionalno-ekspresivno obilježje	Povećanje ekspresivnosti teksta
<i>Ждать у моря погоды</i> – pasivno čekati, čekati da mana padne s neba, lezi hljebe da te jedem (1980: 645)	<i>Ирон.</i> Надеяться, рассчитывать на что-либо неопределённое, не предпринимая никаких действий, усилий, оставаясь пассивным.	Vijesti iz politike	Idiom razgovornog stila korišten u političkom kontekstu	Privlačenje pažnje čitatelja, ironija

5. POKAZATELJI PROVEDENE ANALIZE KORPUSA

Cilj analize ovih tekstova bio je pokazati je li žurnalistički stil suvremenog ruskog jezika raznolik ili pak ima ustaljene karakteristike. Nastojalo se pokazati kakva su stilski obilježja idioma na portalima, koja je njihova funkcija, jesu li idiomi prošli kroz određenu vrstu transformacije, te u kakvim se vrstama hiperteksta idiomi nalaze. Analiza je pokazala sljedeće rezultate:

od 105 analiziranih članaka, velik udio njih odnosi se na političku tematiku – čak 44 članka su iz oblasti politike (informativne vijesti, politički osvrti, analitički članci vezani za politiku). Dovoljan broj članaka vezan je i za sportsku tematiku (njih čak 18), te 16 članaka je informativne prirode, odnosno, odnose se na vijesti iz zemlje i svijeta. Ostatak se u nešto manjem broju odnosi na vijesti iz showbizza, analitičke članke, intervju, kritiku, vijesti iz biznisa, te tekstove iz područja znanosti i kulture. Upravo zbog same tematike istraženih novinskih tekstova bilo je zanimljivo analizirati stilski obilježja i funkciju idioma u žurnalističkom stilu. Stoga kao rezultat promatranja stilskih obilježja može se istaknuti da je najveći broj idioma vezan za razgovorni stil. Međutim, unutar toga postoje i oni idiomi razgovornog stila koji su korišteni u kontekstu politike, sporta, ekonomije, s ciljem da izazovu ironiju i slično, pri čemu kontekst politike prevladava. Vidimo da pojedini idiomi pripadaju razgovornom stilu a ujedno imaju emocionalno-ekspresivno obilježje, ili imaju obilježje ironije. Mora se istaknuti da među primjerima postoje i politički idiomi, koji su svojom prisutnošću posebno stilski obojali hipertekst. Dakle, dobivanje određenog stilskog obilježja ovisilo je o samom kontekstu članka i poziciji autora. Kada je riječ o funkcijama, raznolikost stila nam se pokazala i na tom planu. Velik broj idioma je utjecao na povećanje ekspresivnosti teksta. Pored te funkcije, određeni idiom je svojom prisutnošću utjecao i na čitatelja, ili je korištenjem idioma to barem bila namjera autora. Kod onih članaka čija je pozicija autora naglašena, idiom ima funkciju da ističe autorovo subjektivno mišljenje, što je posebno prisutno u političkim osvrtima, dok u nekim analitičkim člancima idiom ima takvu funkciju da utječe na formiranje općeg mišljenja čitatelja. I u ovom dijelu potrebno je istaknuti da jedan idiom, što zbog konteksta članka ili pozicije autora, u većini slučajeva nema samo jednu funkciju, već ih može imati i više. I to služi kao još jedan pokazatelj da frazeologija unutar žurnalističkog stila ruskog jezika nije statična, već itekako dinamična.

S obzirom na to da gotovo svi idiomi dolaze iz razgovornog jezika, oni služe i da što vjernije prenesu određena značenja, budući da su poznata širim masama. Dobar su izbor jer su istovremeno i mamac, i tekstu daju neobičnost, upečatljivost, zabavni su, naročito oni primjeri sa leksičkim transformacijama.

Prilikom analiziranja transformacije idioma, primjetno je da je većina idioma prošla kroz gramatičku transformaciju, naročito jer je to zahtijevao gramatički sastav rečenice, gdje je moralo doći do deklinacije ili konjugacije. Vidljiva je bila i leksička transformacija gdje je određeni dio forme idioma izostavljen ili je dodan, što je idiomu dalo posebnu funkciju, dok transformacije značenja uopće nije bilo.

Uz sve navedene podatke može se zaključiti da su rezultati pokazali izuzetnu raznolikost žurnalističkog stila suvremenog ruskog jezika u smislu vrste teksta u kojem se koriste, te stilskih obilježja koje pokazuju unutar tog teksta. Idiomi se u hipertekstu mogu koristiti u raznim kontekstima, te u dosta primjera nemaju samo jednu funkciju, već ih imaju više. Ta činjenica je jasan pokazatelj da jedan idiom, iako ima svoje značenje i obilježje u rječnicima, upravo te dvije stvari može prilagoditi kako bi se poruka teksta vjerodostojno prenijela, kako bi se privukla čitateljeva pažnja, te ujedno kako bi se istaknula autorska misao u određenom tekstu.

6. ZAKLJUČAK

Rezultati analize su pokazali koliko je žurnalistički stil suvremenog ruskog jezika bogat idiomima. Autori ih koriste u razne svrhe: kako bi izrazili svoje mišljenje o temi, kako bi privukli čitatelja i utjecali na njega, te kako bi svom tekstu dali određenu ekspresivnost i stilsku obojenost. Najčešće su autorski tekstovi žurnalističkog stila ruskog jezika ti koji uvode idiomatske izraze, jer autori traže određenu jezičnu cjelinu koja će imati značajnu funkciju u tekstu. Idiomi u člancima koje smo analizirali ne samo da skreću pažnju na poruku teksta i ne samo da privlače čitatelja već neke od njih autor uvodi kao obilježja sarkazma i ironije, što nam pomaže da otkrijemo i individualni stil autora. Iz svih navedenih primjera može se zaključiti da se većina idioma uzima iz razgovornog stila. Prethodno je spomenuto da su idiomi najčešće i sastavni dio razgovornog stila, međutim, ovim radom se pokazalo da žurnalistički stil ima potrebu uključiti i one odlike drugih stilova koji mu se čine prikladnim. Pokazalo se da se razgovorni idiomi ne koriste samo u razgovornom kontekstu. Štoviše, većina njih su oni koji se koriste u raznim drugim kontekstima, počevši od politike. Korištenje takvih idioma u žurnalistici je značajno, jer oni imaju snažnu poziciju s obzirom na to da ponekad vrše i više funkcija odjednom.

Autor u ovim člancima igra veliku ulogu. On je taj koji određuje kako i na koji način će uvesti određeni idiomatski izraz u tekst, koju će funkciju idiom imati, te kako će upotpuniti tekst. U dosta primjera su autori članaka potpisani – čak postoje primjeri informativnih članaka koji imaju potpisanog autora. To dosta govori i o suvremenoj ruskoj publicistici – činjenica da se ističe ime i prezime autora nam na neki način i olakšava promatranje ovog pitanja, jer nam postaje jasno da autor stoji iza onih stilskih odrednica koje se nalaze u tekstu, i on odlučuje kako će se neka pozicija teksta ponašati. Iz tog razloga, žurnalistički stil je jedan od najslobodnijih stilova kojem autor može pridodati obilježja drugih stilova, ovisno o funkciji koja se želi postići nekim tekstom. Autor sebi daje za pravo da idiom čak i transformira, kako bi isti prilagodio svojoj potrebi za što bolje izražavanje poruke teksta i svoga mišljenja na određenu temu.

Iako žurnalistički stil pruža mogućnosti biranja jezičnih sredstava, on ipak zadržava osnovne karakteristike svojstvene tom stilu. Prije svega možemo reći da zadržava karakteristike svojstvene upravo portalima, na kojima se neke osnovne odlike žurnalističkog stila ponekad i gube. Žurnalizmi su još jedan pokazatelj da ovaj stil zadržava svoje osnovne karakteristike. Iz

navedenih primjera koji sadrže žurnalizme vidljivo je da oni nisu pretjerano ekspresivni, te da su postali ustaljeni izrazi prilikom pisanja teksta na portalima. Treba još jednom istaknuti da se odabir idioma u ovom radu bazirao i na frekventnosti njihove upotrebe na portalima „Rambler“ i „Gazeta.ru“. Kroz tražilice ova dva portala moglo se vidjeti je li i u kojoj je mjeri idiom transformiran, te u kakvim se vrstama hiperteksta on koristi. Upravo ta frekventnost može biti postavka za daljnja istraživanja u ovom području.

Ono što također ostavlja prostor za daljnja istraživanja u ovom području je i prijevod idioma žurnalističkog stila na hrvatski jezik. Opisani primjeri ukazuju da postoje točni prijevodni ekvivalenti na hrvatskom jeziku koji su također idiomi. Može se pretpostaviti da bi takvih primjera moglo biti još više, zbog srodnosti koje ruski i hrvatski jezik dijele. Međutim, ta činjenica je samo pretpostavka, ali svakako da postoji potencijal da se na ovu temu otvore brojna pitanja i pokrenu nova istraživanja.

Sa sigurnošću se može reći da razvoj suvremenog ruskog jezika svakodnevno pridonosi i razvoju žurnalističkog stila, čime se itekako javljaju nove teme za daljnja istraživanja i otvaraju brojna pitanja.

7. LITERATURA

1. Васильева, А. Н. (1982). *Газетно-публицистический стиль речи*. Москва: Издательство «Русский язык».
2. Баранов, А. Н., Добровольский, Д. О. (2016). *Основы фразеологии (краткий курс): учебное пособие, 3-е издание*. Москва: «ФЛИНТА», Москва: «Наука».
3. Беспалова, Е. А. (2017). *Лексическая замена как способ трансформации фразеологизмов в публицистике Е.И. Носова*. В: Известия Юго-Западного государственного университета: Серия: лингвистика и педагогика, Том 7, 2 (23). Курск: Минобрнауки России.
4. Dubrovin, M. I. (1980). *A Book of Russian Idioms Illustrated*. Moscow: Russian Language Publishers.
5. Фёдоров, А. И. (2008). *Фразеологический словарь русского литературного языка*. Москва: АСТ.
6. Гермогенова, И. Ю., Павлова, Т. (2016). *Некоторые аспекты использования 65 фразеологических единиц в текстах СМИ (на материале англоязычных газет)*. Международный студенческий научный вестник, стр. 1-7
7. Hudeček, L. (2006) *Jezične značajke novinskih naslova u Jezik i mediji – jedan jezik: više svjetova*. Zagreb – Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.
8. Katnić-Bakaršić, M. (2001). *Stilistika*. Sarajevo: Ljiljan.
9. Казанцев, А. И. (2009). *Фразеологизмы в рекламных текстах челябинских СМИ*. Вестник Челябинского государственного университета.
10. Kojčinović, R. (2014). *Leksička obilježja jezika u novinskim tekstovima i naslovima*. Osijek: Hrvatistika, 7.(7.), str. 39-50.
11. Korać, T. et al. (1980). *Rusko hrvatski ili srpski frazeološki rječnik*. Zagreb: Školska knjiga.
12. Minugh, D. (2014). *Studies in Corpora and Idioms: Getting the cat out of the bag*. Stockholm: University of Stockholm.
13. Романова, Н. Н., Филиппов, А. В. (2006). *Стилистика и стили*. Москва: Издательство «ФЛИНТА».

14. Саютина, Н. В. (2011). *Трансформация фразеологических единиц в газетной публицистике: жанровая специфика*. Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика.
15. Т. Г. Никитина, В. М. Мокиенко (2007). *Большой словарь русских поговорок*. Москва: Олма Медиа Групп.
16. Tanović, I. (2000). *Frazeologija bosanskoga jezika*. Sarajevo: Dom štampe Zenica.

Internetska literatura:

1. Kragić, B. (2021.). *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Datum pristupa: 26. 11. 2022.
<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=25636>.
2. Hrvatski jezični portal. <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=main>. Datum pristupa: 1.6.2022.
3. Национальный корпус русского языка. Режим доступа:<http://ruscorpora.ru/new/search-main.html>. Дата обращения: 15.5.2022.
4. Соловьёва, А. Д. (2010). *Современные СМИ как источник пополнения фразеологизмов русского языка. Знак: проблемное поле медиаобразования*. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-smi-kak-istochnik-popolneniyafrazeologizmov-russkogo-yazyka>. Дата обращения: 8.3.2022.
5. Исмаилова, Л. Г. (2014). *Использование фразеологизмов в официальных СМИ Азербайджана*. Коммуникология, стр. 147-158. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-frazeologizmov-v-ofitsialnyh-smiazərbaydzhanı>. Дата обращения: 16.5.2022.
6. Колиева, И. Н. (2009). *Использование фразеологических единиц и некоторые приемы их преобразования в газетных заголовках (по материалам газеты «Растдзинад» («Правда») Республики Северная Осетия Алания)*. Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, стр. 197-203. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-frazeologicheskikhedinits-i-nekotorye-priemy-ih-preobrazovaniya-v-gazetnyh-zagolovkah-pomaterialam-gazety-rastdzinad>. Дата обращения: 11.5.2022.

Izvori:

1. «Газета.ru». Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/>. Дата обращения: 10.6.2022.
2. «Рамблер». Режим доступа: <https://www.rambler.ru/>. Дата обращения: 2.6.2022.