

U naslovima ništa novo: uloga aluzija kao manifestacija intertekstualnosti u novinskim naslovima na primeru nemačke štampe

Ljiljana Glišović¹

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman1431059G

Rezime: *S tematskog i formalnog aspekta rad osvetljava aluzije kao manifestacije intertekstualnosti u novinskim naslovima ozbiljne nemačke dnevne štampe, (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung), njuzmagazina (Der Spiegel), i bulevar-ske (BILD-Zeitung). Cilj istraživanja je da ukaže na, uslovno uzeto, odnos manifestnog i referentnog teksta s jedne i formalne "tehnike" u stvaranju aluzija mehanizmima zamene, dodavanja, izostavljanja ili promene mesta u odnosu na referentni naslov s druge strane i pokaže kreativnost njihovog tvorenja u novinskim naslovima. Rad, naime, otkriva kada dolazi do promene jezičke funkcije s referencijalne i konativne na poetsku, kada čitalac ima estetsko zadovoljstvo otkrivanja ugrađenog teksta, a kada do nje ne dolazi, već su posredi klišetirane aluzije, neka vrsta rutinskih mehanizama pri stvaranju aluzija koji se uglavnom manifestuju opštim mestima, ili iz aksiološke perspektive razliku između autentičnosti, originalnosti i trivijalnosti, neautentičnosti, klišetiranosti. Primerima iz tzv. nemačke žute štampe, dnevnika BILD-Cajtung, potvrđena je pretpostavka o aluzivnoj kreativnosti naslova i u bulevarskoj štampi.*

Ključne reči: *naslov, aluzija, intertekstualnost, referentni i manifestni tekst, referencijalna, konativna i poetska funkcija, originalno, neoriginalno, autentično, neautentično.*

Uvod: intertekstualnost naslova

Naslovi čine jaku okosnicu teksta bez obzira na njihovu funkcionalno-stilsku pripadnost. Predmet ovoga rada jesu aluzije kao manifestacija intertekstualnosti u novinskim naslovima nemačke štampe. Pojam intertekstualnosti prema

¹ Kontakt s autorkom: ljiljana.glisovic@fpn.bg.ac.rs.

Juliji Kristevoj (Kristeva, 1967) podrazumeva da svaki tekst ima dva nivoa tumačenja, prvi, horizontalni, koji povezuje autora i čitaoca i drugi koji povezuje tekst s drugim tekstovima. Svaki tekst na neki način je proizvod postojećeg univerzuma diskursa, odnosno svaki tekst izgrađuje intertekst, u nizu tekstova koji su već napisani ili koji će tek biti napisani, čime je ovakav stav u bliskoj vezi s pojmom autopojezisa, konstruktivističkim pojmom samoreferentnosti, ovde svojstvom teksta da nekim svojim obeležjima upućuje na druge tekstove. Iz ovakve uslovne definicije pojma intertekstualnosti naslućuju se i problemi koje on inicira i njegova ambivalentnost. Otuda razgraničavanje na opštu i posebnu intertekstualnost, odnosno citatnost. Dok se posebna ograničava na drugačiji pristup književnim tekstovima, dotle su koncepcije opšte intertekstualnosti na prelazu iz strukturalizma u poststrukturalizam zaokupljene opštim pitanjima teksta, prihvaćenim ne samo u interdisciplinarnim istraživanjima društvenih nauka, već i vizuelnih umetnosti, medija, popularne kulture. Dijalogizam Mihaila Bahtina i teza Ferdinanda de Sosira o proizvoljnosti jezičkog znaka i razlikovanje sinhronije i dijahronije utrlji su Kristevoj i Rolanu Bartu put koji je vodio ka promeni semiotičke paradigme. Time je, kada su u pitanju umetnička dela i dela šire popularne i medijske kulture, skrenuta pažnja na njihovu otvorenost, transgresivnost, procesualnost, parodičnost i citatnost. Radikalne koncepcije intertekstualnosti u postavkama ne samo Kristeve i Barta, već i Mišela Fukoa i Žaka Derida o tome da nema izvornog i neponovljivog, apsolutno novog pisanja i ideje kojima se najavljuje kraj autonomnosti teksta tvrdeći da nije autor taj koji je govoreći subjekat određenog teksta, već kroz njega progovara celina diskursa, predodređena ranijim delima i idejama, vremenom su relativizovane. Zalažući se za intertekstualno čitanje fenomena savremene kulture Ljubomir Maširević, na primer, ističe potrebu razlikovanja čistog eklectizma od posmodernističke kreativne metode stvaranja učestalom citatnošću i aluzijama (Maširević, 2007: 421). Pojam intertekstualnosti danas se može analizirati u odnosu na fenomen hiperteksta, kao i teorije otvorenog dela Umberta Eka, što kao tema zavređuje prostor zasebnog rada. Ovde ćemo se baviti novinskim naslovima i predmetnim fenomenom.

Intertekstualnost je možda najmarkantnije iskazana u naslovima. "Osim što upućuje na izvantekstualnu stvarnost (najavljuje temu, osnovnu misao teksta i autorov stav), naslov svojim oblikom i izborom sredstava podsjeća na slične tekstove i načine naslovljavanja. U toj ulozi djeluje kao *intertekstualna kopča*. To njegovoj semantičkoj ulozi daje poseban sloj, koji ima *učinak prisjećanja*" (Ivas, 2004: 13). Za fenomen intertekstualnosti može se reći da je ujedno i nov i star.

Naime, nov u teorijskom smislu kao teorijski neologizam, dok je predmetnost na koju se odnosi, kako pokazuje slovenački teoretičar književnosti, Marko Juvan, mnogo starija od izraza koji je imenuje (Juvan, 2013: 11–13), jer je pojam intertekstualnosti vrlo blizak pojmovima *aluzija*, *citiranost*, *parodija*, s čijim se semantičkim poljima i ukršta. Da je posredi neologizam i da je intertekstualnost još uvek teorijska novina svedoče i različiti termini koji se upotrebljavaju da označe odnos između teksta i tekst(ov)a, te tako imamo tekst *in presentia* i tekst *in absentia*, odnosno, onaj koji evocira i onaj koji biva evociran, ili *referentni* i *manifestni*, ili, pak, *genotekst* i *fenotekst*.

Međutim, ono što je od posebne važnosti jeste da je ovaj teorijski neologizam relativizovao karakter značenja ne samo u književnosti, već i u drugim oblastima i disciplinama, semiotici filma, muzike, te između ostalog i u teoriji medija. U nedavno objavljenoj knjizi *Intertekstualnost* Juvan daje veoma iscrpnu analizu istorije i poetike predmetnog fenomena, podvodeći pod najznačajnije intertekstualne figure *topos*, ili *opšte mesto*, *citac*, *aluziju*, *parafrazu*, i *parodiju* ukazujući kako je sam „izraz *aluzija* etimološki povezan s latinskim rečima *ludere* i *alludere* i zato implikuje igru, igrivost“ (Juvan, 2013: 31).

Razlika između igre reči i aluzije kojom se bavimo u radu jeste što se prva bazira na kodifikovanim rečničkim jedinicama ili gramatičkim pravilima, dakle na *langue*, a druga na tekstualnim jedinicama, na *parole* u Sosirovoj podeli na jezik i govor. „Aluzije su u dvostrukom smislu asocijativno orijentisane: one pretpostavljaju da je ne samo pošiljalac, nego i primalac sposoban za kreativno, asocijativno mišljenje, jedan da načini aluziju (...), drugi da prepozna aluziju. Aluzije imaju karakter eha.“ (Wills, 1989: 45).

Simptomatično je da se uslovno uzeta kreativnost u smislu upotrebe aluzija u novinskim naslovima podjednako javlja u ozbiljnoj štampi, kao i u bulevarskoj. Čitaочеvo interesovanje pobuđuje po pravilu ono što ima veze sa stvarima koje već poznajemo, a intertekstualni naslovi sadrže elemente iz čitaocu poznatih predtekstova koji su na neki način izmenjeni. Preletanjem naslova prvo pada u oči ono što je samo delom poznato. To ga podstiče na čitanje. Upravo u tome jeste pragmatička funkcija naslova. Stoga je komunikacija preko aluzija jedan interaktivan postupak, jer ono što je autor implicitno uneo u tekst, u našem slučaju naslov, čitalac treba da dešifruje. Percepcija jednog je istovremeno percepcija onog drugog. Pri tome se, naravno, ima na umu disperzivnost čitalačke publike i da aluzija dovodi u pitanje recepciju i interpretaciju, zato što je to stilska figura koja pretpostavlja sposobnosti asocijacije ne samo kod pošiljaoca, nego i kod primaoca. „Aluzije su uvek u diskursivnom kontekstu. One

predstavljaju specifičan oblik intencionalnog jezičkog delanja, pri čemu tekstualni kontekst određuje vrstu i način aluzije, kao što obrnuto aluzije određeni kontekst akcentuju u stilskom, intelektualnom, moralnom ili sociokulturnom smislu.“ (Vils, 1989: 44)

Oslanjajući se delimično na Vilsovu analizu aluzija (Vils, 1989) pokazaćemo kako novinarima na raspolganju stoje različite, ali često rutinizovane matrice za stvaranje aluzija. Na tematskom nivou manifestni tekst odnosno naslov aludira na najrazličitije teme i naslove iz religije, medija, dakle, televizije, filma, radija, te istorije, književnosti, politike, sporta... Na formalnom nivou mogu se utvrditi sledeći odnosi manifestnog i referentnog teksta: potpuna formalna identičnost, delimično poklapanje, nagoveštaj sličnosti.

Na primerima iz pomenute ozbiljne štampe i bulevarske pokazaćemo “aluzivne tehnike” kao načine manifestovanja intertekstualnosti, s jednostavnijim ili manje jednostavnijim pronicanjem u njihov kod. Ići ćemo korak dalje i pokazati gde su posredi rutinizovane tehnike u stvaranju aluzija, odnosno referentnog i manifestnog teksta, a gde su aluzije izraz originalnosti, te autentičnosti.

Analiza naslova

1. Potpuno poklapanje referentnog i manifestnog naslova

1.1. Naslov iz njuzmagazina *Špigl (Der Spiegel) Ništa od sastanka na vrhu* upravo je primer autentičnosti aluzije. U intertekstualnom smislu manifestni tekst, ovde naslov *Über allen Gipfeln ist Ruh*² jeste aluzija koja je na površinskom nivou formalno potpuno identična prvoj strofi Geteove *Putnikove noćne pesme (Wanderers Nachtlied): Nad svim vrhovima je mukl Über allen Gipfeln ist Ruh*³ U *Špiglu* iz vremena Hladnog rata naslov govori o odsustvu volje velikih sila da održe zajednički sastanak. Reč *Gipfel* ovde je upotrebljena u značenju konferencija na vrhu, te bi ovaj naslov u političkom kontekstu 60-ih glasio, kako je navedeno na početku, *Ništa od sastanaka na vrhu*, odnosno kako vlada potpuni muk u pogledu održavanja sastanka na vrhu. U ovom značenju aluzija se bazira ne samo na dva leksička značenja (langue), nego i na dva različita iskaza (paroles) u smislu De Sosirove podele na langue i parole, odnosno jezika kao sistema normi i njegove konkretne manifestacije. Radi se o svesnoj nameri da se drugi tekst, strofa Geteove pesme, ugradi u naslov korišćenjem polisemič-

² Über allen Gipfeln ist Ruh', Der Spiegel, 27/1959 01.07.1959.

³ Postoje različite verzije prepeva: *Nad svim vrhovima je mir, Nad svim brežuljcima je mir...*

nosti, višeznačnosti imenice Gipfel, (der Gipfel, vrh, vrhunac, i u političkom značenju sastanak na vrhu, odnosno samit, skraćeni oblik od Gipfelkonferenz, Gipfeltreffen).

1.2. Naslov teksta u *Špiglu*, *Povratak u budućnost/Zurück in die Zukunft*⁴, poznatog nemačkog sociologa Ulriha Beka jeste aluzija na istoimenu filmsku trilogiju *Back to the Future* iz 90-ih godina. *Povratak u budućnost* je Bekov esej o vraćanju Nemačke u vilhelminsku politiku, što je ovde, u kritičkom tonu između ostalog tematizovano i promenjenom ulogom nemačkih oružanih snaga, od Bundesvera za odbranu Nemačke do Bundesvera za odbranu sveta.⁵ Stepenn originalnosti ovog naslova znatno je manji u poređenju s prethodnim primerom. *Povratak u budućnost* je naslov koji često srećemo i u našoj štampi i gde se polako gubi aluzivnost, odnosno povezivanje s referentnim naslovom, istoimenom filmskom trilogijom. Isti slučaj je i s narednim naslovom u *Špiglu*:

1.3. *Izgubljeni raj/Das verlorene Paradies*, 24.5.1999 1999/21, aluzija na Miltonov religiozni ep *Paradise Lost*, što je naslov nekoliko članaka u *Špiglu*. Dok naslov iz 1995.⁶ tematizuje istorijski sukob Indije i Pakistana, *Izgubljeni raj* iz 1999.⁷ jeste članak o Hrvatskoj, odnosno dalmatinskoj rivijeri posle rata na prostorima negdašnje Jugoslavije, a onaj iz 2002.⁸ je o talibanima u Avganistanu, što samo po sebi govori o već često korišćenoj i time svakako manje eksperesivnoj i originalnoj aluziji.

1.4. *Markt der Eitelkeiten /Vašar taštine*, naslov je dva priloga u *Špiglu* kao aluzija na roman engleskog satiričara Vilijema Tekerija *Vanity Fair*. Prvi, iz 1967.⁹ je kritika izbora u vezi s Nobelovom nagradom iz oblasti medicine, a drugi, iz 1999¹⁰ predstavlja kritiku mirovnih pokušaja međunarodne zajednice u sukobima na Kosovu.

⁴ Zurück in die Zukunf, *Der Spiegel*, Nr. 47/1993, 22.11.1993.

⁵ Bundesheimwehr-Bundesweltwehr.

⁶ Das verlorene Paradies, *Der Spiegel*, Nr. 21/1995, 22.05.1995.

⁷ Das verlorene Paradies, *Der Spiegel*, Nr. 21/1999, 24.5.1999.

⁸ Das verlorene Paradies, *Der Spiegel*, Nr. 6/2002, 04.02.2002.

⁹ Markt der Eitelkeiten, *Der Spiegel*, Nr.44/1967, 23.10.1967.

¹⁰ Markt der Eitelkeiten, *Der Spiegel*, Nr. 21/1999, 24.05.1999.

1.5. *Doktor Džekil i mister Hajd/ Dr. Jekyll und Mister Hyde* jeste često ponavljana aluzija na američki horor film po istoimenoj priči Roberta Luisa Stivenzona. U *Špiglu* se prvi put pojavljuje 1972.¹¹ u tekstu o Langerovoj psihološkoj studiji o Hitleru, po nalogu američke obaveštajne službe. Neredni je iz 1999.¹² o suptilnoj propagandi spin doktora u ratu na Kosovu. Tekst novijeg datuma s istim naslovom potiče iz 2008.¹³ i odnosi se na različitu reputaciju nemačkog Telekoma.

2. Delimično poklapanje s naslovom na koji se aludira mehanizmima zamene, dodavanja, izostavljanja ili promene mesta u odnosu na referentni naslov pri čemu može doći i do ironizacije referentnog elementa.

2.1. *Bez dima nema ni ljubavne vatrel Ohne Rauch kein (Liebes-)feuer*¹⁴ u nemačkom bulevarskom dnevniku *BILD-Cajtung* je aluzija na poslovicu *Nema dima bez vatrel/Kein Rauch ohne Feuer* koja se odnosi na novu životnu saputnicu vremesnog bivšeg kancelara Nemačke, Helmuta Šmita, poznatog kao strastvenog pušača, koja je takođe pušač.

2.2. *Nova ruka Božijal/Die neue Hand Gottes*¹⁵, takođe u *BILD-Cajtungu*, je aluzija na čuveni citat nekadašnje argentinske fudbalske zvezde Dijega Maradone *Ruka Božijal/Hand Gottes* kada je u četvrtfinalu Svetskog prvenstva 1986. dao rukom gol Englezima u Meksiku i pravdao to „rukom božijom“, a sada povodom izbora argentinskog kardinala za papu.

2.3. Aluzija u *Špiglu* na prvu strofu prethodno navedene „Putnikove noćne pesme“ u *Špiglu* zamenom reči muk imenom austrijskog alpiniste Bula (Hermann Buhl) i izostavljanjem enklitike je - *Nad svim vrhovima je muk* - *Nad svim vrhovima Buhl/Über allen Gipfeln Buhl*¹⁶ u vezi s filmom Hansa Ertla “Nanga

¹¹ Dr. Jekyll und Mister Hyde, Der Spiegel, Nr. 39/1972, 18.09.1972.

¹² Dr. Jekyll und Mister Hyde, Der Spiegel, Nr. 20/1999, 17.05.1999.

¹³ Dr. Jekyll und Mister Hyde, Der Spiegel, Nr.29/2008, 14.07.2008.

¹⁴ BILD, 04.August 2012.

¹⁵ BILD, 14. März 2013.

¹⁶ Über allen Gipfeln Buhl, Der Spiegel, Nr. 49/1953 02.12.1953.

Parbat 1953” o alpinisti Bulu koji se popeo na vrh Nanga Parbat na Himalajima.

Na istu aluziju i sličnu tehniku nailazimo u *FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung)* – negiranjem poslednje reči strofe *Nad svim vrhovima nema mukal Über allen Gipfeln ist keine Ruh*¹⁷ (kako je u pitanju strofa pesme, verovatno bi adekvatniji prevod novog naslova bio *Nad svim vrhovima ne vlada muk*) povodom brilijantnog koncerta džez pevačice Madlen Peru (Madeleine Peyroux) u Hajdelbergu.

2.4. *Rat svakog protiv svakog /Jeder kämpft gegen jeden*¹⁸ jeste često korišćen naslov, naročito tokom izveštavanja o ratu 90-ih u bivšoj Jugoslaviji u nemačkoj štampi, u verzijama *Rat svih protiv svih*, *Rat svakog čoveka protiv svakog drugog*, *Svako protiv svakog*, *Svako protiv svakog na Kosovu*¹⁹... , koji aludira na Hopsovu teoriju prirodnog stanja, odnosno tezu *bellum omnium contra omnes* (Hobbes, 1961: 108). Prvi put se ovaj naslov u *Špiglu* pojavio 1988²⁰ i tematizovao je tešku privrednu krizu koja preči izbijanjem rata u bivšoj Jugoslaviji.

2.5. Naslov teksta u dnevnom listu *FAZ Beograd, dan posle/ Belgrad am Tag danach*²¹ nakon političke promene vlasti 5. oktobra 2000. u Srbiji koristi se mehanizmom dodavanja, u ovom slučaju reči Beograd, pravljenjem aluzije na čuveni američki televizijski film *The day after*, tim pre što je kraj filma otvoren, ne predviđa obavezno i srećan završetak.

2.6. Reportaža o bageristi Ljubiši Đokiću alias Džo Bagerista, u dnevnom novinama *SZ (Süddeutsche Zeitung)* kao junaku Oktobarske revolucije nosi naslov *Revolucija ljubi svoj bager/Die Revolution küsst ihren Bagger*²² kao aluzija na Francusku revoluciju i Vernjioovu sentencu *Revolucija (kao Saturn) jede sopstvenu decu/Die Revolution (gleich Saturn) frisst ihre eigenen Kinder*²³ ovoga puta sa obrtom drugog dela metafore.

¹⁷ Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10.11.2012.

¹⁸ „Jeder kämpft gegen jeden“, Der Spiegel, Nr. 42/1988, 17.10.1988, Nr. 30/1991, 22.07.1991.

¹⁹ Jeder gegen jeden, Der Spiegel, Nr. 1998/11, 9.03.1998, takođe: Jeder gegen jeden im Kosovo, SZ, 12.12.1998.

²⁰ „Jeder kämpft gegen jeden“, Der Spiegel, Nr. 42/1988.

²¹ Belgrad am Tag danach, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 7. 10. 2000.

²² Die Revolution küsst ihren Bagger, Süddeutsche Zeitung, 14/15. 10.2000.

²³ U nemačkom jeziku ova aluzija je još ekspresivnija, jer postoji glasovno rimovanje u referentnom i manifestnom naslovu reči jede i ljubi, küsst/frisst.

2.7. Naslov *Uslovno sposobni za napad/Bedingt angriffsbereit* više puta se pojavljuje u *Špiglu*, tematski je vezan za istoriju istraživačkog novinstva i slobodu štampe u Nemačkoj. Predstavlja aluziju na naslov teksta *Uslovno sposobni za odbranu/Bedingt abwehrbereit*,²⁴. Manifestni naslov nastaje obrtom drugog dela sintagme: *Uslovno sposobni za napad* umesto referentnog naslova *Uslovno sposobni za odbranu*, koji je bio predmet čuvene *Afere Špigl*, kada se oktobra 1962. pojavio članak odgovornog urednika Konrada Alera povodom manevra NATO pakta *Faleks 62*. Zaključak koji se mogao izvesti iz teksta jeste da je Bundesver samo uslovno spreman za odbranu zemlje. Nekoliko dana potom Savezno javno tužilaštvo naredilo je pretres zgrade *Špigla* u Hamburgu i redakcije u Bonu. Nekoliko urednika bilo je uhapšeno. Hapšenje novinara i sprovođenje istrage izazvalo je masovne proteste u Nemačkoj. Afera se završila ostavkom tadašnjeg nemačkog ministra odbrane Franca Jozefa Štrausa, koji je imao presudnu ulogu u pokretanju istrage i hapšenju novinara. Tada je u praksi potvrđena primena pete tačke nemačkog Ustava kojom se garantuje sloboda štampe i informisanja u Nemačkoj.

Aluzije na pomenuti članak u *Špiglu* pojavljuju se i u dnevniku *FAZ* zamenom drugog dela naslova, odnosno upotrebom antonima u odnosu na referentni naslov. Ponavljanjem oni svakako gube na autentičnosti i ekspresivnosti, ali isto tako neprestano podsećaju na *Aferu Špigl* kao paradigmu uticaja ovog njuzmagazina na nemačko društvo. Tako se 1995. u *Špiglu* pojavljuje naslov *Bundesver '95- uslovno sposobni za napad/ Bundeswehr '95 - Bedingt angriffsbereit*²⁵ o angažovanju nemačkih vojnika u operacijama UN i NATO, prvi put posle Drugog svetskog rata. Na isti naslov, *Uslovno sposobni za napad* nailazimo nešto kasnije u *Špiglu* povodom otkazivanja operacije nemačkih specijalaca na somalijske pirate 2009²⁶, ali isto tako u *FAZ* u vezi s debatom u Bundestagu o reformi nemačkih oružanih snaga.²⁷

2.8. *Gelegenheit macht Liebe/Prilika čini ljubav*²⁸ je prilog dnevnika *FAZ* o iskušenjima u braku i razlozima bračnih prevara, aluzijom na latinsku izreku *Occasio facit furem/ Gelegenheit macht Diebel Prilika čini lopova*.

²⁴ Bedingt abwehrbereit, Der Spiegel, Nr.41/1962, 10.10.1962.

²⁵ Bundeswehr '95 – Bedingt angriffsbereit, Der Spiegel, Nr. 5/1995, 30.01.1995.

²⁶ Bedingt angriffsbereit, Der Spiegel, Nr. 20/2009, 11.05.2009.

²⁷ Bedingt angriffsbereit, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 09.02.2001.

²⁸ Gelegenheit macht Liebe, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 24.07. 2006.

Supstitucijom na nivou manifestni-referentni test postiže se semantička različitost, dok sintagmatsko-sintaksički okvir ostaje velikim delom očuvan. Princip je isti: pojedini ili više leksičkih elemenata zamenjuje se drugim i na taj način dolazi do nove smisaone jedinice koja je ista kao stara struktura. Semantička različitost oba naslova koja može da seže od slabe do veoma jake promene čitaocu pada u oči, jer je utemeljena u jasno izraženoj sintagmatsko-sintaksičkoj relaciji.

2.9. Jedan od mehanizama pravljenja aluzija pored supstitucije jeste i izostavljanje reči u odnosu na referentni tekst, poput aluzija na Brehtovu dramu *Majka Hrabrost i njena decal/Mutter Courage und ihre Kinder*. Tako je *Majka Hrabrost* naslov niza tekstova koji su se pojavili u *Špiglu*. Jedan od naslova jeste i tekst o Biljani Plavšić, bivšoj predsednici Republike Srpske u krajnje ironičnom tonu,²⁹ potom u rubrici Sport pod istim naslovom o najmoćnijoj ženi u američkom profesionalnom hokeju, Tatjani Ovječkinoj³⁰, dok naslov o smrti legendarne južnoafričke pevačice Miriam Makebe, velikog borca protiv aparthejda, u elektronskom izdanju *Špigla* glasi *Majka Hrabrost crnog kontinental Mutter Courage des schwarzen Kontinents*³¹.

2.10. Primer izostavljanja, odnosno skraćivanja jeste naslov, takođe iz *Špigla* *Strpljenje i upornost/Geduld und Zähigkeit*³² kao aluzija na čuvenu Lafontenovu rečenicu *Strpljenje i upornost nam mnogo više pomažu nego snaga i bes/Patience et longueur de temps font plus que force ni que rage*. U pitanju je naslov intervjua s nekadašnjim ministrom odbrane SR Nemačke, Rudolfom Šarpingom, o eskalaciji sukoba na Kosovu.

2.11. Posebna vrsta aluzija jeste proširenje smisla ili dodatak u preokretanju smisla, često preko sveze suprotnih rečenica. Time se relativizuje ili dovodi u pitanje referentni tekst. Takav je naslov u *FAZ* *Bez sadašnjosti, ali s budućnošću? Ohne Gegenwart, aber mit Zukunft*³³, kao aluzija na Rilkeovu dramu u dva čina *Bez sadašnjosti /Ohne Gegenwart* o, kako to stoji u podnaslovu, pokušaju oživljavanja fiktivne države „Savezne Republike Jugoslavije“ nakon što je Vojislav Koštunica položio zakletvu kao četvrti predsednik SRJ (Srbije i Crne Gore).

²⁹ Mutter Courage, Der Spiegel, Nr. 35/1997, 6.10.1997.

³⁰ Mutter Courage, Der Spiegel, Nr.11/2008, 10.03.2008.

³¹ Mutter Courage des schwarzen Kontinents, Spiegel Online, 10.11.2008.

³² „Geduld und Zähigkeit“, Der Spiegel, Nr.4/1999, 25.01.1999.

³³ Ohne Gegenwart, aber mit Zukunft? Frankfurter Allgemeine Zeitung, 21.10.2000.

2.12. Naslov *Dželat i njegov sudija/ Der Henker und sein Richter*³⁴, permutovanjem reči aludira na roman švajcarskog pisca Fridriha Drenmata *Sudija i njegov dželat /Der Richter und sein Henker* povodom procesa Sadamu Huseinu u Bagdadu. U *FAZ* će Drenmatov roman poslužiti za naslov *Der Richter ist sein eigener Henker/Sudija i njegov sopstveni dželat*³⁵ u rubrici Feljton o novom romanu Žauma Kabrea (Jaume Cabré), najznačajnijeg autora postfrankovske ere koji se bavi temom zloupotrebe vlasti, korupcije i državnog nasilja.

2.13. Da tematski aluzije koriste motive iz Biblije (Matej 26:41) poput *Der Geist ist willig, doch das Fleisch ist schwach/ Duh je voljan, ali je telo slabo* primer je naslova u *FAZ* *Der Geist ist willig, der Knochen schwach/ Duh je voljan, ali su kosti slabe*³⁶, koji se odnosi na tekst o najčešćim rizicima povreda u rekreativnom bavljenju sportom.

3. Nagoveštaj sličnosti između referentnog i manifestnog naslova

3.1. *Ein deutscher Aufklärer in Parizu/Nemački prosvetitelj u Parizu*³⁷, o bakropiscu Johanu Georgu Vileu (Johann Georg Wille) u *FAZ* kao aluzija na film *Ein Amerikaner in Paris/Amerikanac u Parizu*.

3.2. *Islamischer Bruderzwist/Svađa islamske braće*³⁸, je prilog o vekovnom sukobu sunita i šita u *FAZ*. Može se tumačiti kao aluzija na Grilparcerovu dramu u četiri čina *Ein Bruderzwist im Hause Habsburg, /Svađa braće iz habzburskog doma*.

3.3. *Kebab Connection/Kebapska veza*³⁹ je tekst u *FAZ* o islamu u Nemačkoj. Čitaocima nagoveštava sličnost s čuvenim filmom *French Connection* i s nemačko-turskim filmom *Kebab Connection* iz 2004.

3.4. *Szenen eines Kuschelwahlkampfes /Prizori iz umilne izborne kampanje*⁴⁰ je prilog u *FAZ*-u o koalicionim pregovorima u Nemačkoj, kao aluzija na Bergmanovu filmsku dramu *Szenen einer Ehe /Prizori iz bračnog života* iz 1973.

³⁴ Der Richter und sein Henker, Der Spiegel, Nr. 42/2005, 17.10.2005.

³⁵ Der Richter ist sein eigener Henker, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 4.02.2010.

³⁶ Der Geist ist willig, der Knochen schwach, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 8.01.2007.

³⁷ Ein deutscher Aufklärer in Parizu, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31.01.2007.

³⁸ Islamischer Bruderzwist, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.08.2006.

³⁹ Kebab Connection, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 29.9.2012.

⁴⁰ Szenen eines Kuschelwahlkampfes, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 17.06.2013.

Ovaj pregled završićemo aluzivnim tehnikama supstitucije u odnosu na referentni tekst na primerima aluzija na Remarkov antiratni roman „Na Zapadu ništa novo“, kako bismo u poređenju s velikim brojem prethodnih primera, a pre svega naslova koji aludiraju na prvu strofu Geteove „Putnikove noćne pesme“ pokazali razlike u stepenu kreativnosti u tvorenju naslova, odnosno njenog odsustva, ne zaboravljajući, razume se, i činjenicu, da se i ponovljenim i klišetiranim aluzijama postiže ona praktična funkcija naslova, naime, da privuku pažnju dogod se uspostavlja veza s referentnim tekstom.

Naslov u *Špiglu* iz 1956. glasi *U Bonu ništa novo/In Bonn nichts Neues*⁴¹ o kancelaru Adenaueru po povratka s odmora iz Švajcarske i predstojećim izborima. Dvadesetak godina kasnije, u istom magazinu, pojavljuje se tekst *Na Istoku ništa novo/Im Osten nichts Neues*⁴², povodom posete političara CDU (Hrišćansko-demokratske Unije) glavnom gradu NDR-a. Tema naslova *Na Vest Endu ništa novo/ Im West End nichts Neues*⁴³ iz 1991. u *Špiglu* jeste rigorozna politika štednje u Velikoj Britaniji koja je paralisala kulturni život u zemlji. Sličan naslov u *FAZ*, doduše samo na površinskom nivou jeste *Na Vest Endu ništa novo/ Im Westend nichts Neues*⁴⁴ koji tematizuje zaposedanje praznih kuća u Frankfurtu. Naslov novijeg datuma u *Špiglu* koji aludira na navedeni roman jeste *Od Zapada ništa novo/ Vom Westen nichts Neues*⁴⁵. Odnosi se na stav Zapada u vezi s ulaskom Turske u Evropsku Uniju i Erdoanovoj novoj politici prema Istoku kao rezultatu odbijanja pristupa Turske Evropskoj Uniji.

Nešto autentičnija aluzija na Rilkeov roman od prethodnih jeste *Najbolje ništa novo /Am besten nichts Neues*⁴⁶ u *Špiglu*. Reč je o tekstovima iz Remarkove zaostavštine i novoj piščevoj biografiji koji otkrivaju pojedinosti o cenzurisanju Remarkovih dela. Izražajnost i aluzivnost ovog naslova leži upravo u samoreferentnosti, odnosu prema novim pojedinostima koje se tiču upravo Remarkovih dela, a time i referentnog romana.

⁴¹ In Bonn nichts Neues, Der Spiegel, Nr. 18/1956, 02.05.1956.

⁴² Im Osten nichts Neues, Der Spiegel, Nr. 26/1972, 19.06.1972.

⁴³ Im West End nichts Neues, Der Spiegel, Nr. 49/1991, 02.12.1991

⁴⁴ Im Westend nichts Neues, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 24.02. 2013.

⁴⁵ Vom Westen nichts Neues, Der Spiegel, Nr. 46/2009, 09.11.2009.

⁴⁶ Am besten nichts Neues, Der Spiegel, Nr. 28/1998, 29.06.1998.

Zaključne napomene

Na primerima iz nemačke štampe pokazana je funkcija naslova kao nadteksta, neke vrste metateksta uz prilog koji naslovljavaju i kako se aluzijom ispunjavaju semantička i pragmatička funkcija naslova, koliko poput simbola obavestavaju, a koliko poput signala privlače pažnju, i podstiču i pozivaju na čitanje. (Iarovici, E., R. Amel, 1989). U istraživanju intertekstualnosti kroz aluzije u naslovima rad se oslanjao na teorijske postavke Kristeve, kao i novija zapažanja već pomenutih teoretičara, Juvana i Ivasa. Cilj je da se ukaže na "aluzivne tehnike", ali i prigušenost smisla i funkcija aluzije izvan datog kolektiva i konteksta, čije dešifrovanje iziskuje ne samo jezička, već i politikološka i kulturološka znanja, pohranjena u citatima, poslovicama, političkim parolama itd. Primerima aluzija u novinskim naslovima na prvu strofu „Putnikove noćne pesme“ i aluzija na roman „Na Zapadu ništa novo“ ilustrirana je razlika između aluzija koje su autentične, neponovljive i stoga izazivaju prelazak s konativne i fatičke jezičke funkcije na poetsku, kada čitalac preko aluzija kao manifestacija intertekstualnosti ima estetsko zadovoljstvo otkrivanja ugrađenog teksta, manje predvidljivo, oneobičeno i time ujedno ekspresivniju i stilistički informativniju poruku, a kada se ona ne ostvaruje, već je posredi neka vrsta rutinskih mehanizama u korišćenju aluzija, koje rezultiraju neautentičnošću i ponovljivošću, ili razlika iz aksiološke perspektive između originalnosti i neoriginalnosti, odnosno autentičnosti i klišetiranosti. Rad se ne bavi sociopsihološkom dimenzijom naslova, što nikako ne znači da treba zanemariti funkciju ubeđivanja i usmeravanja, odnosno sugerisanja određenih vrednosnih opredeljenja putem naslova, naime njihov evaluativni i emocionalni aspekt.

Literatura

- Bart, R. (1971). *Književnost, mitologija, semiologija*. Beograd: Nolit.
- De Sosir, F. (1977). *Opšta lingvistika*. Beograd: Nolit.
- Hobbes, T. (1961). *Levijatan*. Beograd: Kultura.
- Iarovici, E. & R. Amel. (1989). The Strategy of a Headline. *Semiotica*, 4(77): 441–460.
- Ivas, I. (2004). Tropi u novinskim naslovima. *Medijska istraživanja*, 2: 9–34.
- Juvan, M. (2013). *Intertekstualnost*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Kristeva, J. (1967). Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman. *Critique*, 23: 438–465.
- Maširević, Lj. (2007). Kultura intertekstualnosti. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, 421–431.
- Wills, W. (1989). *Anspielungen. Zur Manifestation von Kreativität und Routine in der Sprachverwendung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

ALL QUIET IN THE HEADLINES: THE ROLE OF ALLUSION AS A MANIFESTATION OF INTERTEXTUALITY IN THE GERMAN PRESS HEADLINES

Summary: This paper sheds light on the thematic and formal aspects of allusion as a manifestation of intertextuality in headlines of serious German daily newspapers (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*), a news magazine *Der Spiegel*, as well as of the tabloid press (*BILD-Zeitung*). The aim of the study is to point out possible relations between the manifest and reference texts on one hand, and formal “techniques” in creating allusion by means of replacement, addition, omission or permutation mechanisms relating to the title in question on the other hand, showing the creativity of headlines. This paper highlights if there is a change of language function from referential and conative to poetic, where the reader takes aesthetic pleasure in discovering the embedded text, or if there are no changes, i.e. there are only clichéd allusions, routine mechanisms for making allusions manifested mainly in the commonplace, and studies axiological difference between authenticity, originality and triviality, inauthenticity and clichés. Examples from the German daily tabloid *BILD-Zeitung* confirm the assumption that even this kind of newspaper contains creative, allusive titles.

Key words: headlines, allusion, intertextuality, reference and manifest texts, referential, conative and poetic functions, originality, unoriginality, authenticity, inauthenticity