

УДК 81'42:655.55=163.41

81'42:655.55=111

**Милица Баџић**

Универзитет у Крагујевцу

Филолошко-уметнички факултет

## КО(Н)ТЕКСТУАЛНА УСЛОВЉЕНОСТ ЛЕКСИЧКИХ СРЕДСТАВА ЕВАЛУАЦИЈЕ У ПОХВАЛАМА ИЗДАВАЧА НА ЕНГЛЕСКОМ И СРПСКОМ ЈЕЗИКУ

**Сажетак:** У раду се бавимо контрастивном анализом онлајн похвала издавача (енгл. *a blurb*) на енглеском и српском језику, с циљем да испитамо сличности и разлике у употреби лексичких средстава позитивне евалуације у овим текстовима. Као истовремено конвенционализовани и динамични тип промотивних жанрова, похвале карактерише двострука комуникативна сврха – референцијална и конативна – која се реализује релативно устаљеном реторичком структуром и ко(н)текстуално условљеним избором језичких ресурса. На основу квантитативне и квалитативне анализе утврђујемо да су лексичка средства основа формулаичног промотивног језика који се рециклира у реализацијама овог жанра. Евалуација се остварује преувеличавањем позитивних одлика књиге, што се првенствено исказује придевима и ређе именицама, глаголима и прилозима. Уобичајена је употреба сложених синтагми, спојева двају или више описних придева модификованих прилозима, експлицитних и имплицитних суперлатива, синонима и других средстава интензификације и експресивности. Међутим, похвале издавача испољавају и међујезичке варијације у учесталости датих елемената и фокусу позитивног описа. Док се у енглеским текстовима знатно већим бројем придева истиче вредност самог дела у погледу новости, читаности и награђиваности, у српским текстовима фокус је на ауторовом стилу и приступу писању или тематици, као и утиску читаоца. Резултати истраживања додатно потврђују да је употреба евалуативне лексике у онлајн похвалама условљена низом чинилаца: од ко-текста, књижевно-уметничког жанра дела, устаљених пракси издавачких кућа и циљне групе читалаца до ширег друштвено-културног контекста и реторичких норми у дискурсним заједницама на двама језицима.

**Кључне речи:** контрастивна анализа, жанр, похвала издавача, ко(н)текстуална условљеност, евалуација, лексичка средства

### 1. Уводне напомене

Посебан вид (ин)директне комуникације са циљном групом читалаца у издавачкој делатности успоставља се текстовима на корицама књига, односно

тзв. *похвала издавача* (енгл. *a publisher's blurb, a book blurb*).<sup>1,2</sup> Похвала издавача је увелико устаљени тип промотивних жанрова чија је основна комуникативна сврха двострука – референцијална (информисање) и конативна (убеђивање купца) (Bhatia 2014: 101–102). Будући да служи као реклама за књигу и има карактеристике рекламног дискурса, њена референцијална функција секундарна је у односу на конативну (Gea Valor 2005: 45; Cook 2001: 10). Корене овог жанра налазимо у *еидеиктичком говорништву* које хвали оно што је (морално) лепо, а куди ружно (Aristotel 2000: 46–48). Слушалац је у улози судије на којег треба оставити одређени утисак, те говорник треба да буде што демонстративнији и уверљивији у преувеличавању врлина предмета (Ibid.: 78, 111, 150).

Похвале издавача свакако спадају у категорију еидеиктичког говорништва, понајвише по својој комуникативној сврси и употреби језичких средстава преувеличавања. Прототипични текст овог типа исписан је на полеђини књиге, садржи опис и позитивну евалуацију дела и има промотивну улогу (тј. утиче на суд циљне групе читалаца). Међутим, са појачаном конкуренцијом у савременом издаваштву и развојем рекламирања на Интернету, жанр похвала испољава динамичне промене у погледу дужине и структуре језичког садржаја, распореда на омоту књиге, као и преношења у дигитални формат на вебсајтовима издавачких кућа и дистрибутера. Пошто у датим околностима комуникативна сврха као кључни елемент жанровског одређења остаје неизмењена (Bhatia 2013: 19, 94), ствара се могућност за редефинисање основног значења овог термина тако да се обухвате промене у особеностима и медијуму текстова. Стога, у складу са предметом и циљевима нашег истраживања, под похвалом издавача подразумевамо језички садржај у штампаном облику на корицама књиге и дигиталном на Интернету који се у издавачкој делатности користи као промотивна стратегија.

<sup>1</sup> Колико нам је познато на основу детаљне претраге речника страних израза, библиотекаских и штампарских терминолошких лексикона и енглеско-српских речника, као и комуникације са стручним преводиоцима, издавачима и штампарима, у српском језику не постоји термин истог значења као изворна именица. Стога, за описни преводни еквивалент *похвала издавача* определили смо се из следећих разлога: (1) евалуативним средствима у овим текстовима увек се истичу позитивне, хвале вредне карактеристике књиге, (2) иако похвале често пишу сами аутори књига, а поједини делови су узети из рецензија књижевних критичара, писаца или читалаца, издавач је тај који комуницира са читаоцем избором текстуалног садржаја и обликом у којем се он пласира и (3) у *Енциклопедиском енглеско-српскохрватском речнику* (Ristić, Simić i Popović 1956: 120) под овом одредницом наводи се (*издавачева*) *похвала* (*на омотачу књиге*), што је додатна потврда оправданости и погодности описног еквивалента. О семантичком опсегу изворне именице и избору датог преводног еквивалента в. детаљније Баџић (2019: 214).

<sup>2</sup> Батија (2014: 196) наводи да жанр похвала издавача има дугу историју и да је термин *blurb* први пут употребио амерички хумориста Џилет Берџес 1907. године на полеђини једног стрипа уз илустрацију жене коју је назвао *Miss Belinda Blurb*.

## 2. Улога ко(н)текста<sup>3</sup> у жанру похвала издавача

Као истовремено конвенционализован и динамичан жанр, похвала издавача је препознатљив комуникативни догађај чија се двострука комуникативна сврха остварује на основу генеричког интегритета међу текстовима којима се реализује (Bhatia 2014: 26–28). Генерички интегритет је могуће одредити на основу унутартекстуалних и извантекстуалних аспеката језичког садржаја. Унутартекстуални аспекти чине лексичко-граматичке, реторичке и дискурсне одлике (ко)текстуализације које су релативно једноставне за анализу и које нови чланови дискурсне заједнице лако усвајају праксом. Извантекстуални аспекти, са друге стране, односе се на шири друштвено-културни, професионални и институционални контекст у којем се дати жанр конструише, интерпретира и користи, као и устаљене дисциплинарне праксе и процедуре које га омогућавају. Њих је теже подвргнути анализи, али их стручни чланови заједнице редовно упошљавају да би остварили професионалне циљеве (Ibid.: 142–143). Иако су жанрови донекле стабилни текстуални артефакти чије су конвенције познате учесницима комуникативног догађаја, њихов генерички интегритет није инхерентно статичан, већ зависи од испреплетане мреже ко(н)текстуалних фактора који обликују појединачне реализације (Ibid.: 153).

Следи да је и похвала издавача као жанр динамичан конструкт који је производ језичке адаптације ко(н)тексту у којем је увек иста порука упућена различитој публици, те свака реализација показује мањи или већи степен прототипичности. У складу са тим, у досадашњим истраживањима похвала у англистичкој литератури превасходно су анализирани сличности и разлике у њиховој реторичкој структури, како на синхронијском и дијахронијском плану, тако и из угла контрастивне реторике (Kathpalia 1997; Gea Valor 2005; Marčiulionienė 2006; Gea-Valor, Inigo Ros 2009; Önder 2013; Bhatia 2014). С обзиром на то да је евалуативни језик једна од основних карактеристика ових текстова, поједини аутори испитивали су и правилности у употреби лексичко-граматичких средстава за исказивање позитивне оцене књиге (Gea Valor 2005; Marčiulionienė 2006; Sacchiani 2007). Бавећи се контрастивном анализом онлајн похвала издавача на српском и енглеском језику, у претходном истраживању (Баџић 2019) потврдили смо да се њихова реторичка структура реализује одређеним генеричким потезима и корацима (енгл. *moves* и *steps*) који имају различите функције у текстуалном садржају. Похвале испољавају међујезич-

<sup>3</sup> У овом раду појам *контекста* користимо у ширем и у литератури увелико прихваћеном смислу – да значи не само непосредни језички контекст или *ко-текст* (на нивоу синтагме, реченице и текста), већ и ситуациони, професионални, институционални, енциклопедијски (тзв. знање о свету), когнитивни и друштвено-културни контекст који утичу на стварање и тумачење датих текстова и уопште условљавају однос језичког система и језичке употребе (Alba-Juez, Thompson 2014: 8–9; Bhatia 2014: 144–146). У складу са тим, ортографски маркирани термин *ко(н)текст* употребљавамо да бисмо нагласили чињеницу да унутартекстуални аспекти (*ко-текст*) и извантекстуални аспекти (шири *контекст*) подједнако и истовремено обликују текстове похвала на реторичком и лексичко-граматичком плану. По својој сложености и динамичности појам *ко(н)текста* наликује другим двама појмовима које овде испитујемо – *жанру* и *евалуацији*.

ке варијације у броју, учесталости употребе и распореду појединачних елемената, као и устаљеним лексичко-граматичким средствима. Наиме, структура српских похвала састоји се из пет потеза и пропратних корака (1. *Буђење зна-ишижеље читаоца*, 2. *Ойис књиже: Уводне информације о књизи и Деишаљан ойис радње и ликова*, 3. *Евалуација књиже и ауишора: Позитивна оцена књиже и ауишора од стране издавача и Рецензије*, 4. *Истиицање квалификација ауишора и књиже*, 5. *Преиорука за читање*), а енглеских из четири (тј. у њима није забележен Потез 5). Текстови садрже бројне евалуативне придеве и прилоге, устаљене лексичке спојеве, затим интензификаторе, елиптичне структуре и непотпуне клаузе, као и метафоричне изразе и игре речима. На основу датих варијација закључили смо да, иако је комуникативна сврха похвала издавача на двама језицима иста, постоје разлике у реторичким и језичким стратегијама које њихови аутори као припадници дискурсне заједнице у различитим културама упошљавају у остваривању те сврхе (Баџић 2019: 221–223). Ово истраживање наставља се на резултате претходног.

Како Ханстон (2004: 157–159) истиче, поуздана идентификација и квантификација евалуативних средстава је методолошки проблематична зато што евалуација зависи од ко(н)текста и претпоставки читаоца, а језички ресурси којима се може исказати су бројни и чине отворену класу. Стога, да би се предупредила потенцијална субјективност у испитивању овог феномена, неопходно је спровести корпусну анализу на ограниченом скупу реализација евалуативног значења и тако тестирати прелиминарне хипотезе (Ibid.: 185–186).

### 3. Предмет, циљ и методологија истраживања

У складу са наведеним, у раду се бавимо контрастивном анализом лексичких средстава позитивне евалуације у онлајн похвалама издавача на енглеском и српском језику. Основни циљ истраживања јесте да пронађемо одговоре на следећа питања:

- (1) Којим се лексичким средствима исказује позитивна евалуација у прототипичним похвалама на двама језицима?
- (2) Који се аспекти књиже истичу позитивном евалуацијом (нпр. тематика, умеће писца, утисак читаоца)?
- (3) Које се међујезичке сличности и разлике могу утврдити на основу датих критеријума?
- (4) Како ко(н)текст обликује употребу лексичких средстава позитивне евалуације у реализацијама овог жанра?

Истраживачку грађу чини 40 текстова преузетих са вебсајтова четири велике издавачке куће на англоамеричком и српском подручју (*Bloomsbury*, *Penguin Random House*, *Вулкан издаваштво* и *Лагуна*).<sup>4</sup> Како су устаљене прак-

<sup>4</sup> Вебсајтови издавачких кућа организовани су на готово истоветан начин. Кликом на одређену књигу отвара се страница на којој се поред података о цени, формату и датуму издавања налази

се професионалних организација додатни фактор у унутаржанровским варијацијама, ексцерпирани смо једнак број похвала сваког издавача да бисмо добили репрезентативни узорак за поређење и контрастирање реализација на двама језицима. Похвале су написане за књижевна дела објављена од 2014. до 2018. године, а у корпусу на српском водили смо рачуна да су то остварења домаћих аутора како текстови не би били директни преводи енглеских. Поступак у истраживању интегрише квантитативни и квалитативни метод. Текстови су најпре анализирани појединачно да бисмо забележили лексичка средства евалуације, а потом су обрађени софтвером *AntConc*<sup>5</sup> да бисмо утврдили њихову учесталост. Добијени подаци на крају су интерпретирани како би се објасниле међујезичке варијације у употреби датих елемената и фокусу позитивног описа. Резултати истраживања су приказани табеларно.

#### 4. Анализа лексичких средстава евалуације у похвалама издавача

С обзиром на то да учесталост евалуативних лексичких средстава у похвалама издавача зависи првенствено од дужине текстова, најпре је неопходно испитати грађу по том критеријуму.

Табела 1. Онлајн похвале издавача на енглеском и српском језику

Издавач	Број похвала	Укупан број речи	Најкраћа похвала	Најдужа похвала	Просечан број речи
<i>Bloomsbury</i>	10	1922	103	288	192,2
<i>Penguin Random House</i>	10	2287	154	298	228,7
I	20	4209	103	298	210,45
<i>В у л к а н издаваштво</i>	10	1813	128	257	181,3
<i>Лагуна</i>	10	1978	122	266	197,8
II	20	3791	122	266	189,55
<b>Укупно (I, II)</b>	<b>40</b>	<b>8000</b>	<b>103</b>	<b>298</b>	<b>200</b>

Табела 1 показује да постоје разлике у дужини прототипичне онлајн похвале, како међу издавачима тако и међујезичке, што је последица унутаржанровског динамизма због условљености пракса издавачких кућа, као и реторичким нормама у друштвено-културном контексту. Први део корпуса броји више речи јер се у енглеским текстовима, за разлику од српских, уз опис и евалуацију књиге готово увек наводе делови дужих рецензија.<sup>6</sup> Прототипичну похвалу на двама језицима илуструјемо примерима (1) и (2):

текстуални садржај који одговара традиционалној похвали у штампаном облику.

<sup>5</sup> Доступно на: <http://www.laurenceanthony.net/software/antconcl/> [5.1.2019.]

<sup>6</sup> Како Баџић (2019: 221) наводи, Корак 2. *Рецензије* обавезан је елемент реторичке структуре само енглеских похвала (тј. јавља се у 95% енглеских наспрам 40% српских похвала).

(1) The new novel from the Man Booker-shortlisted author of *The Sisters Brothers*  
 “DeWitt is in possession of a fresh, lively voice that surprises at every turn” Kate Atkinson, author of *Transcription*

“My favourite book of his yet... Dizzily good... A triumph from a writer truly in the zone” Maria Semple, author of *Where’d You Go, Bernadette*

“*French Exit* made me so happy... Brilliant, addictive, funny and wise” Andrew Sean Greer, Pulitzer Prize-winning author of *Less*

Frances Price – tart widow, possessive mother and Upper East Side force of nature – is in dire straits, beset by scandal. Her adult son Malcolm is no help, mired in a permanent state of arrested development. [...].

Their beloved Paris becomes the backdrop for a giddy drive to self-destruction, helped along by a cast of singularly curious characters: [...].

Brimming with pathos, warmth and wit, *French Exit* is one-of-a-kind tragedy of manners, a riotous send-up of high society and a moving story of mothers and sons. (Patrick deWitt, *French Exit*)

(2) *Сонаџа за лошег човека* је роман на који се дуго чекало: [...].

После *Великог ратџа* у којем је оживео доба од којег нас дели цео један век, Гаталица се ухватио у коштац са најближом савременошћу и то је неодољиво.

Година је 2015. У њој затичемо господина Петровића и повест једног смутног и опскурног времена. [...]. Буди се једног јутра – на првим страницама романа – и не види ништа чудно у томе што ће, као Сизиф, и тог дана гурати свој камен уз узбрдицу коју су му, мисли, одредили други. [...]

*Сонаџа за лошег човека* је роман у којем је креиран готово невероватан јунак – у њему је сажета читава епоха. Александар Гаталица још једном помера границе савремене књижевности и искусном руком води читаоца у само срце најмрачнијих година новије историје Србије. (Александар Гаталица, *Сонаџа за лошег човека*)

Међутим, дате варијације нису високо маркиране (нпр. просечан број речи је 210,45 наспрам 189,55) зато што, у складу са основном комуникативном сврхом, текстови одражавају генерички интегритет овог устаљеног жанра без обзира на ко(н)текстуалну условљеност. Такође, како прототипична онлајн похвала има 200 речи, те је по дужини слична штампаној, може се закључити да жанр задржава своју генеричност и у различитим форматима.

Анализом текстуалног садржаја утврђујемо да се позитивна евалуација у похвалама исказује придевима, именицама, глаголима и прилозима, као и синтагмама које ове врсте речи граде. Табела 2. представља учесталост употребе датих лексичких средстава у корпусу.

Табела 2. Лексичка средства позитивне евалуације у онлајн похвалама издавача на енглеском и српском језику

Врста речи	Издавач			
	<i>Bloomsbury</i>	<i>Penguin Random House</i>	<i>Вулкан издаваштво</i>	<i>Лагуна</i>
Придеви	bestselling (4 <sup>7</sup> ), tense (3), award <sup>x</sup> -shortlisted (3), new (2), moving (2), powerful (2), latest (2), award <sup>x</sup> -winning (2), award <sup>x</sup> -longlisted (1), great (1), brilliant (1), fascinating (1), addictive (1), funny (1), good (1), masterly (1), master (1), must-read (1), astonishing (1), compelling (1), elegant (1), evocative (1), extraordinary (1), raw (1), favourite (1), urgent (1), fresh (1), lively (1), furious (1), gripping (1), global (1), chilling (1), haunting (1), lyrical (1), vivid (1), illuminating (1), intoxicating (1), the most inventive (1), mighty (1), major (1), profound (1), riotous (1), searing (1), sharp (1), superb (1), wise (1), one-of-a-kind (1), white-knuckle (1), curious (1)	bestselling (5), new (4), epic (2), fascinating (2), award <sup>x</sup> -winning (2), acclaimed (2), thrilling (2), unforgettable (2), full (2), all-new (1), great (1), the greatest (1), fun (1), the most fun (1), funny (1), the wittiest (1), moving (1), addictive (1), essential (1), masterly (1), sure (1), sweeping (1), the most talented (1), amazing (1), canny (1), comic (1), readable (1), definitive (1), the most electrifying (1), endearing (1), shrewd (1), engrossing (1), sensual (1), hard-rocking (1), spine-tingling (1), frightening (1), joyous (1), heartwarming (1), stunning (1), loving (1), wry (1), suspenseful (1), palpable (1), sharp (1), weird (1), deadpan (1), deadly (1), crooked (1), dynamic (1), classic (1), pulpy (1), peppery (1), sinister (1), scorpion-tailed (1)	невероватан (1), најужи (1), неодољив (1), искусан (1), користан (1), практичан (1), најбољи (1), незабораван (1), омиљен (1), промишљен (1), тајанствен (1), први (1)	нов (4), изузетан (3), потресан (3), духовит (2), необичан (2), оригиналан (2), узбудљив (2), аутентичан (1), динамичан (1), дирљив (1), уверљив (1), драматичан (1), експлозиван (1), горак (1), интригантан (1), искусан (1), најдубљи (1), најчитанији (1), несвакидашњи (1), незабораван (1), особен (1), поуздан (1), препознатљив (1), елиптичан (1), привлачан (1), сигуран (1), својеврстан (1), урнебесан (1), врцав (1), забаван (1), топао (1), емотиван (1), позитиван (1), трагикомичан (1), познат (1), урбан (1), модеран (1), прослављен (1)

<sup>7</sup> Број у загради означава учесталост употребе одређене речи. На пример, придев *bestselling* забележен је у похвалама издавачке куће *Bloomsbury* четири пута.

Именице	winner (3), bestseller (2), masterpiece (2), tour de force (1), debut (1), number one (1), pathos (1), warmth (1), wit (1), triumph (1)	bestseller (3), tour de force (2), number one (2), homage (2), debut (1), warmth (1), wit (1), achievement (1), charisma (1), grandeur (1), hand grenade (1), pick (1), virtuoso (1), deadpan (1)	првенац (2), бестселер (1), обиље (1), класик (1), омаж (1)	бестселер (1), добитник (1), хумор (1), хит (1)
Глаголи	to shortlist (5), to select (2), to longlist (1), to brim with (1), to choose (1), to confirm (1), to surprise (1), to make happy (1), to breathe life into (1), to wring the heart (1)	to charm (1), to cement (1), to surfeit with (1), to sweep up (1), to stymie for comparison (1), to come to life (1), to leave a response and a sting (1), to remember (1)	успети (3), дочарати (2), чекати (1), инспирисати (1), ухватити се у коштац (1), мамити (1), надахнути (1), обухватити људско искуство (1), не оставити равнодушним (1), смејати и плакати (1), оживети (1), привлачити (1), читати са страшћу (1), сажети епоху (1), не постојати у књижевности (1), читати у даху (1), померати границе (1)	успети (2), дочарати (1), не испуштати из руке (1), насмејати до суза (1), не видети у књижевности (1), не дозволити да скрене поглед (1)
Прилози	internationally (1), beautifully (1), so (1), deftly (1), delicately (1), singularly (1), dizzily (1), expertly (1), fiercely (1), unbearably (1), truly (1)	so (2), darkly (2), internationally (1), absolutely (1), compulsively (1), deliciously (1), immensely (1)	дуго (1), готово (1), неодољиво (1), потресно (1), уверљиво (1), потпуно (1), искрено (1), најбоље (1)	вешто (2), дубоко (1), бритко (1), инвентивно (1)

Сличности међу енглеским и српским похвалама јасно су уочљиве на лексичком плану. Поједине речи се понављају у текстовима оба издавача на једном језику (нпр. *bestselling*, *fascinating*, *tour de force*, *искусан*, *незабораван*, *дочарати*), али и као директни преводни еквиваленти (*new* – *нов*, *unforgettable* – *незабораван*, *bestseller* – *бестселер*, *homage* – *омаж*). Веома често се користе синоними, нарочито међу придевима (*superb* – *masterly*, *astonishing* – *stunning*, *оригиналан* – *ауџенџичан*, *џајансџивен* – *инџириџанџан*, *џривлачиџи* – *маџиџи*), као и речи које припадају истом деривационом гнезду: именице и придеви (*bestselling* – *bestseller*), глаголи и придеви (*џривлачиџи* – *џривлачан*) и при-



деви и прилози (*уверљив – уверљиво, неодољив – неодољиво*). На морфолошком плану приметна је употреба сложеница које доприносе елиптичности садржаја енглеских текстова (попут *one-of-a-kind, award<sup>x</sup>-winning, hard-rocking*).

Табела 2 показује да је основно средство позитивне евалуације у похвалама придев, што је у складу са литературом о овом жанру и карактеристикама језика рекламирања уопште (Gea Valor 2005; Bhatia 2013, 2014). Према Батији (2014: 86), придеви и придевске синтагме редовно се користе у промотивним жанровима зато што се њима исказује позитиван опис датог производа или услуге и тако остварује двострука комуникативна сврха. Штавише, „украшни” придеви су саставни елемент епидеиктичког говорништва (Aristotel 2000: 201), па је разумљиво што је доста њих забележено у грађи. Промотивни језик похвала првенствено је придевски јер придеви чине основу устаљене лексике жанра.

Међутим, текстови испољавају и одређене разлике на лексичком плану. Пошто се мали број евалуативних речи јавља чешће од једанпут, њихова разноврсност је већа. У том погледу варијације међу похвалама на енглеском занемарљиве су будући да се упоређене врсте речи користе готово подједнако у текстовима двају издавача. Раскорак је уочљив међу похвалама на српском, где је забележено знатно мање придева а више глагола у текстовима првог издавача у односу на текстове другог. На основу тога можемо закључити да када је у питању употреба евалуативне лексике реализације овог жанра на српском карактерише већи степен динамичности због ко(н)текстуалне условљености. То уједно потврђује резултате претходног истраживања, тј. да у односу на релативно устаљену реторичку структуру енглеских похвала, српске показују знатније варијације у распореду и учесталости појединачних елемената (Баџић 2019: 221–222).

Као што је поменуто, евалуација у оваквим текстовима своди се на преувеличавање позитивних аспеката књиге. Једно од средстава којима се то постиже јесу придеви са имплицитном значењском суперлативношћу (нпр. *extraordinary, amazing, незабораван и урнебесан*) и прави, експлицитни суперлативи (*the most inventive, the greatest, најбољи, најчистијанији*). У ту сврху користе се и прилози који у функцији интензификатора модификују друге врсте речи (*dizzily good, so palpable, пошћуно искрено, дубоко пошресан*). Међутим, језик похвала је пренагласено „похвалан” првенствено због великог броја сложених придевских, именичких, глаголских и прилошких синтагми. Илуструјемо примерима (3) и (4):

(3a) A beautifully conceived, deftly controlled and delicately wrought meditation on the isolating impact of war, [...], Georgina Harding’s haunting, lyrical novel questions the very nature of survival, and what it is that the living owe the dead. (Georgina Harding, *Land of the Living*)<sup>8</sup>

(3b) “An amazing achievement... A compulsively readable novel, so canny and weird and surfeited with the reality of human capacity and ingenuity that I am stymied for comparison. [...]” (Josie Silver, *One Day in December*)

(4a) *Сонаша за лошег човека је роман на који се дуго чекало*: у њему су *уверљиво и потресно дочаране* деведесете године XX века у Србији. (Александар Гаталица,

<sup>8</sup> Издвојени делови нису подвучени у оригиналним текстовима (наша емфаза).

Сонаџа за лошег човека)

(46) Јелена Бачић Алимпих, ауторка данас најчитанијих романа на српском језику, написала је бритко и вешто, [sic] изузетну причу о несвакидашњој ратној хероини. (Јелена Бачић Алимпих, *Нигде нема ње*)

Сложене синтаксичке конструкције попут ових погодне су за употребу у похвалама јер омогућавају додавање двају, трију, па и четирију позитивних придева и прилога као модификатора главне речи, или пак комбиновање неколико мањих синтагми координацијом. Тако наслагане речи и структуре уобичајено су средство интензификације и експресивности у евалуацији књиге, те доприносе устаљености самог жанра. Анализа такође показује да се оне редовно рециклирају са мањим или већим изменама у различитим текстовима, што сам језик похвала чини донекле формулаичним, али не мање делотворним у остваривању њихове основне сврхе (нпр. *the Orange Prize-winning, internationally bestselling author, the epic new novel from the internationally acclaimed and bestselling author, the next great novel from an acclaimed literary virtuoso*, у њему су уверљиво и *пошресно дочаране деведесете године, Невена Розга усјева да дочара пошалишети живота, исац усјева да на привлачан начин [...] дочара време и обичаје*). Формулаичност нарочито карактерише енглеске текстове, у којима је понављање истих конструкција израженије у односу на српске и додатно говори у прилог њиховој устаљености.

Неретко се евалуација исказује и неуобичајеним спојевима или контрастом у значењу појединачних модификатора (као у *deliciously deadly debut is as fun as it is frightening, оригинално и духовито, али и жорко штиво, пошресан и забаван истовремено*). У оваквим изразима употребљавају се речи које ван датог ко-текста немају позитивно значење (*frightening, пошресан, addictive, spine-tingling, експлозиван, пошресан, бритко* и др.) или оне које је неуобичајено забележити у опису књижевног дела (нпр. *peppery, урбан*). Међутим, управо се у томе огледа ко(н)текстуална условљеност евалуативних лексичких средстава у похвалама издавача. Како ће се ове речи тумачити зависи прво од ко-текста. На пример, читалац разуме да се придевом *addictive* наглашава позитивна одлика романа *French Exit* на основу целокупне синтагме у којој је употребљен (*brilliant, addictive, funny and wise*). Поред тога, у обзир се мора узети књижевно-уметнички жанр дела као део ширег контекста. Тако се *spine-tingling* у синтагми *this hard-rocking, spine-tingling supernatural thriller* тумачи у складу са читаочевим предзнањем о наративним конвенцијама жанра којем роман *We Sold Our Souls* припада. Подједнако битна је тематика дела будући да се у овим текстовима комбинују његов опис и евалуација. Отуда је придевом *урбан* у значењу „модеран” окарактерисан роман *Лондон* чија је радња смештена у новоталасни Београд и авангарду Лондона осамдесетих година. Избор лексике у једној похвали условљен је и предвиђањима о циљној групи читалаца са којима издавачка кућа успоставља (ин)директну комуникацију.

Правилности се могу уочити и груписањем лексичких средстава по аспектима књиге који се позитивно оцењују. Појединим се, на пример, истиче

новост књиге (*new, latest, fresh, debut, all-new, први, првенац, нов, модеран*), а другим њена јединственост или реткост (*extraordinary, one-of-a-kind, singularly curious, to stymie for comparison, невероватан, таква прича није постојала у књижевности, оригиналан, несвакидашњи, на начин који није виђен у српској књижевности*). Код одређених речи и израза фокус је на популарности и читаности (нпр. *internationally bestselling, favourite, number one, бестселер, најчистијанији, хит*), а ређе на награђиваности дела (*award<sup>x</sup>-shotlisted, award<sup>x</sup>-winning, award<sup>x</sup>-longlisted, winner, добитник*). У енглеским похвалама средствима евалуације се веома често изражава популарност и умеће аутора (*an internationally acclaimed and bestselling author, literary virtuoso, one of our greatest writers, one of the most talented writers, a master storyteller, the superb author*), а у српским нарочито његов стил и приступ писању или датој тематици (*прослављени писац, искусном руком води читаоца, исписан руком сигурног, искусног, поузданог приповедача, ухватио у коштац са најближом савременошћу, прекознатљивим елиптичним ишчевим стиллом, успева да на привлачан начин, упркос теškoј теми, дочара време и обичаје*). Такође, с обзиром на комуникативну сврху похвала, неретко се у први план ставља ефекат књиге на читаоца и његов позитиван утисак, чиме се имплицитно или експлицитно исказује препорука за читање (као нпр. *addictive, surprises at every turn, compulsively readable, wrings the heart, мами као рана која не зараста и неодољиво привлачи, изузетно читалачко искуство, инспирираше вас и надахнути, књига после које више ништа неће бити исто, не испушта се из руке до последње странице*). Ови изрази знатно су учесталији у похвалама на српском јер је директна комуникација кроз препоруку за читање јасно уочљив елемент у њиховој реторичкој структури (Баџић 2019: 220–221). Међутим, најбројнију групу, нарочито у енглеским текстовима, чине лексичка средства којима се истиче квалитет и вредност самог дела, што је оправдано будући да је оно предмет промотивног садржаја (*powerful, brilliant, astonishing, masterly, masterpiece, stunning, tour de force, achievement, најбољи, класик, невероватан, динамична и узбудљива прича*).

Може се закључити да и овако класификована лексика позитивне евалуације испољава одређене међујезичке сличности и разлике. Са једне стране, фокус је на истим аспектима или одликама књиге, што показују и директни преводни еквиваленти. Са друге, уочљиве су варијације у учесталости употребе у зависности од тога који аспект је критеријум вредновања. Самим тим потврђујемо да су и на лексичком плану похвале издавача истовремено устаљен и динамичан конструкт.

## 5. Завршне напомене

У раду смо настојали да утврдимо којим лексичким средствима се изражава позитивна евалуација у онлајн похвалама издавача, као и на који начин ко(н)текст обликује њихову употребу у реализацијама овог жанра на енглеском и српском језику. На основу изложене квантитативне и квалитативне анализе

zaključujemo da su leksička sredstva osnova naizgled formulaičnog, ali ipak ko(n)tekstualno uslovljenog promotivnog jezika pohvala koji se reciklira u različitim tekstovima. Budući da, osim na retoričkom, žanr odražava generički integritet na leksičkom planu, u prototipičnim pohvalama različitih izdavača evaluacija se iskazuje preувеличавањем позитивних одлика књиге превасходно истим лексичким средствима. Међутим, похвале карактерише и динамизам у реализацији, те зато испољавају међујезичке варијације у дужини појединачних текстова, учесталости датих елемената и фокусу позитивног описа. Уочене разлике нису високо маркиране, али су присутне и показују да је употреба евалуативне лексике у њима условљена низом чинилаца: од ко-текста, књижевно-уметничког жанра дела, устаљених пракси издавачких кућа и циљне групе читалаца до ширег друштвено-културног контекста и реториčkih норми у дискурским заједницама на двама језицима.

Пошто смо се у овом раду усредсредили на похвале књижевних дела, у даљим истраживањима било би добро утврдити сличности и разлике на лексичком плану и у похвалама других типова књига (нпр. уџбеника и приручника из различитих дисциплина, есејистике, књига за децу и сл.). Такође, у прикупљеној грађи забележили смо учесталу употребу елипсе и непотпуних клауза којима језик похвала подражава реални говор, али и сложених синтагматских конструкција које доприносе високопарности њиховог стила. Сматрамо, стога, да би требало испитати и синтаксичке одлике ових текстова како бисмо употпунили наше разумевање конституисања и генеричког интегритета самог жанра. С обзиром на то да су похвале издavaча културни артефакти, неопходно је у њиховој анализи применити овакав мултидимензионални приступ да бисмо утврдили како дискурсна заједница на енглеском и српском језику успоставља (ин)директну комуникацију са читаоцем у контексту савремене интеркултуралне реторике.

## Литература

- Alba-Juez, L., and Thompson, G. (2014). The many faces and phases of evaluation. In L. Alba-Juez and G. Thompson (Eds.), *Evaluation in Context* (3–23). Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Aristotel. (2000). *Retorika* (prevod sa starohelenskog i komentari Marko Višić). Beograd: Plato.
- Bhatia, V. K. (2013). *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. London / New York: Routledge.
- Bhatia, V. (2014). *Worlds of Written Discourse: A Genre-Based View*. London: Bloomsbury.
- Баџић, М. С. (2019). Контрастивна анализа жанра онлајн похвала издавача на српском и енглеском језику. У М. Ковачевић и Ј. Петковић (Ур.), *Српски језик, књижевност, уметност: зборник радова са XIII међународног научног скупа одржаног на Филолошко-уметничком факултету у Крагујевцу (26–27. X 2018)* (213–225). Крагујевац: Филолошко-уметнички факултет.

- Gea Valor, M. L. (2005). Advertising books: a linguistic analysis of blurbs. *Ibérica*, 10, 41–62.
- Gea-Valor, M.-L., and Inigo Ros, M. (2009). On the dynamic nature of genre: a diachronic study of blurbs. In K. Hyland and G. Diani (Eds.), *Academic Evaluation: Review Genres in University Settings (199–206)*. Basingstoke / New York: Palgrave Macmillan.
- Cacchiani, S. (2007). From Narratives to Intensification and Hyperbole: Promotional Uses of Book Blurbs. *Proceedings of the Fourth Corpus Linguistics Conference (CL2007)*. University of Birmingham. Retrieved January 6, 2019, from University of Birmingham, Centre for Corpus Research database.
- Kathpalia, S. S. (1997). Cross-cultural variation in professional genres: a comparative study of book blurbs. *World Englishes*, 16(3), 417–426.
- Cook, G. (2001). *The Discourse of Advertising* (2<sup>nd</sup> ed.). London / New York: Routledge.
- Marčiulionienė, V. (2006). Publisher's blurb on English books of fiction: a diachronic genre analysis. *Filologija*, 11, 61–71. Šiauliai University. Retrieved January 6, 2019, from *Lituanistika* database.
- Önder, N. (2013). Generic structure and promotional elements in best-selling online book blurbs: a cross-cultural study. *Ibérica*, 25, 171–194.
- Ristić, S., Simić, Ž., i Popović, V. (1956). *Enciklopediski englesko-srpskohrvatski rečnik* (I). Beograd: Prosveta.
- Hunston, S. (2004). Counting the uncountable: Problems of identifying evaluation in a text and in a corpus. In A. Partington, J. Morley, and L. Haarman (Eds.), *Corpora and Discourse* (157–188). Bern: Peter Lang.

### Истраживачка грађа

- Bloomsbury*. Доступно на: <https://www.bloomsbury.com/uk/> [15.1.2019.]
- DeWitt, P. (2018). *French Exit*.
- Harding, G. (2018). *Land of the Living*.
- Harrison, C. (2018). *You Belong to Me*.
- Harrison, M. (2018). *All Among the Barley*.
- Miller, M. (2018). *Circe*.
- Park, D. (2018). *Travelling in a Strange Land*.
- Rimington, S. (2018). *The Moscow Sleepers*.
- Shamsie, C. (2018). *Home Fire*.
- Tilley, P. (2017). *Fade-Out*.
- Turton, S. (2018). *The Seven Deaths of Evelyn Hardcastle*.
- Penguin Random House*. Доступно на: <https://www.penguinrandomhouse.com/> [16.1.2019.]
- Braithwaite, O. (2018). *My Sister, the Serial Killer*.
- Boyd, W. (2018). *Love is Blind*.
- Boyne, J. (2018). *A Ladder to the Sky*.

- Carey, E. (2018). *Little*.
- Gear, W. M. (2018). *Abandoned*.
- Hendrix, G. (2018). *We Sold Our Souls*.
- Martin, G. R. R. (2018). *Fire & Blood*.
- Mawer, S. (2018). *Prague Spring*.
- Murakami, H. (2018). *Killing Commendatore*.
- Silver, J. (2018). *One Day in December*.
- Вулкан издаваштво. Доступно на: <https://www.vulkani.rs/default.aspx> [20.1.2019.]
- Вук, С. (2014). *Расветљавање*.
- Гаталица, А. (2015). *Сонаџа за лошег човека*.
- Грбић, Ф. (2018). *Прелест*.
- Домазет, С. (2014). *Фриц*.
- Јовановић, О. (2018). *Време је људско шалас на камену*.
- Латиновић, М. (2018). *Шекспиров клијенти*.
- Плехингер, И. (2018). *Оно што остаје, увек љубав је*.
- Протић, М. Ст. (2017). *Синајско јеванђеље*.
- Розга, Н. (2017). *Животи те чека*.
- Шулц, З. (2017). *Прејлићање*.
- Лагуна. Доступно на: <https://www.laguna.rs/> [21.1.2019.]
- Бачић Алимпић, Ј. (2017). *Нигде нема те*.
- Ђурић Ђура, В. (2018). *Лондон*.
- Ђурић, В. (2018). *Помор и страх*.
- Кецмановић, В. (2017). *Као у соби са огледалима*.
- Марковић, Г. (2018). *Београдски шрио*.
- Маројевић, И. (2017). *Праве Београђанке*.
- Недић, Ј. (2017). *Низ њругу*.
- Радусиновић, В. (2018). *Вајра и лед*.
- Росић, Б. (2018). *За суџра најављују коначно разведравање*.
- Штимац, М. (2018). *Пољубац михољског леџа*.

**Milica Bacić**

## **THE CO(N)TEXTUAL DEPENDENCE OF LEXICAL MEANS OF EVALUATION IN BOOK BLURBS IN ENGLISH AND SERBIAN**

### Summary

The paper presents a contrastive analysis of online book blurbs in English and Serbian, with the aim of investigating the similarities and differences in the use of lexical means of positive evaluation in these texts. As an equally conventionalized and dynamic type of promotional genre, blurbs serve a twofold communicative purpose – referential and conative – which is realized through a relatively stable rhetorical structure and a co(n)textually dependent set of language resources. Basing our findings on quantitative and qualitative analysis, we determine that lexical means are the basis of the formulaic promotional language repeatedly recycled in realizations of this genre. Evaluation is expressed by exaggerating the positive features of a book, primarily through adjectives and, to a lesser degree, nouns, verbs and adverbs. Blurb writers regularly employ complex phrases and intensifying adverb-descriptive adjective(s) constructions, explicit and implicit superlatives, synonyms and other means of intensification and expressivity. However, blurbs also display cross-linguistic variations through the frequency of these elements and a focus on positive description. Whereas a greater number of adjectives in English texts is used to express the value of the literary work itself by emphasizing its novelty, popularity and critical acclaim, in Serbian texts the focus is on the author's style and approach to writing or the subject, as well as the reader's impressions. Additionally, the results of the research confirm that the use of evaluative lexis in online book blurbs is dependent upon several factors: from the context, literary genre of the work, established practices of the publishing houses and target audience to the broader sociocultural context and rhetorical norms of the discourse communities in the two languages.

milica.bacic@filum.kg.ac.rs