

POSLOVICE U ZAGREBAČKOM „VJESNIKU“¹⁾

Općenito je prošireno mišljenje - provjereno i u razgovorima s mojim znancima - da su u novinama poslovice krajnje rijetka pojava.

Iskustvo koje sam stekla, izrezujući poslovice iz „Vjesnika“ i nekih drugih zagrebačkih novina, gotovo da je suprotno tome. U stručnoj je literaturi već primijećena prisutnost poslovice u masovnim medijima, u novinama općenito, a posebice još u reklamama i političkoj karikaturi. Rasprave Lüthija, Miedera, Herlesa, Röhricha² i druge ovdje nespomenute sadrže dragocjena opažanja o svemu tome, s kojima se moja iskustva dijelom podudaraju, dok su dijelom moja iskustva o poslovicama u zagrebačkim novinama donekle specifična.

Ovdje su obuhvaćene poslovice i uzrečice iz naslovâ i nekih krupnih podnaslova članka u „Vjesniku“ iz razdoblja od ljeta 1974. do ljeta 1978. (uz povremena kratka i za naše potrebe zanemariva propuštanja).³ Iz ostalih dnevnih i tjednih novina, odakle sam također izrezivala poslovice, navodim ovdje neke samo posve iznimno, jer su karakteristično povezane s primjerima iz „Vjesnika“.

Poznato je da značenje poslovice ne mora biti na pouzdan i jednoznačan način sadržano u samom njezinu tekstu, nego se ono bitno određuje i situacijom u kojoj se poslovice upotrebljava, njezinim kontekstom. Situacija može dati poticaj i spontanom variranju oblika izricanja poslovice, a i mijenjanju njezinih realija.

Istraživaču je vrlo teško pratiti te pojave izravno u usmenom priopćavanju zbog fluidnosti govora i nepredvidivosti trenutka kada će se upotrijebiti poslovice. Zna se, u drugu ruku, da su poslovice već od davnine trajno prisutne i u pisanoj literaturi i da pripadaju onim vrstama gdje su granice pisanoga i usmenoga prilično neodređene. Moglo bi se zato pomisliti da u novinama, gdje je kontekst na radost istraživača vidljivo sačuvan, pisani oblik poslovice ne predstavlja neku novu specifičnu pojavu. Ipak nije tako.

Poslovice i uzrečice u novinama postavlja se u namjerno distanciran odnos prema svome tradicijskom, folklornom uzorku. Ona ga varira, modificira, mijenja mu realije i značenja, s pretpostavkom da čitatelj pozna uzorak i da svjesno percipira ove nespontane adaptacije, ovo odstupanje od normalnog oblika poslovice, da ima razumijevanja za drugu egzistenciju poslovice, popraćenu modernim konotacijama.

1) Ovaj članak sa sitnim razlikama objavljen je na engleskom jeziku u zborniku *Folklore on Two Continents: Essays in Honor of Linda Dégh*, Bloomington 1980.

2) Max Lüthi, *Das Sprichwort in der Zeitung*, u knjizi istog autora: *Volksliteratur und Hochliteratur*, Bern und München, Francke Verlag, 1970, str. 22-25.

Wolfgang Mieder, *Verwendungsmöglichkeiten und Funktionswerte des Sprichwortes in der Wochenzeitung (Untersuchung der „Zeit“ für das Jahr 1971)*, „Muttersprache“ 83, 1973, 2, str. 89-119.

Isti, *Sprichwörter im modernen Sprachgebrauch* „Muttersprache“ 85 1975, 2 str. 65-88

Helmut Herles, *Sprichwort und Märchenmotiv in der Werbung*, „Zeitschrift für Volkskunde“ 62, 1966, 1, str. 67-80.

Lutz Röhrich, *Die Bildwelt von Sprichwort und Redensart in der Sprache der politischen Karikatur*, u zborniku: *Kontakte und Grenzen. Festschrift für Gerhard Heilfurth zum 60. Geburtstag*, Göttingen, Otto Schwartz % Co, 1969, str. 175-207.

3) Zanemariva su stoga, jer brojeći navodi u ovom članku nemaju pretenziju da budu znanstvena statistika, nego žele jedino naznačiti odnose.

Već je rečeno da su za ovaj prikaz izabrane samo one poslovice i uzrečice koje su sadržane u naslovima članaka. Učinjeno je to ne samo iz praktičkih razloga (tj. zbog toga što bi broj poslovice iz tekstova novinskih članaka bio neobuhvatno velik), nego i stoga što poslovice u naslovima imaju osobito istaknutu važnost. Naslovi novinskih članaka, i onda kad se ne služe poslovicom, vole iskazivati neku mudru ili katkada „mudru“ ideju, neko iskustvo, pouku, kritiku u uopćenoj formi. A ako im pritom pritekne u pomoć pregnantno iskazana i već otprije formulirana mudra misao s autoritetom staroga iskustva, zgusnutog u čitatelju poznatu formulu, te ako ta misao pritom objašnjava i ističe glavnu ideju iz teksta, onda se susrećemo s upotrebom poslovice ili uzrečice u naslovu novinskog članka. Često se događa da se u naslovu na djelotvoran i dopadljiv način varira ista poslovice koju sadrži i osnovni tekst članka. Štoviše, poslovice će biti prenesena iz teksta u naslov katkada čak i onda, ako joj ideja nije osobito bitna za cijeli članak, upravo zbog efektivnosti poslovice u naslovu.

Mislim na poslovice koje su potvrđene u usmenom optjecaju bez obzira na to kakvo im je podrijetlo. Među primjerima bit će mjestimice i takvih koji su poznati kao izreke istaknutih ličnosti, bit će i reklamnih slogana - oboje u slučaju ako su preuzeti i u usmeni repertoar; no dominirat će tradicijske usmene poslovice.

Poslovice u novinama dijelom su općepoznate, pa već i banalne, a dijelom potječu iz seoskih sredina kojih je govor još do nedavno bio protkan obiljem starih poslovice. Neki novinari koji se tim poslovicama služe potječu i sami iz seoske sredine, pa prenose u novine njezine izričaje, a neki su gradska djeca koja namjerno preuzimaju poslovice od drugih radi koketiranja s „narodskim“ stilom. Događa se da se upravo takve „narodske“ poslovice s osobitom sklonošću preuzimaju zatim u novinama iz teksta u tekst, pa se tako pridružuju onima koje su se već prije bile otrcale u svakidašnjoj upotrebi izvan novina.

*

Repertoar poslovice i uzrečica u zagrebačkim novinama, kako će se vidjeti, obilat je i raznolik; primjeri se češće odlikuju i uspjelom eufonijom. Karakteristični su i procesi transformacije kojima se poslovice podvrgavaju u novinskim naslovima.

Transformacije su višestране. Modificira se u novinama oblik poslovice i uzrečice, osobito njezina sintaksa. Poslovice se katkada sugerira tek aluzijom svedenom samo na jednu jedinu riječ, ali se ona eliptično sažima. Katkada se, naprotiv, poslovice proširuje u skladu s novim kontekstom. Katkada se mijenja red riječi radi zvučnoga efekta ili zbog slabo zapamćena originalnog teksta. Mijenjaju se realije u poslovice i time stvaraju nove metafore. Metafore se katkada vraćaju na izvorna doslovna značenja riječi, lišena metaforičnosti. Stare tradicijske realije iz poslovice zamjenjuju se pojmovima iz suvremenoga društveno-političkog rječnika. Mijenjaju se osnovna značenja upotrijebljenih poslovice, katkada zbog namjerne igre, a katkada iz neznanja.

Naši primjeri bit će izloženi prema kriteriju kojemu je u središtu proces modifikacije usmenih poslovice u novinske. Indirektno će se pritom moći razabrati repertoar poslovice u novinama, a i njihove funkcije, koje su povezane s tipom i temom novinskog članka.

Mogućnosti modifikacije poslovice i njihovo raznoliko variranje iskazuje se osobito vidljivo u slučajevima kad se ista poslovice upotrebljava ponovljeno u više primjera.

Na tri poslovice naišla sam u naslovima čak po osam puta.

Normalni oblik⁴ našega prvog primjera glasi: *Vuk dlaku mijenja, ali čudi nikada*. U svih osam primjera taj se oblik podrazumijeva kao poznat i ne citira se nigdje doslovce. U jednom se naslovu navodi eliptično: *Vuk dlaku mijenja...* (23.8.74), aludirajući na loš nacrt nekog ugovora. U drugom je primjeru oblik također eliptičan, ali i dopunjen priložnom oznakom, nonšalantno, ležerno, kao ispričavajući se zbog odveć poznate poslovice: *Vuk, dakako, samo dlaku mijenja!* (12.8.75). Riječ je o neredima na nogometnim igralištima. U slijedećem je primjeru poslovice izmijenjeno značenje: *Vuk dlaku mijenja, čud ponekad* (11.6.77), a govori se o novim institucijama, koje ponavljaju pogreške stare administracije. U naslovu *Kad vozač dlaku mijenja* (1.10.77) misli se na vozača automobila, koji se, kad je pijan, pretvara u vuka. Pritom su objekti metafore višestruko izmijenjeni: vozač je zamijenio vuka, a dlaka ovdje označuje čud; lišena negacije, čud se tu pokazala promjenljivom, pa je time i smisao poslovice postao drugi. Sličan je postupak u naslovu *Mecene mijenjaju dlaku* (26.10.77), gdje je riječ o nekim velikim poduzećima koja su se odrekla stručnih školskih centara što su prije djelovali u njihovoj režiji. Objekt metafore izmijenjen je jednostavnim postupkom u dopisu iz Brazila, gdje je riječ o političkoj reformi, koja to nije: *Režim mijenja dlaku, čud ostaje* (3.7.78). Iz drugih novina: *Vuk dlaku (ne) mijenja* („Vjesnik u srijedu“, 2.10.74) - o presudi pripadnicima ilegalne grupe pristaša bivšeg Informbiroa; *Vuk u automobilu* (iste novine, 10.9.75): prilikom ukidanja specijalnih crvenih tablica na službenim automobilima upotrijebljena je u naslovu članka ova zgusnuta aluzija na poslovicu, a u tekstu je objašnjeno da tablice nisu postigle svrhu, jer da „mnogi korisnici službenih automobila mijenjaju boju registarskih tablica, ali - čudi nikada („čud“ se odnosi na upotrebljavanje službenih kola u privatne svrhe).

Osam puta se ponavlja variranje uzrečice *Baba šumom, deda drumom*, koja označuje nespornost, situaciju kad svatko ide svojim putem, ne opažajući drugoga. *Jedan šumom, drugi drumom* (12.9.74): baba i djed nadomješteni su ovdje neodređenim zamjenicama, koje označuju nacrt dvaju zakona, međusobno neusklađenih. *Igrači šumom, forum drumom* (1.3.76): podjednaka promjena realija, a riječ je o nedostatnoj komunikaciji među šahistima i šahovskim forumima. *Drumom i šumom* (29.4.76): o nacrtu jednog zakona i dvjema suprotnim tezama o tome kakav bi trebao biti. *Koze šumom, zakon drumom* (13.10.77): redakcijski naslov uz dopis čitatelja, koji opominje da osim kozâ (kojih je držanje zakonski zabranjeno) postoje i mnoge druge štetočine što uništavaju kraske šume; naslov je stavljen radi efekta, bez prave smislovne veze s člankom. Iz drugih novina: *Kupci drumom, a trgovci šumom* („Vjesnik u srijedu“, 10.7.74): zaštom realija aludira se na nepovoljno radno vrijeme u trgovinama. *Rezolucije drumom, stanogradnja šumom* (iste novine, 9.4.75): o izgradnji stanova koja zaostaje za donesenim odlukama. *Oči šumom, uši drumom* (iste novine, 28.5.75): dopis iz SSSR-a o izvoru buke u nekoj kući, koji je prema službenom izvještaju uklonjen, a zapravo nije. *Baba šumom - vojska drumom* (iste novine, 15.1.77): u polemičkom članku citira se poznata uzrečica kao izraz međusobna nerazumijevanja; metafora nije, kao u prethodnim primjerima, namjerno prilagođena novoj situaciji, nego je doslovno citirana druga varijanta uzrečice.

Osam puta ponovljena je i poslovice *Tresla se brda, rodio se miš*. U prvom naslovu, koji glasi *Tresu se brda - krive su brane?* (25.1.76), govori se o međunarodnoj konfe-

4) Normalnim oblikom smatram varijantu koja je u najčešćoj uporabi (što je naravno vrlo relativan kriterij, ali je upotrebljiv za aspekte poslovice kojima se bavi ovaj članak). Poslovice i uzrečice navodim dijelom prema vlastitom sjećanju, a dijelom oslanjajući se na ove dvije kapitalne zbirke:

Vuk Stefanović Karadžić. *Srpske narodne poslovice. Sabrana dela Vuka Karadžića 9*, priredio Miroslav Pantlić, Beograd, Prosveta, 1965; V. J. Skarpa. *Hrvatske narodne poslovice*, Šibenik, Hrvatska tiskara, 1909.

renciji o potresima, a primijenjena je igra riječima svođenjem metafore na doslovno značenje. U drugom je naslovu naveden samo svršetak poslovice: *...rodio se miš* (28.8.76), kao polemičan odgovor na članak iz drugih novina, gdje je naslov glasio *Tresla se brda*. Parafraza poslovice i njezino svođenje na paradoks upotrijebljeni su u naslovu *Tresla se brda, a nema čak ni miša* (17.2.76), gdje je riječ o tome kako se nisu provele odluke o reorganizaciji zdravstvene službe u gradu. Familijarno se aludira na poznatu poslovicu u naslovu *Sve po onoj - tresla se brda...* (29.8.77), gdje je riječ o nogometnoj utakmici, koja je donijela razočaranje. U naslovu dopisa iz Bonna

Tresla se brda, rodilo se primirje (29.6.77) aludira se promjenom realija na spor i pomirenje dvojice političara, Brandta i Wehnera. Iz drugih novina: *Tresla se brda...* („Vjesnik u srijedu“, 21.8.74) - o nekim za sada neostvarenim intencijama školske reforme. *Tresla se brda, rodio se novi dnevnik* (iste novine, 9.10.74): o izmijenjenom terminu večernih televizijskih novosti *Tresla se brda ... i rodio se „Gubec-Beg“* (iste novine, 19.3.75): o novoj domaćoj rock-operi.

Poslovicu kojoj je normalni oblik poznat kao *Bolje vrabac u ruci nego golub na grani* registrirala sam u *Vjesnikovim* naslovima pet puta. U dopisu iz Italije (13.6.75), gdje je riječ o raspoloženju birača, poslovice je proširena atributom, koji joj pridaje suvremeni politički smisao: *Bolje vrabac u ruci nego (lijevi) golub na grani*. Naslovom *Je li bolji vrabac u ruci?* najavljen je članak o norveškim biračima, koji će u nesigurnim vremenima glasati za ono što im se čini sigurnijim (10.9.77). U dopisu iz SR Njemačke (11.12.75) predstojeće se suodlučivanje radnika u velikim poduzećima komentira u naslovu slijedećom aluzijom na poslovicu: *Vrabac, doduše, ali ipak u ruci*. Eliptičnom zgusnutom aluzijom *Vrabac ili golub* (7.4.77) najavljuje se u naslovu članak o mladim stručnjacima što odbijaju da prime posao u provinciji. Njihova odluka da ostanu u gradu, makar i bez namještenja, tretira se u tekstu članka kao „vrabac u ruci“ - premda bi prema smislu poslovice bilo logičnije da se „vrapcem“ smatra posao u provinciji. U posljednjem našem primjeru naslov glasi *Vrabac u ruci privrede - kako do goluba?* (24.6.78). Govori se o mogućnostima za nadvladavanje poteškoća u privrednim poduzećima. Slobodnom parafrazom, dodavanjem atributivnoga genitiva i obrtanjem ideje (jer je ovdje poželjan golub, a ne više vrabac) poslovice se distancirala od svoga uzorka i uklopila se u suvremeni kontekst.

Kupiti mačka u vreći - znači kupiti nešto, ne znajući što se zapravo kupilo. Ta je uzrečica potvrđena, kao i prethodna, u pet naslova. Zgusnutim naslovom *Mačak u vreći* (11.12.76, 30.5.77. i 5.6.78) kritiziraju se u tri članka: prodaja neispravnih artikala, nepažljivo biranje privrednih funkcionera i glasanje za neke odluke bez dovoljne prethodne provjere njihova sadržaja. Naslov *(Ne) kupujte mačka u vreći* (25.6.77) govori o lošim posljedicama lokalnog zatvaranja tržišta; pritom on varira gramatički oblik uzrečice i distancira se od njezina tradicijskog iskaza dodavanjem negacije u zagradi. Naslov *Tko štiti „mačka u vreći“* (24.6.77) osuđuje podmetanje nevaljale robe kupcima, time što elipsom o zaštiti „mačka u vreći“ aludira, naravno, na nesolidnu prodaju, a ne na zaštitu kakvoga „mačka“.

Ostale poslovice i uzrečice evidentirane su među našim primjerima po triput, dvaput i jedanput. Zbog ograničenosti prostora moći će se samo neke od njih analizirati na dosadašnji način, a ostale će biti kratko navedene.

Prema poslovice *Poslije boja kopljem u trnje* uveo je „Vjesnik“ stalnu rubriku *Perom u trnje*. Izmijenjeno je gotovo sve: izostavljena je uvodna sintagma o boju, metafora o koplju zamijenjena je perom, trnje je dobilo novo metaforično značenje; dobiveno je time u cijelosti novo značenje: žurnalistička kritika loših društvenih pojava (18.7.74. i dr.).

Naslov članka u „Vjesniku“ *Kukolj od gosta* (17.7.74), gdje je riječ o nekom neuljudnom stranom turistu, aludira samo jednom riječju-metaforom na oslovcu *U svakom žitu ima kukolja*.

U reklamnom sloganu Kreditne banke *Štedite da biste mogli trošiti*, navedenom na nekoliko jezika (20.8.74), prilagođena je modernim prilikama stara poslovice *Štednja je prva dobit*.

Člančić o nekom američkom liječniku koji dokazuje da jutarnji gutljaj alkohola raspršuje simptome noćnog mamurluka naslovljen je tradicionalnom poslovicom *Klin se klinom izbija* (1. i 2.9.74). Upotreba te stare poslovice, premda ona sama po sebi nije šaljiva, pridaje ovom člančiću humorističan ton.

Prema poslovice *Tko pjeva, zlo ne misli* naslovljen je satirički feljton o preglasnoj noćnoj glazbi u turističkim mjestima ovako: *Tko svira, zlo ne misli* (24.5.75). Ista je poslovice i ovako adaptirana: *Tko šuti (zlo) ne misli* - u naslovu članka o radnicima koji se ustručavaju kritizirati loše pojave u svom radnom kolektivu (14. i 15.12.75).

Uzrečica *Grlom u jagode*, koja označuje upuštanje u nešto bez pripreme i poznavanja, izabrana je kao naslov nepovoljnoj kritici jedne pjesničke antologije (21. i 22.9.75). Ista se uzrečica navodi i 27.3.76. u naslovu prikaza istoimene tv-serije.

Poslovice - s podrijetlom u Evanđelju - *Da ne zna lijeva što čini desnica* (a misle se dobra djela) navodi se u naslovu i tekstu jednoga čitateljskog dopisa ovako: *Ne zna lijeva što radi desnica* (25.7.75). Neznanje je tu shvaćeno doslovno zbog zaboravljena tradicijskog značenja poslovice. Čitatelj se, naime, tuži na dobivene proturječne informacije o rezervacijama mjesta u vlaku.

Uzrečica *Pojeo vuk magare*, koja znači da nitko više ne haje za nešto što je bilo pa prošlo, navedena je u naslovu članka o cijenama što rastu usprkos službenoj odluci da se porast zaustavi. Kao što je to često i inače - seljačka je poslovice primijenjena na neseljačku temu, dok je distanca izražena lakom modifikacijom sintakse (18.10.75). Slično je ista uzrečica navedena u članku o nesmotrenoj kupnji nevaljalih artikala od inozemnih tvrtki (27.4.77).

Poslovice *Zrno do zrna pogača, kamen do kamena palača* upotrijebljena je triput i svaki put je drugačije adaptirana. Članku o sajmu cvijeća naslov glasi: *Kamen do kamena - cvijet* (6.6.77). U reportaži o žetvi prijenosno je značenje vraćeno na doslovno, uz moderne realije: *Zrno do zrna - pune se silosi* (6.7.77). O stanovnicima nekog malog mjesta, koji su vlastitim sredstvima sagradili potrebne komunalne objekte, govori članak *Dinar po dinar, kamen po kamen - pothvat* (10.7.77).

Rafinirana igra oko metaforičnoga i doslovnog značenja uzrečice *U tom grmu leži zec* provedena je u članku o tzv. nedjeljnim lovcima, koji pucajući u divljač, često ravnjavaju ljude (23. i 24.11.75). Podnaslov članka pita hoće li lovci shvatiti „da u svakom grmu ne leži zec“, što je u isti mah i obična tvrdnja i aluzija na uzrečicu, koja se zatim navodi u tekstu članka: „Baš i u tom grmu leži zec...“ (tj. baš je o tom pitanju riječ...). Ista se uzrečica varira na nekoliko načina u članku o pripremanju sportaša za olimpijske igre. Mислеći na rizike pri izboru sportaša, naslov članka stilizira uzrečicu ovako: *U kojem grmu koji zec?* (21.4.76).

Poslovice *Tko sije vjetar, žanje buru* adaptirana je u članku o uličnim borbama u Bejrutu na taj način da je uloga sijača vjetra dodijeljena političarima, dok narod žanje buru (10.12.75). Ista se poslovice u drugačijoj adaptaciji susreće i 3.12.76.

Evo još jedan primjer tipične seljačke poslovice u funkciji kritike suvremene birokracije: poslovice *Na vuka povika, a lisica meso jede* preobražena je u: *Povika na činov-*

nika, a lisice jedu meso (22.2.76). Distanca i modernizacija ostvarene su promjenom objekta i promjenom sintakse, pri čemu je stvorena i nova asonanca.

Prema uzrečici *Trbuhom za kruhom*, što znači otisnuti se u svijet tražeći posao, stvorena je u novinskom naslovu nova: *Bez trbuha do kruha* (6.3.76). Igrom riječi, vraćanjem trbuha na izvorno značenje, i ujedno s novostvorenom rimom ovdje se uz notu gorčine govori o tome kako trudne žene ne mogu dobiti posla. Promjenom objekta i promjenom smisla uzrečice dobiven je naslov uz sliku Kissingera pokraj trbušne plesačice Linde Dinsmore: *Trbuhom za Kissingerom* (12.1.66).

Dim bez vatre? (10.3.76) i *Ima dima i bez vatre* (4.8.76) primjeri su poigravanja s poslovicom *Nema dima bez vatre*. Prvi se naslov bavi nepotvrđenim glasinama o pripremanju novoga vojnog puča u Grčkoj, a drugi govori o oblaku dima, koji je stvoren topljenjem smole, pa nije, dakle, potjecao od vatre.

Biti svakom loncu poklopac znači nametati se svakamo nepozvan. No u naslovu *Ne može jedan čovjek biti poklopcem za svaki lonac* (15.8.76) ovo je značenje zanemareno i zamijenjeno drugim: prezaposlenošću iste osobe zbog mnogobrojnih dužnosti. Je li novinar zaboravio osnovno značenje uzrečice, ili ga je namjerno izmijenio - nije osobito bitno. U oba je slučaja vidljiva nonšalantnost prema tradicionalnim značenjima poslovice, kao što se i u ostalim primjerima ona iskazuje u odnosu prema realijama i prema formi.

Poslovica *Sve je dobro što se dobro svrši* prilagođena je ovako: *Dobro je jer se - dobro završilo* (16.11.76) - ironizirajući vaterpoliste koji su pobijedili na utakmici, premda nisu baš dobro igrali.

Posve je tradicionalno upotrijebljena poslovica *Jedna lasta ne čini proljeća* u članku o osamljenoj instituciji koja se jedina u šibenskom kraju brine za razvoj stočarstva (19.11.76). No pisac drugoga članka zadovoljio se aluzijom na tu poslovicu spomenuvši jednostavno - lastu: *Lasta iz Novog Mesta* (11.12.76). Tu se pozdravlja inače neuobičajena odluka o zabrani prodaje nekog tipa automobila za koji nema rezervnih dijelova.

Poznata reklama za bombone *Bilo kuda*, „Kiki“ svuda postala je ne samo poslovičnom, nego već i predmetom adaptiranja u novinskom naslovu: *Bilo kuda, Levak svuda* (22.11.76). Riječ je o popularnom tv-spikeru.

Slično tome stekao je i reklamni slogan *Odlično je, od „Gavrilovića“* je! status popularne uzrečice, a tiče se proizvoda poznate tvornice suhomesnate robe. Uzet je kao naslov uz reportažu o toj tvornici i upotrijebljen pomalo sarkastično: konfrontiraju se blještava reklama i znatne ekonomske poteškoće u toj istoj tvornici (16.1.77).

Suvremena uzrečica *Okreni ploču* kazuje se osobi koja pripovijeda uvijek isto; pripada, naravno, „gramofonskoj“ kulturi. Vraćena je svome izvornom značenju u naslovu članka o prečestom sviranju snimaka s istih ploča na radiju (22.11.76).

U naslovu *Mlaćenje prazne slame* (24.11.76) nije riječ o pričanju koještarija - što je uobičajeno metaforično značenje te uzrečice - nego se, aludirajući na to značenje, razumijeva prava slama; govori se o tome kako se slama često spaljuje, a kada poslije ustreba, uvozi se iz Mađarske.

Podudaranje doslovnoga i prenesenog značenja uzrečice sadržano je u naslovu *Stali mu na žulj* (11.1.77). U povodu istupa protiv jednoga košarkaša, kome je bilo grubo zamjereno što je stekao žulj na ruci i zbog toga propustio nastup na utakmici - kritizira se upletanje u privatni život sportaša.

Ueiptičnom citatu poslovice *Vrč ide na vodu dok...* izostavljen je svršetak: *se ne razbije* (16.1.77). U tradicionalnoj se uporabi ta poslovica odnosi na one koji griješe ta-

ko dugo dok napokon ne nastradaju. No ovdje je njezin smisao simbolično nostalgican: riječ je o propadanju starih obrta i, posebno, lončarstva. Sve ima svoj kraj, kao i vrč koji ide na vodu... (Ista je poslovice upotrijebljena i 1.7.78.)

Već češće spominjano eliptično navođenje poslovice, kojim novinar iskazuje svoju nonšalantnu distancu od općepoznatih tradicijskih izričaja, pokazalo se i u ova dva primjera: U naslovu *Dok trava naraste* (5.4.77) preskočen je početak uzrečice: *Čekaj magarče...* (kritizira se neredovito isplaćivanje naknada za bolovanje). Naslov *Tko pod drugim...* (12.7.77) citira se bez poslovičina nastavka: *...jamu kopa, sam u nju pada*. (Riječ je o dvojici pijanaca, koji su, hoteći zapaliti susjedov automobili, zapalili sami sebe.)

Naslov *Tko muti vodu u Maloj Mlaci* (21.3.77) ne odnosi se na neke intrigante, kako bi se moglo očekivati, nego izravno na nedovoljnu zaštićenost vodocrpilišta gradskog vodovoda.

Isto se tako naslovom *Prodaja magle* (22.3.77) ne misli na podmetanje kakvih izmišljotina kao tobožnje istine, nego na stvarnu „prodaju magle“ - kad pojedini službenici hidrometeorološkog zavoda daju informacije o prognozi vremena. Obadva značenja, i prijenosno i doslovno, sadržana su u naslovu *Prodavanje magle* (24.5.78): riječ je o storniranom avionskom letu tobože zbog magle, a zapravo zbog premalog broja putnika.

Nejasno djeluje naslov *I zarade prema pokrivaču* (19.11.76) svakome onome tko u riječi „pokrivač“ ne prepozna aluziju na uzrečicu: *Prostrijeti se koliko je dug pokrivač*. Misli se na to da poduzeća ne bi smjela trošiti na osobne dohotke više nego što im dopušta poslovni uspjeh.

Podjednako će i eliptičan naslov *O Muhamedu i brdu* (2.6.77) ostati nejasnim onome tko ne pozna poslovice *Ako neće brdo Muhamedu, hoće Muhamed brdu*. Čitateljici na radu u SR Njemačkoj poručuje autor članka neka članovi kluba jugoslavenskih radnika šalju „Vjesniku“ dopise o svojoj djelatnosti, kad već nisu uspjeli dočekati da ih pohode predstavnici uredništva.

Naslov *Konac djelo ne krasi* (9.6.77) izriče svoj nepovoljan sud o završnoj priredbi opernog festivala dodavanjem negacije poznatoj poslovice. Ista poslovice (bez negacije) poslužila je kao naslov karikaturi o posljednjem danu ljetovanja jedne obitelji: „slaveći“ taj dan, oni naručuju od konobara komično male količine hrane, zbog svoga iscrpljenog budžeta (31.7.77).

Poslovice *Koga svrbi, taj se češe* također je postala motivom karikature (28.3.78): na slici se krava češe o zgradu s natpisom „Skladište mlijeka u prahu“. Radi se o neprodanim zalihama domaćeg mlijeka u prahu, dok se ono istodobno uvozi. Ista je poslovice, na drugačiji način, bila navedena i 8.1.76.

Dopis iz Njemačke o akcijama terorista ima kao naslov adaptaciju poznate poslovice *Tjerati vodu na tuđi mlin*, kojoj su dodani atributi iz modernog političkog rječnika: *Anarhistička voda na desničarski mlin* (18.4.77). Ista je uzrečica upotrijebljena i u dva druga naslova (2.3.77. i 28.9.77).

Uzrečica *Zasvirati i za pas zadjenuti* (22.11.76), koja znači da treba umjeti svaku stvar na vrijeme prekinuti, naslov je dopisa u kojemu se čitatelj tuži na prečesto ponavljanje istih tv-reklama. Ista je uzrečica modificirana i ima drukčije značenje u naslovu *U 23 sata sviralu za pojas* (16.7.77), gdje se kritizira odluka vlasti u Dubrovniku da u 23 sata mora prestati svirka u javnim lokalima.

(12.10.77); *Manje riječi više vrijedi* (12.10.77); *Nova metla dobro mete* (23.11.77); *Od viška glava ne boli* (22.12.77. i 3.6.78); *Od sto glasa glasa čuti nije* (uzrečica preuzeta iz poeme Ivana Mažuranića; 20.3.78); *Kojemu se privoljeti carstvu?* (uzrečica); *Prevesti koga žedna preko vode znači lukavo prevariti*. Eliptičan naslov *Kupci žedni preko vode* (13.12.77) upotrijebljen je s tim značenjem: u članku se kritiziraju pogrešne informacije o propisima, vezanima uz nabavu nekih automobilskih automata. Naprotiv, sažeti naslov *Prevode ih žedne* (29.9.77) odnosi se zaista na žed, govoreći o nedostacima vodovoda u Zrenjaninu.

Uzrečicom *I vuk sit i ovce na broju* opisuje se situacija u kojoj je udovoljeno istodobno dvjema suprotnim težnjama. Naslov uz dopis jedne čitateljice, koja je prigovarala nekoj TV-emisiji o lovu, glasi ovako: *I vuk sit i lovci na broju* (17.10.77). Značenje uzrečice ostalo je isto, ali je izmijenjen subjekt, što zvuči efektno zbog zvukovnog podudaranja obiju riječi (ovce, lovci).

Slijede preostali primjeri iz naslova članaka u „Vjesniku“, navedeni ovdje u normalnoj uobičajenoj formi poslovice i uzrečice, a ne onako kako ih je novinar adaptirao:

Izvana gladac, a iznutra jadic (9.7.74); *Kad se hoće, sve se može* (10.7.74); *Sve su mu lađe potonule* (12.7.74); *I najdražeg gosta za tri dana dosta* (28.8.74); *Na mucu se poznaju junaci* (2.10.74); *Bolje sprječiti nego liječiti* (4.6.75. i 18.9.76); *Kad se bratska srca slože, i olovo plivat može* (6.6.75); *Kome opanci, a kome obojci* (23.10.75); *Grom iz vedra neba* (13.11.75); *Koliko para, toliko muzike* (18.12.75); *Biti na situ i rešetetu* (2.9.76); *Spala knjiga na dva slova* (3.2.76); *Brigo moja, prijeđi na drugoga* (4.2.76, 11.10.77. i 22.4.78); *Podigla se kuka i motika* (3.2.76); *Praviti od buhe slona* (9.2.76); *Mi o ražnju, a zec u šumi* (23.2.76. i 20.9.77); *Zabiti glogov kolac* (kojim se ubijaju vampiri), (6.3.76); *Ući na mala vrata* (6.3.76); *Kakva sjetva, takva žetva* (2.4.76. i 7.1.77); *Svatko je svoje sreće kovač* (4.4.76); *Tjerali lisicu, a istjerali vuka* (19.5.76. i 23.12.78); *Sačuvati i ovce i novce* (22.6.76); *Psi laju, a karavana prolazi* (27.7.76); *Nužda zakon mijenja* (15.8.76); *Dolijevati ulje na vatru* (17.8.76); *Slažu se kao rogovi u vreći* (24.9.76); *Trla baba lan da joj prođe dan* (5.10.76); *Skuplja potkova od konja* (6.11.76); *Prodavati rog za svijeću* (18.11.76); *Naći se u nebranom grožđu* (21.11.76); *Uzvitlati oko čega prašinu* (21.11.76); *Jabuka ne pada daleko od stabla* (22.11.76); *Prevršiti mjeru* (24.11.76); *Po jutru se dan poznaje* (3.12.76); *Okretati kaput prema vjetru* (6.12.76. i 24.1.78); *Kakvo drvo takav klin, kakav otac takav sin* (6.12.76); *Kititi se tuđim perjem* (27.12.76. i 18.3.78); *Kad mačke nema doma, miši kolo vode* (28.12.76); *Tražiti dlaku u jajetu* (27.12.76); *Pala mu sjekira u med* (9.1.77); *Razišli se kao rakova djeca* (10.1.77); *Biti između čekića i nakovnja* (11.1.77. i 18.3.78); *Udariti namet na vilajet* (uzrečica nastala prema stihu iz narodne pjesme; 14.1.77); *Dok je telaca, bit će i novaca* (ista struktura upotrijebljena je u inače različitom, modernom tekstu uzrečice; 24.1.77); *Tko će ispraviti krivu Drinu!* (30.1.77); *Govoriti nemuštim jezikom* (tj. jezikom koji ljudi ne razumiju - prema tipu pripovijetke Aa Th 670; 29.1.77); *Presoliti kašu* (31.1.77); *Lomiti oko čega koplja* (31.1.77); *Dijeliti šakom i kapom* (10.2.77); *Tražiti kruha nad pogačom* (8.3.77); *Mili bože, kud sam zašo?* (uzrečica nastala prema početnom stihu pjesme Petra Preradovića; 8.3.77); *Sjediti na ušima* (5.4.77); *Sjeći granu na kojoj se sjedi* (7.4.77); *Držite lopova!* (14.4.77); *Uzmi, ago, koliko ti drago* (govori kršćanski podanik turskom feudalcu; 14.4.77); *Ni bajrami više nisu kao što su nekoć bili* (početni stih muslimanske pjesme, koji je postao uzrečicom; 21.4.77); *Tko šteti čavle, gubi ploče* (29.4.77); *Sit gladnu ne vjeruje* (29.4.77); *Ne laje kuja radi sela nego radi sebe* (16.6.77.). *Šutnja je zlato* (6.7.77; uz to i slika - pošalica s tom poslovicom u naslovu, objavljena u „Vjesniku u srijedu“ 15.1.75); *Podmetnuti kukavičje jaje* (14.7.77); *Svi putevi vode u Rim* (18.7.77); *Staviti kome soli na rep* (30.7.77. i 8.5.78); *Puno babica, kilavo dijete* (11.10.77); *Kap po kap*

ca nastala adaptacijom stiha iz narodne pjesme;⁶ 28.3.78); *Kiselo je grožđe* (3.6.78); *Na vrbi svirala* (5.6.78); *To je luk i voda* (2.7.78); *Teče med i mlijeko* (6.7.78); *Biti kome trn u oku* (7.7.78).

Naše uvodno razmatranje i analizirani primjeri pokazali su, nadam se, dovoljno jasno kako se novinari zagrebačkog „Vjesnika“ distanciraju od tradicijskih uzoraka, a ipak tako rado i često posežu za poslovicama i uzrečicama. Primjeri su zatim pokazali kako konteksti uz te citirane poslovice nisu obilježeni ni seljačkim sadržajima ni seljačkim načinom mišljenja, ali da same poslovice pripadaju ipak znatnim dijelom seljačkoj tradiciji s metaforama i realijama iz seljačkog života. Paralelno s njima nalaze se u „Vjesniku“ također tradicijske poslovice, ali s pečatom gradske kulture, te napokon i neke koje nastaju u naše dane. Ovaj višeslojni repertoar, a osobito odnos prema poslovicama iz starije domaće tradicije, adekvatno očituju društvene i kulturne promjene posljednjih desetljeća u Jugoslaviji, uz obilježja prelaska društva iz pretežnije agrarnoga u industrijsko.

Teme novinskih članaka kojima pripadaju prikazane poslovice nisu bile u središtu pozornosti ovoga izlaganja, jer bi tako izabrano mjerilo bilo izvanjsko, tj. ne bi proizlazilo iz same građe. No uzajamni odnos poslovice i njihova konteksta iskazanog u tematici članka, ipak je veoma značajan za razumijevanje uporabe poslovice i uzrečica u novinama.

Ukupno 165 evidentiranih poslovice i uzrečica u „Vjesnikovim“ naslovima (računajući i njihova ponavljanja i variranja) raspoređeno je prema tematici članaka ovako: 100 primjera u člancima koji se bave pojavama društvenog života i pritom ponajčešće kritiziraju razne negativnosti (u privredi, u samoupravljačkoj praksi, u kulturnom životu, u zdravstvu, u brizi o komunalijama itd.); 24 primjera u dopisima o političkim zbivanjima u svijetu; 20 primjera u člancima o sportu (od kojih njih 5 kritizira pojave u sportskom životu); 11 primjera odnosi se na razne kuriozitete; na umjetničku kritiku i kritiku programa masovnih medija odnosi se 7 primjera; dva primjera pripadaju ilustriranim šalama, a jedan je reklama.

Zbog čega su upravo u člancima o društvenim pojavama, i to ponajviše onda kada im se stavljaju zamjerke, poslovice tako neusporedivo učestale, proizlazi iz više razloga. Jedan razlog, ali nikako ne najvažniji, jest u tome što su takvi članci u novinama česti. Drugi važniji razlog krije se u samim poslovicama. Premda poslovice ni u usmenoj tradicijskoj uporabi, a pogotovo u novinama, svojim većim dijelom nisu onako izravno didaktične kako se obično pojednostavnjeno misli, one ipak služe kao pouka i pravilo. S jedne strane, autoritetom svoga kondenziranog staroga iskustva u vrednovanju životnih pojava daju one autoritarnost kritici sadržanoj u novinskom članku. S druge pak strane, po riječima Hermanna Bausingera poslovice je „parcijalno važeće životno pravilo; u pojmu 'pravilo' sastaje se ono što jest i ono što bi trebalo biti: pritom pravilo, opće uzevši, nije formulirano kao propis, nego kao komentar“.⁷ Upravo ta svojstva poslovice: autoritet iskustva, formulacija životnog pravila i sposobnost da bude kritički komentar pojavama - čine poslovicu, *mutatis mutandis*, privlačnom i za suvremenu uporabu u novinama, posebice u člancima koji raspravljaju o normama ljudskog ponašanja. Moderna je dimenzija pritom u distanciranju od stare poslovice - što se ponajviše iskazuje u modifikacijama teksta i u utjecanju autoritetu poslovice s istodobnim lakim ironiziranjem tog postupka.

5) Vuk Stefanović Karadžić, *Srpske narodne pjesme* 3, Beograd, Prosveta, 1954. (Pjesma br. 1. *Starina Novak i knez Bogosav*).

6) *Isto djelo* 2, 1953. (Pjesma br. 45. *Propast carstva srpskoga*)

7) Hermann Bausinger, *Formen der 'Volkspoesie'*, Berlin, Erich Schmidt Verlag, 1968, str. 98

Proverbs in Zagreb newspaper „Vjesnik“

(Summary)

In the article the author analyzes sayings and proverbs used in the headlines of the Zagreb daily newspaper „Vjesnik“ in the period 1974 - 1978. The article demonstrates the way in which proverbs in the newspaper are intentionally dissociated from their traditional folklore pattern. The text of a proverb varies, it is modified, the objects it refers to as well as its meanings are changed, on the assumption that the reader is acquainted with the pattern and is conscious of its adaptations. The form of the proverb, especially with regard to its syntax, is modified. The proverb is frequently elliptically contracted or is reduced to one-word allusion. Sometimes the proverb expands according to the newspaper context. By changing the objects that the proverb refers to new metaphors are formed. Old traditional objects to which proverbs refer are substituted by concepts belonging to the contemporary socio-political vocabulary.

The author analyzes the subject-matter of the articles in which proverbs are most frequently encountered: they are mostly articles criticizing various social phenomena. By the authority of their condensed old experience in judging the events of life the proverbs give competence to the criticism expressed in the newspaper article. Here the modern dimension consists in dissociating from the old proverb, which is realized by the modification of the text and by a light irony.

The English text of this article was published in the collection „Folklore on Two Continents: Essays in Honor of Linda Dégh“, Bloomington 1980.