

1. 070:004.738.5(450)''2020/2023''

811.131.1'367

811.131.1'373

004.8

<https://doi.org/10.18485/zivjez.2024.44.1.3>

Оригиналан научни рад

Примљен 27/08/2024

Прихваћен 13/10/2024

Јелена Пухар*

Универзитет у Београду

Филолошки факултет

Катедра за италијанистику

ЈЕЗИЧКЕ ОДЛИКЕ НОВИНСКИХ НАСЛОВА О ВЕШТАЧКОЈ ИНТЕЛИГЕНЦИЈИ У ЕЛЕКТРОНСКИМ ИЗДАЊИМА ИТАЛИЈАНСКИХ ДНЕВНИХ НОВИНА**

У овоме раду, користећи метод анализе садржаја, бавили смо се језичким одликама наслова чланака о вештачкој интелигенцији, ексцерпираних из електронских издања најчитанијих италијанских дневних новина *Corriere della Sera* и *La Repubblica*, објављиваних од јануара 2020. године до септембра 2023. године. Истраживање је спроведено на корпусу од 864 новинска наслова, које смо посматрали из два угла – лексичког и синтаксичког. Циљ нам је био да, анализирајући лексички састав новинских наслова, прикажемо неприлагођене позајмљенице, термине и ониме који се јављају у обрађеном корпусу и да, у оквиру синтаксичке анализе, испитамо какви су по синтаксичкој структури анализирани новински наслови. Резултати истраживања су показали да у нашем корпусу преовлађују англицизми из области информатике, да су међу онимима најзаступљенија имена технолошких компанија, робота, четботова и виртуелних асистената, као и да су најбројнији наслови са синтаксичком формом просте реченице.

Кључне речи: новински наслови, италијанске онлајн дневне новине, вештачка интелигенција, италијански

* jelenapuhar@fil.bg.ac.rs

** Овај рад је био изложен на Међународној конференцији *Савремена филолошка истраживања*, одржаној на Филолошком факултету Универзитета у Београду 2. и 3. марта 2024. године.

1. Увод

Медијски текстови данас су један од најраспрострањенијих облика језичког израза (Добросклонскаја 2020: 5), те се проучавању језика медија посвећује велика пажња (Бономи 2016; Бедијс и Мас 2017; Гвалдо 2017; Котер и Перин 2017; Мапели 2023). Ширење употребе рачунара, таблета и паметних телефона у свакодневном животу свакако је допринело променама и у начину информисања. Како наводи Барбано (2012: 208–209), у Италији су последњих деценија електронска издања дневних новина доступнија и читанија од штампаних издања, што потврђује истраживање италијанског института Ченсис, према којем се током 2022. године у Италији наставио пад броја читалаца штампаних дневних листова и уочи пораст броја читалаца дневних новина у онлајн формату¹. Имајући наведено у виду, у овоме раду ћемо се, користећи метод анализе садржаја, бавити језичком анализом новинских наслова о вештачкој интелигенцији управо електронских издања најчитанијих италијанских новина *Corriere della Sera* и *La Repubblica*, с циљем да дамо допринос проучавању медијских текстова у италијанским дигиталним медијима.

Новински наслови се у литератури издвајају као веома значајни елементи чланака дневних новина (Реис и др. 2015: 357; Бономи 2016: 174; Гвалдо 2017: 41). Састоје се из једне реченице или из више њих и обавештавају читаоце о садржају новинских чланака (Верешчинскаја 2009: 129). Наслови онлајн дневних новина имају за циљ да брзо привуку пажњу читалаца, како би читаоци кликнули на линк наслова и прочитали новински чланак (Реис и др. 2015: 357). Наслови су често окарактерисани као визиткарта новинског чланка и излог новина (Бономи 2016: 175). Стога, аутори наслова теже да, користећи неколико речи, саставе текстове који ће привући пажњу читалаца и истовремено обухватити целовиту вест (Мапели 2023: 106). Дакле, новинске наслове одликују информативност, изражајност и сажетост (Де Бенедети 2004: 10; Басенко и Радченко 2020: 34).

Као што смо поменули, предмет овога рада биће језичка анализа италијанских новинских наслова о вештачкој интелигенцији, која изазива велико интересовање медија, будући да се све више примењује у различитим

1 Наиме, резултати истраживања института Ченсис (Censis) показују да се у 2022. години једна четвртина Италијана (25,4%) информисала путем штампаних дневних новина, што је за 3,7% мање у односу на 2021. годину и за чак 41,6% мање у односу на 2005. годину. С друге стране, број читалаца дневних новина у онлајн формату из године у годину све је већи. У 2022. години износио је 33%, а то је у односу на 2021. годину више за 4,7%. <https://www.censis.it/comunicazione/i-media-delle-crisi-0> (Приступљено 25. 2. 2024)

областима, попут науке, економије, администрације, безбедности, образовања, музике, кинематографије, политике и комуникација.

Термин *artificial intelligence* први пут је, говорећи о паметним машинама, употребио Мекарти 1956. године (Роси 2019: 20), а у последњих двадесет година, првенствено због употребе неуронских мрежа и алгоритама за дубоко учење, у области вештачке интелигенције забележени су велики помаци (Вергер 2020: 373). Јаничић и Николић (2023: 7) бележе да у науци нема опште сагласности о дефиницији вештачке интелигенције. Према независној експертској групи за вештачку интелигенцију, коју је основала Европска комисија 2018. године, вештачка интелигенција представља системе који показују интелигентно понашање анализирајући своје окружење и предузимајући акције ради постизања одређеног циља (Европска комисија 2018: 1). Ти системи, које је осмислио човек у облику софтвера или хардвера делају, дакле, у физичком или дигиталном окружењу на основу опажања свог окружења, посредством прикупљања података (Европска комисија 2019: 6). Тумаче прикупљене податке, обрађују информације добијене из тих података и одлучују које би радње требало предузети ради остварења задатог циља (Ибид).

Наш корпус чине 864 наслова о вештачкој интелигенцији, објављиваних од јануара 2020. године до септембра 2023. године у електронским издањима италијанских дневних листова *Corriere della sera* и *La Repubblica*. Обрађени корпус чине наслови чија је тема у различитим новинским рубрикама, попут спољне политике, економије, науке, културе и спорта, била вештачка интелигенција. Прикупљене новинске наслове у централном делу рада посматраћемо из два угла – лексичког и синтаксичког. Анализирајући лексички састав новинских наслова, у одељцима 2.1.1. и 2.1.2. настојаћемо да прикажемо прикупљене неприлагођене позајмљенице² и термине. У одељку 2.1.3. посебну пажњу усмерићемо на ониме, с циљем да утврдимо заступљеност антропонима, топонима и хремотонима³ у анализираном корпусу. У оквиру синтаксичке анализе у одељку 2.2, како бисмо испитали у којем се правцу у погледу синтаксичких структура развијају наслови у италијанским онлајн дневним новинама, истражићемо какви су по синтаксичкој структури новински наслови из нашег корпуса, те ћемо их

2 Неприлагођене позајмљенице (*prestiti non adattati*) представљају позајмљенице преузете у оригиналном облику (Дардано 2005: 132; Априле 2015: 90; Адамо и Дела Вале 2017: 117).

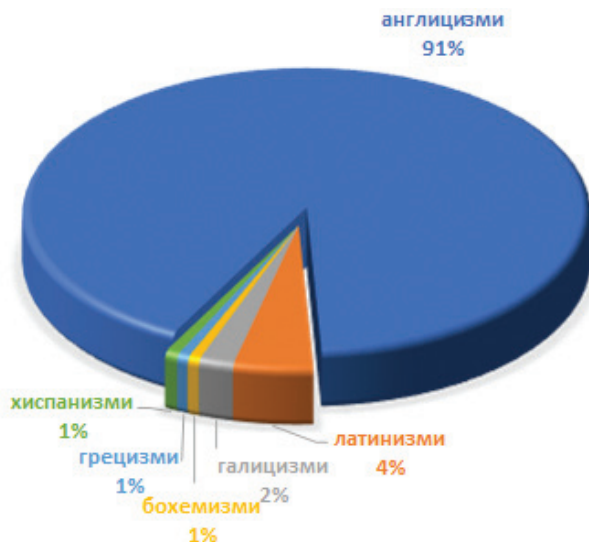
3 Следећи Галковског (2019: 96, 2023: 75), под хремотонимима подразумевамо имена објеката, производа и дела, насталих као резултат активности човека (нпр. имена предузећа, организација, удружења, продавница, производа, уметничких дела).

разврстати на наслове који се јављају у облику простих, независнослужених и зависнослужених реченица. У последњем делу рада изнећемо закључна разматрања.

2. Анализа корпуса

2.1. Лексичка анализа корпуса

2.1.1. Једна од одлика језика дневних новина јесте употреба позајмљеница (Бономи 2016: 195, 214; Гвалдо 2017: 52). Њихово коришћење у језику електронских дневних новина често је мотивисано великим бројем новости које у редакцију стижу посредством међународних новинских агенција, као и брзином постављања новинских чланака на сајт (Адамо и Дела Вале 2008: 91). Бономи (2016: 214) бележи да су у новинском језику међу позајмљеницама најбројнији англицизми, што анализа примера у нашем корпусу потврђује. Наиме, од укупно 132 прикупљене неприлагођене позајмљенице, неприлагођених англицизама је 120 док су, као што се може видети из Графикана 1, позајмљенице из других језика знатно ређе.



Графикон 1. Позајмљенице у анализираном корпусу

У обрађеном корпусу најфреквентнији су неприлагођени англицизми из области информатике, што је, с обзиром на тематику испитаних наслова,

било очекивано. Чине скоро трећину (28,27%) прикупљених англицизама (нпр. *app, big data, blockchain, chatbot, cloud, deepfake, deep learning, machine learning, malware, modem, mouse, online, phishing, software, web*) и јављају се у насловима посвећеним примени вештачке интелигенције у различитим областима, попут медицине, образовања, политике, технологије, економије, туризма и новинарства. Међу њима најфреквентнији су англицизми преузети у 21. веку: *app, big date, chatbot* и *cloud*. Ради илустрације навешћемо неколико примера:

(1) Un software (e presto un'app) per capire il pianto dei neonati (*Corriere della Sera*, 5. 2.

2023)

(2) Campus Bio-Medico, l'università che apre le porte a big data e intelligenza artificiale (*La Repubblica*, 8. 10. 2021)

(3) Tatiana Rizzante: "La rivoluzione Ai come il web in dieci anni tutto cambierà" (*La Repubblica*, 10. 7. 2023)

Будући да су, као што смо поменули, анализирани наслови посвећени примени вештачке интелигенције у различитим областима, у нашем корпусу, поред англицизама из области информатике, не изненађује ни присутност англицизама из области електронике (нпр. *chip, microchip, superchip*), економије (нпр. *business, fintech, start up, startupper, top manager*), музичке и филмске индустрије (нпр. *fiction, film, rapper, rock, star, talent scout, vip*), спорта и слободног времена (нпр. *coach, fitness, personal trainer, tennis*). Ево неколико примера:

(4) Crisi microchip, a Dresda la prima fabbrica gestita dall'intelligenza artificiale (*La Repubblica*, 8. 6. 2021)

(5) Intelligenza artificiale, la startup dei 'ribelli' che parla italiano (*La Repubblica*, 26. 4. 2023)

(6) I grandi del rock tornano bambini grazie all'intelligenza artificiale (*Corriere della Sera*, 22. 1. 2023)

(7) Palestre chiuse? Il robot diventa il personal trainer per allenarsi a casa (*Corriere della Sera*, 24.3.2021)

Како истиче Цопети (2017: 122, 124), улога медија у ширењу употребе англицизама у италијанском језику веома је велика. С једне стране, њихово коришћење у језику медија у великој мери условљено је престижом који енглески језик има као језик међународне комуникације, као и престижом англоамеричке цивилизације на политичко-економском плану и у разним

областима, попут информатике, спорта, музике и моде (Д'Акиле 2010: 81; Гвалдо 2023: 214). С друге стране, англицизми се у новинском језику користе ради привлачења пажње читалаца (Пулчини 2023: 161). Цопети (2017: 122) наводи да медији теже новитетима и да због те чињенице већину англицизама не преводe на италијански језик и додаје да су англицизми веома чести у новинским насловима управо због своје економичности, будући да преносе поруку са мањим бројем слова и тиме омогућавају економичније изражавање појмова од преводних еквивалената, што потврђују примери из нашег корпуса попут *big data, chat, cybersecurity, e-commerce, freelance, phishing, startupper* уместо којих би се могли користити италијански еквиваленти *grande raccolta dati, conversazione virtuale, sicurezza informatica, commercio elettronico, libero professionista, adescamento/frode informatica, fondatore/dirigente di una nuova impresa* (Цопети 2018; Девото и Оли 2022).

Од позајмљеница из других језика забележили смо неколико латинизама (*ictus, memorandum, rebus, virus*), галицизме (*chance, reportage*), хиспанизам (*desaparecidos*), грецизам (*pancreas*) и бохемизам (*robot*), којем ћемо посветити посебну пажњу, будући да се у обрађеном корпусу издваја као фреквантан. Наиме, у нашем корпусу јавља се самостално (70 пута), као у примеру (8), или у именичким сложеницама (19 пута), најчешће са називима занимања (16 пута), нпр.: *artista robot, avvocato-robot, giudice robot, scienziato-robot, robot-badante, robot barista, robot-cameriere, robot-contadino, robot-legale*. Наведене сложенице означавају роботе који садрже софтвер вештачке интелигенције и који могу да замене човека у обављању различитих послова. На пример, у (9) уочавамо сложеницу *attrice robot*. Односи се на робота са софтвером вештачке интелигенције који му омогућава да глуми и да се креће као људско биће. Именица у саставу именичких сложеница са бохемизмом *robot* може упућивати и на облик робота, као у примеру (10). Сложеница *cane robot* означава робота у облику пса који се, да би се за време пандемије ковида 19 смањио контакт између медицинског особља и пацијената, употребљавао у чекаоници Хитне помоћи у Бостону. Његову главу чинио је таблет, а након што је екран таблета почињао да светли, лекар се јављао пацијентима и постављао им је питања.

(8) Da Meloni alla poesia, intervista con il robot (*La Repubblica*, 13. 12. 2022)

(9) Erica, in Giappone la prima attrice robot della storia del cinema: reciterà nel film «B» (*Corriere della Sera*, 28. 6. 2020)

(10) In Pronto soccorso «visitati» dal cane robot (guidato a distanza dal medico) (*Corriere della Sera*, 23. 4. 2021)

Поред именица са обележјем живо (+), у саставу сложеница са именицом *robot* могу бити и именице са обележјем живо (-), као у примеру (11), у којем сложеница *telecamera robot* означава систем камера са софтвером вештачке интелигенције.

(11) La telecamera robot scambia la testa del guardalinee per il pallone, transmissione assurda in Scozia (*Corriere della Sera*, 29. 10. 2020)

2.1.2. Новинске наслове карактерише и употреба термина⁴ (Бономи 2016: 214). Најфреквентнији термин је синтагма *intelligenza artificiale*, преводни калк англицизма *artificial intelligence*. Јавља се у 460 наслова (53,24%), као у (12), што је било сасвим предвидиво, не само због тога што наслови одражавају главну тему новинских чланака већ и због намере аутора новинских наслова да читаоци, када у претраживач унесу кључне речи, лако могу да пронађу новински чланак чији је садржај повезан са унесеним кључним речима (Бономи 2016: 205). Акрониме овог калка, *IA* и *I.A.*, налазимо веома ретко. Акроним *IA* забележили смо у само осам наслова (13), а акроним *I.A.* у свега једном наслову (14). Акроними енглеског термина *artificial intelligence* *Ai*, *AI* и *A.I.* јављају се чешће. Први акроним присутан је у двадесет осам наслова (15), други у двадесет (16), а трећи у девет (17). Као што се може видети из наведених примера, акроними могу имати именичку (14), (15) и (17) или придевску вредност (13) и (16). Са придевском вредношћу јављају се у два типа двоименичких сложеница. Први тип је именица + *IA* (13), у којем акроним представља *determinante*, одн. члан сложенице који ближе одређује управни члан, тј. именицу иза које се налази. Други тип, *AI* + именица (16), представља структуру типичну за енглески језик, будући да у италијанском језику модификатор најчешће стоји иза управног члана (Пистолези 2022: 22).

(12) Intesa porta a Torino il suo centro di intelligenza artificiale (*Corriere della Sera*, 5. 2. 2022)

(13) Visita e rivivi l'antica città di Olimpia grazie a Hololens 2 e alla tecnologia IA di Microsoft (*Corriere della Sera*, 29. 11. 2021)

(14) ChatGPT, liberano tempo o ci rifilano bugie? I due volti dell'I.A.. Di che cosa (e con chi) parliamo (*Corriere della Sera*, 15. 3. 2023)

(15) Il calcio diventa smart, l'Ai cambia tattiche e schemi di gioco (*Corriere della Sera*, 2. 4. 2021)

(16) Dalla foca-peluche all'AI cosmonauta: i robot da compagnia fanno solo bene (*Corriere della Sera*, 1. 2. 2021)

4 Бономи (2016: 200, 201) под терминима подразумева речи за означавање појмова својствених различитим областима, попут економије, права, информатике и медицине.

(17) Cassieri, contabili, impiegati: così l'A.I. sta già cambiando tutto il mondo del lavoro [...] (*Corriere della Sera*, 11. 6. 2023)

Поред термина из области информатике, електронике и економије (в. 2.1.1), у новинским насловима посвећеним примени вештачке интелигенције у медицини, учили смо и термине из области медицине (18), попут оних који означавају болести (нпр. *sclerosi multipla, distrofia muscolare di Duchenne*), медицинске прегледе (нпр. *colonscopia, endoscopia*), медицинске инструменте (нпр. *defibrillatore*).

(18) Colonscopia, l'Intelligenza artificiale è in grado di migliorare la diagnosi (*Corriere della Sera*, 9. 6. 2021)

2.1.3. Ономастичка лексика у новинским насловима, поред тога што има информативну функцију, служи и да привуче пажњу читалаца (Беликова, Кербер и Костерина 2021: 2219). Међу укупно 338 прикупљених онима у нашем корпусу најбројнији су хрематоними (49%). Међу њима су најзаступљенији називи компанија, фабрика, корпорација и предузећа (73%). Веома су фреквентни називи америчких технолошких компанија, попут *Microsoft, Apple, Meta, Ibm, Intel, Nvidia Alphabet* као у (19), што се могло претпоставити, имајући у виду да се у Сједињеним америчким државама налази највећи број компанија које се баве развијањем вештачке интелигенције. Поред имена америчких технолошких компанија, у обрађеном корпусу јављају се и називи технолошких компанија из других делова света, нпр. Јапана (20), а заступљени су и хрематоними из других области, попут назива фабрике спортске опреме *Nike*, фармацеутске корпорације *Pfizer* и фабрика аутомобила *Hyundai, Nissan, Renault* (21), што упућује на коришћење вештачке интелигенције у многим областима.

(19) Ibm punta su cloud e intelligenza artificiale per vincere le sfide del secolo digitale (*La Repubblica*, 13. 5. 2023)

(20) Sony annuncia Gran Turismo Sophy, la nuova intelligenza artificiale che evolve il videogioco (*Corriere della Sera*, 10. 2. 2022)

(21) Renault invita il pubblico a ridisegnare la Twingo con l'Intelligenza Artificiale (*La Repubblica*, 24. 1. 2023)

Имена робота (нпр. *Abel, Ai-Da, Astro, Bard, Erica, Hugo, RoBee, Sophia*), четботова (*ChatGPT, Chat Grc, ChatPdf, ErnieBot*), виртуелних асистената (*Eric, Alexa, Angie, Ovy*) и апликација (*My Edison, Popòapp, Replika, SwingVision, Whisper*) које користе вештачку интелигенцију чине 27% укупног броја хрематонима у нашем корпусу, као у примерима (22)–(25).

(22) Salute, il robot Hugo in sala operatoria al Policlinico Gemelli (*Corriere della Sera*, 11. 3. 2022)

(23) ChatGPT passa il test di medicina, ma fa fatica col ragionamento logico (*Corriere della Sera*, 2. 3. 2023)

(24) Alexa è l'estranea della mia vita (*La Repubblica*, 13. 11. 2021)

(25) Edison energia vince il premio 'eletto prodotto dell'anno' per l'app My Edison (*La Repubblica*, 13. 4. 2023)

После хремотонима у анализираном корпусу најзаступљенији су антропоними (28%). У највећем броју новинских наслова присутна су и имена и презимена као у (26), што се објашњава чињеницом да се у насловима често јављају личности које нису познате широј јавности, па их читаоци не могу лако препознати само на основу имена или презимена. Зато поред имена и презимена, у наслову често стоји назив компаније у којој је запослена особа означена антропонимом (26) или информације о њеном занимању (27).

(26) Stefano Rebattoni (Ibm): "Cloud e intelligenza artificiale per le catene delle forniture"

(*La Repubblica*, 28. 3. 2022)

(27) «Ho paura di essere spento»: la frase che ha convinto l'ingegnere Blake Lemoine (sospeso da Google) che il computer ha un'anima (*Corriere della Sera*, 13. 6. 2022)

У обрађеном корпусу налазимо и новинске наслове који садрже само презимена. Поред презимена, као и у случају наслова и са примарним и са секундарним антропонимима, често се наводе називи компанија (28) или занимање (29).

(28) Bottillo (Natixis): "Puntiamo su robotica e intelligenza artificiale" (*La Repubblica*, 2. 1. 2020)

(29) Intelligenza artificiale, la fotografa Zanon: "Il mio bellissimo (ma falso) reportage dall'Ucraina, tutto fatto al computer" (*La Repubblica*, 4. 4. 2023)

Новински наслови у чијем су саставу само примарни антропоними веома су ретки. То су најчешће наслови са именима историјских личности, читаоцима врло добро познатим, као у (30).

(30) Il robot poeta che lancia la sfida a Dante (*La Repubblica*, 27. 11. 2021)

Топоними чине 23% онима у анализираном корпусу и указују на место дешавања догађаја поменутих у насловима (31) и (32).

(31) Intelligenza artificiale, l'Italia è ferma (*Corriere della Sera*, 29. 4. 2023)

(32) "L'intelligenza artificiale sia socialista". La linea cinese da Taiwan a Tienanmen (*La Repubblica*, 12. 4. 2023)

Међу топонимима, у нашој грађи најбројнија су имена држава (нпр. *Cina, Germania, Italia, Svezia, Taiwan*) и имена градова (*Londra, Milano, New*

York, Roma), а заступљена су и имена италијанских регија (*Lazio, Marche*) и имена тргова и улица (*Piazza Olivetti, Tienanmen, Wall Street*).

2.2. Синтаксичка анализа корпуса

Као што смо поменули у Уводу, у овоме одељку прикупљене наслове разврстали смо у три велике групе. Првој групи припадају наслови који се јављају у синтаксичкој форми просте реченице, у другој групи су наслови који имају синтаксичку форму независносложене реченице, а трећу групу чине наслови са синтаксичком формом зависносложене реченице.

Употреба простих реченица, у данашњем новинарству условљена је тежњом за јасношћу и што једноставнијем и директнијем преношењу информација (Бономи 2016: 180). Новинске наслове из ове групе, којој припада 67,13% свих испитаних наслова, разврставамо, у складу са поделом простих реченица С. Лубела (2019: 110), на наслове које не садрже предикате и на оне које их садрже. У првој групи су наслови који се јављају у форми номиналних реченица (33). Како бележе И. Бономи (2016: 186) и Априле (2021: 165), номиналне реченице се у језику новина веома често употребљавају због своје сажетости. Аутори новинских наслова, користећи их, могу да пруже неопходну информацију и посредством само једне речи, а то је важно због просторног ограничења сајтова и њихове прегледности (Красина и Саудкија 2020: 144).

(33) *L'intelligenza artificiale in radiologia (Corriere della Sera, 2. 6. 2022)*

Ваља напоменути да номиналне реченице налазимо и у оквиру наслова које Бономи (2016: 176) и Гвалди (2017: 46) издвајају као наслове код којих је присутна сегментација. Овакви наслови имају два дела. Први део чини тема, која означава општи проблем, учеснике или место, а други део, рема, служи као коментар првом делу (Веселовскаја и Гурова 2021: 18). Два дела су често раздвојена запетом, као у (34) или двома тачкама (35).

(34) *ChatGPT, meraviglie e pericoli dell'intelligenza artificiale (La Repubblica, 18. 4. 2023)*

(35) *Ai Week: a Rimini la settimana dell'intelligenza artificiale (La Repubblica, 13. 1. 2023)*

Просте реченице које садрже предикате јављају се самостално, попут примера (36), или у низу од две реченице које су међусобно раздвојене тачком (37).

(36) *Con l'Intelligenza artificiale i medici possono già dedicare più tempo a malati e cure (Corriere della Sera, 28. 2. 2020)*

(37) Google presenta Bard. Ma Alphabet crolla in borsa anche per un errore della sua nuova intelligenza artificiale (*La Repubblica*, 8. 2. 2023)

Новински наслови који се јављају у виду сложених реченица заступљени су у 32,87% укупног броја испитаних наслова. Аутори новинских наслова су користили сложене синтаксичке структуре, које нису карактеристичне за новинске наслове, како би тема новинских наслова и чланака читаоцима који до сада нису имали директан контакт са вештачком интелигенцијом била јаснија. Независносложене реченице, као у (38), чине 12,30% свих обрађених наслова, а зависносложене 20,57% (39).

(38) L'intelligenza artificiale ora legge il pensiero e lo traduce in testo (*Corriere della Sera*, 2. 5. 2023)

(39) Arriva il monopatino che si blocca se si va in due grazie all'intelligenza artificiale (*La Repubblica*, 30. 3. 2023)

Међу зависним реченицама фреквентне су односне и финалне реченице. Честе су односне реченице које читаоцима пружају информације о антецеденту на чијој су позицији именице које означавају апликације или предмете који користе вештачку интелигенцију, као у примеру (39). Бројне су финалне реченице које се користе уз синтагму *intelligenza artificiale* која представља средство које омогућује остварење одређеног циља (40).

(40) Facebook sfrutta l'intelligenza artificiale per prevedere la diffusione dei contagi da Covid-19 (*Corriere della Sera*, 30. 6. 2021)

3. Закључак

Наше истраживање, спроведено на корпусу од 864 новинска наслова екскерпирана из електронских издања најчитанијих италијанских дневних новина *Corriere della Sera* и *La Repubblica*, потврдило је лексичке и синтаксичке одлике италијанског језика електронских издања дневних новина, забележене у литератури из ове области.

Новинске наслове из анализираног корпуса карактерише употреба неприлагођених англицизама, међу којима су, као што се, с обзиром на тематику наслова, могло очекивати, најбројнији неприлагођени англицизми из области информатике. Анализирани наслови тичу се примене вештачке интелигенције у различитим областима, па смо поред термина из области информатике, сасвим очекивано, забележили и термине из других области, попут економије, електронике и медицине. Најфреквентнији термин је *intelligenza artificiale*, што нимало изненађује, будући да наслови исказују главну тему новинских чланака.

Када је реч о ономастичкој лексици, најзаступљенији су називи технолошких компанија и називи робота, четботова и виртуелних асистената, што се, имајући у виду тематику испитаних новинских наслова, могло претпоставити. Употребом топонима у насловима аутори новинских наслова указују на велику распрострањеност примене вештачке интелигенције у свету.

Синтаксичка анализа наслова у корпусу је потврдила да наслове дневних новина одликују краткоћа и сажетост, будући да је више од половине испитаних новинских наслова (67,13%) у форми простих реченица, што се објашњава намером аутора новинских наслова да се читаоци што брже информишу. Међу новинским насловима са синтаксичком формом сложене реченице у корпусу су бројнији наслови који имају синтаксичку форму зависносложене реченице. Наиме, такви наслови чине петину свих обрађених наслова (20,57%), док су наслови у синтаксичкој форми независносложене реченице заступљени у 12,30% свих анализираних наслова. Већа учесталост зависнослужених реченица може се објаснити тематиком анализираних новинских наслова. Многи читаоци још увек нису имали директно искуство са вештачким интелигенцијом. Стога су аутори наслова, користећи финалне и односне реченице, које чине 74.67% зависних реченица у обрађеном корпусу, настојали да укажу на могућности употребе вештачке интелигенције у различитим областима и тиме привуку пажњу читалаца.

Пишући о новинским насловима, Дардано (1986: 15) наводи да многи читаоци прочитају само наслове, а Де Бенедети (2004: 38) додаје да тако поступају сматрајући да је њихов информативни садржај довољан, па новински наслови нису само средство за преношење информација, већ и један од начина за ширење политичких, друштвених и културних идеја. У складу са тим, у даљим истраживањима могло би се испитати која језичка средства у новинским насловима служе за исказивање позитивних и негативних аспеката употребе вештачке интелигенције у различитим областима и како употреба одређених језичких средстава код читалаца доприноси перцепцији вештачке интелигенције као корисне или ризичне за кориснике.

Извори

- Corriere della Sera – <https://www.corriere.it/>
<https://www.censis.it/comunicazione/i-media-delle-crisi-0> [Приступљено 25. 2. 2024]
La Repubblica – <https://www.repubblica.it/>

Литература

- Адамо и Дела Вале 2008: G. Adamo, V. Della Valle, *Le parole del lessico italiano*. Roma: Carocci.
- Адамо и Дела Вале 2017: G. Adamo, V. Della Valle, *Che cos'è un neologismo*. Roma: Carocci.
- Априле 2021: М. Априле, *Manuale di base di linguistica e grammatica italiana*. Bologna: Il Mulino.
- Барбано 2012: А. Barbano, *Manuale di giornalismo*. Roma-Bari: Laterza.
- Басенко и Радченко 2020: G. V. Basenko, G. I. Radchenko, Pragmalinguistic Analysis of Newspaper Headlines (Based on the Material of the English Newspaper “The Guardian”). *Russian Linguistic Bulletin*, 3(23), 34–36.
- Бедјјс и Мас 2017: К. Bedijs, С. Мааџ (ur.), *Manual of Romance Languages in the Media*. Berlin: De Gruyter.
- Беликова, Кербер и Костерина 2021: И. А. Беликова, Е. В. Кербер, Ю. Е. Костерина, Выявление специфики заглавий англоязычных экономических статей с ономастическим компонентом. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 14(7), 2118–2112.
- Бономи 2016: I. Bonomi, La lingua dei quotidiani. U I. Bonomi, S. Morgana (ur.), *La lingua italiana e i mass media* (str. 167–219). Roma: Carocci.
- Вергеер 2020: М. Vergeer, Artificial Intelligence in the Dutch Press: An Analysis of Topics and Trends. *Communication studies*, 71(3), 373–392.
- Верещинскаја 2009: Ю. В. Верещинская, Газетный заголовок в аспекте медиалингвистики (на материале испанской прессы). *Коммуникация, дискурс, профессиональное общение: лингвокультурологический аспект*, *Вестник МГЛУ*, 561, 126–136.
- Веселовскаја и Гурова 2021: О. А. Веселовская, А. Р. Гурова, Анализ газетных заголовков французской прессы. *Журнал филологических исследований*, 6(4), 16–21.
- Галковски 2019: А. Galkowski, La terminologie de la chrématonymie de marketing: fondements historiques, conceptions, discussions. U J. Altmanova, G.

- Le Tallec (ur.), *Lexicalisation de l'onomatistique commerciale. Créer, diffuser, intégrer* (str. 91–105). Bruxelles: Peter Lang.
- Галковски 2023: A. Galkowski, *La competenza onomastica nell'insegnamento e nell'uso dell'italiano L2*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Гвалдо 2017: R. Gualdo, *L'italiano dei giornali*. Roma: Carocci.
- Гвалдо 2023: R. Gualdo, Anglicismi. U G. Antonelli (ur.), *La vita delle parole. Il lessico dell'italiano tra storia e società* (str. 201–237). Bologna: Il Mulino.
- Дардано 1986: M. Dardano, *Il linguaggio dei giornali italiani*. Roma-Bari: Laterza.
- Дардано 2005: M. Dardano, *Nuovo manualetto di linguistica italiana*. Bologna: Zanichelli.
- Девото и Оли 2022: G. Devoto, G. C. Oli, *Nuovo Devoto–Oli*. L. Serianni, M. Trifone (ur.). Firenze: Le Monnier.
- Добросклонскаја 2020: Т. Добросклонская, *Медиалингвистика: теорија, методи, направления*. Москва : Добросвет.
- Д'Акиле 2010: P. D'Achille, *L'italiano contemporaneo*. Bologna: Il Mulino.
- Де Бенедети 2004: A. De Benedetti, *L'informazione liofilizzata. Uno studio sui titoli di giornale (1992-2003)*. Firenze: Franco Cesati Editore.
- Европска комисија 2018: European Commission, High-Level Expert Group on Artificial Intelligence, *A definition of AI: Main capabilities and scientific disciplines*. Brussels: European Commission. [Online] [https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/ai_hleg_definition_of_ai_18_december_1.pdf]. [Приступљено 29. 1. 2024]
- Европска комисија 2019: European Commission, High-Level Expert Group on Artificial Intelligence, *A definition of AI: Main capabilities and scientific disciplines*. Brussels: European Commission. [Online] [<https://www.aepd.es/sites/default/files/2019-12/ai-definition.pdf>]. [Приступљено 29. 1. 2024]
- Јаничић и Николић 2023: P. Janičić, M. Nikolić, *Veštačka inteligencija*. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Matematički fakultet.
- Котер и Перин 2017: C. Cotter, D. Perrin, *The Routledge Handbook of Language and Media*. London: Routledge.
- Красина и Саудкија 2020: E. A. Krasina, M. Souadkia, Online English Newspaper Headlines as Media Linguistics Phenomenon (an Attempt of Linguistic Description). *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 9(1), 136–148.
- Лубело 2019: S. Lubello, Morfologia e sintassi. U R. Librandi (ur.) *L'italiano: strutture, usi, varietà* (str. 71–134). Roma: Carocci.

- Мапели 2023: G. Mapelli, El lenguaje de los medios de las comunicación. U M. V. Calvi i dr., (ur.) *Las lenguas de especialidad en español* (str. 89–126). Roma: Carocci.
- Пистолези 2022: E. Pistolesi, *L'italiano del web: social network, blog & co.* Firenze: Franco Cesati Editore.
- Пулчини 2023: V. Pulcini, *The influence of English on Italian*. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Реис и др. 2015: J. Reis i dr., Breaking the News: First Impressions Matter on Online News. U D. Quercia, B. Hogan (ur.), *Proceedings of the 9th International Conference on Web and Social Media* (str. 357–366). Cambridge: AAAI Press.
- Роси 2019: F. Rossi, *Il confine del futuro. Possiamo fidarci dell'intelligenza artificiale?*. Milano: Feltrinelli.
- Цопети 2017: A. Zoppetti, *Diciamolo in italiano*. Milano: Hoepli.
- Цопети 2018: A. Zoppetti, *L'etichettario. Dizionario di alternative italiane a 1800 parole inglesi*. Firenze: Franco Cesati Editore.

Jelena Puhar

LINGUISTIC FEATURES OF NEWSPAPER HEADLINES ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE ONLINE EDITIONS OF ITALIAN DAILY NEWSPAPERS

Summary

In this paper, using the content analysis method, we examined the linguistic features of headlines about artificial intelligence extracted from the online editions of the most read Italian daily newspapers, *Corriere della Sera* and *La Repubblica*, published from January 2020 to September 2023. The research was conducted on a corpus of 864 newspaper headlines, which we analyzed from two perspectives – lexical and syntactic. Our aim was to, by analyzing the lexical composition of the newspaper headlines, present unadapted loanwords, terms, and onyms in our corpus, and to, within the syntactic analysis, explore the syntactic structures of the analyzed newspaper headlines. The research results indicated that in our corpus prevail anglicisms from the field of informatics, that among onyms the most frequent are names of tech companies, robots, chatbots, and virtual assistants, and that the majority of newspaper headlines were in the form of simple sentences.

Keywords: newspaper headlines, Italian daily online newspapers, artificial intelligence, Italian