

## ФРАЗЕОЛОГИЯ И ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТОРАНСТВЕ

УДК 811.112.2'373.7

### **HOMO LUDENS: FRAZEMI I JEZIČNA IGRA NA TRANSPARENTIMA POVORKE PONOSA U HRVATSKOJ**

**Barčot Branka**

*Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu,*

*Zagreb, Hrvatska*

U radu se analiziraju frazemi na transparentima Povorke ponosa 2010. i 2011.g. u Hrvatskoj, a potom se promatraju kroz prizmu frazeoloških transformacija. Navode se njemački i ruski ekvivalenti analiziranih frazema ukoliko oni postoje.

**Ključne riječi:** jezična igra, frazemi, slogani Povorke ponosa

Igra je aktivnost koja se odvija po određenim pravilima, u određenom vremenu i prostoru. Ona se time suprotstavlja svakodnevnom životu; nije direktno vezana uz biološke procese i bez nje se može živjeti [J. Huizinga, *cit. prema* 18, s. 6]. B. J. Norman napominje kako jezična igra ne donosi neposrednu korist i kako se samim time može smatrati suvišnom, tj. dopunom prirodnim procesima, ali naglašava kako ona čovjeku pričinjava zadovoljstvo. Čovjek se igra riječima već od ranog djetinjstva i u tome uživa. Dok u djetinjstvu ta igra riječima nema intenciju, u odrasloj dobi razvijanjem apstraktnog mišljenja, čovjekova jezična igra može postati intencionalnom budući da čovjek njome svjesno može djelovati na stvarnost [usp. 3, s. 331]. Prilikom jezične igre dolazi do posebne upotrebe riječi u odnosu na ustaljenu upotrebu riječi u svakodnevnom govoru. Time dolazi do rušenja uobičajene veze između plana izraza i plana sadržaja. Jezične igre nisu prisutne samo na leksičkoj razini jezika, već i frazemi podliježu ovakvoj vrsti ludičke čovjekove aktivnosti.

Cilj je ovoga rada analizirati frazeme, poslovice i druge oblike tekstova na transparentima zagrebačke Povorke ponosa 2010. i 2011. godine te ukazati na jezičnu igru vezanu za njih.

Govoreći o frazeološkim igrama u reklamama, Ž. Fink donosi sljedeće tipove frazeoloških transformacija: semantičku, strukturno-semantičku i formalno-gramatičku [usp. 8, s. 325]. Semantička transformacija znači promjenu sadržaja bez izmjene leksičkog sastava i strukture samog frazema. Strukturno-semantička transformacija donosi preinaku u vidu zamjene komponenata, izostavljanja komponente (komponentata) ili unošenje novih riječi u frazem. Treći tip transformacije znači promjenu oblika pojedinih komponenata, strukture frazema ili pak redosljeda komponenata. Upravo će se kroz prizmu tih triju tipova frazeoloških transformacija promatrati i ovdje prikupljeni korpus.

Povijest zagrebačke Povorke ponosa počinje 2002., a upravo je 2011. godine obilježena jubilarna 10. obljetnica aktivizma, tj. borbe za prava lezbijki, gejeva, biseksualnih, transrodnih, interseksualnih i *queer* osoba (tj. LGBTIQ zajednice). Aktivistički impuls jest kompleksan skup raznorodnih motiva i osjećaja, u kojem se miješaju građanska odgovornost, ideali o svjetlijoj budućnosti, spremnost na akciju, ali i frustracije i bijes zbog trenutnog stanja stvari [7, s. 20].

U ovom me radu prvenstveno zanimaju transparenti ovoga aktivističkog pokreta, odnosno slogani. Slogani se obično vezuju uz reklame s ciljem da se njihovim ponavljanjem postigne pamćenje određenog proizvoda, no oni su istovremeno sastavni dio različitih prosvjeda, demonstracija ili pobuna, a u takvim okolnostima ponovno dolazi do izražaja njihova sposobnost evociranja određenih stavova, ideologija, sustava vrijednosti za koje se prosvjednici, aktivisti ili borci za nečija prava zalažu<sup>1</sup>. Dok se M. Bertoša i S. Antulov sloganima zagrebačke Povorke ponosa bave iz šire diskurzivne i socijalno-semiotičke perspektive, ovdje je u središtu zanimanja samo njihova formalna i sadržajna razina. Prikupljeni korpus na hrvatskom jeziku u ovome radu obuhvaća sljedeće natpise na transparentima<sup>2</sup> podijeljene u pet skupina:

a) transformirani frazemi: *Ormar je štetan za zdravlje* (2010.); *Ovo nije sve, ormari su puni!* (2011.); *Moja 4 zida su Hrvatska* (2010.); *Moja 4 zida su Sunce, Mjesec, zvijezde, Zemlja* (2011.);

b) transformirane poslovice: *Psi laju, prajdovi prolaze* (2011.); *Peder ante portas* (2010.);

c) transformirani latinski naziv katoličke organizacije: *Opus gej* (2011.);

d) transformirane precedentne<sup>3</sup> pjesme (i povici): *Oj, Hrvatska mati, pedere prihvati!* (2010.); *Zagrlimo se pred svima, neka vide da nas ima* (2011.); *Tatice su štrukli pekli* (2011.); *Ljubi, ljubi pедера* (2011.);

e) transformirane precedentne reklame: *Bilo kuda gej svuda* (2011.); *Bok, ljudi, ja sam Gaygor, roza ovca* (2011.).

Detalnije će se ovdje promotriti skupine transformiranih frazema i poslovice dok će se za ostale skupine slogana ukazati na izvornik, na tip transformacije i istaknuti poruka preinačenoga teksta. Važno je naglasiti da su svi frazemi i poslovice u prikupljenom korpusu podvrgnuti strukturno-semantičkoj transformaciji, no unatoč tome modeli koji su poslužili kao izvor, ostaju prepoznatljivi. Valja još podcrtati kako su u analiziranom korpusu ispunjeni glavni ciljevi jezične igre, a to su prvenstveno društvena funkcija (u ovom slučaju to je društveni aktivizam), estetska funkcija i humoristični efekt.

U ovoj se skupini govori o transformaciji dvaju frazema: *izaći iz ormara* i *između (među, u, unutar) četiri zida*.

---

<sup>1</sup> Opširnije o toj temi: M. Bertoša, S. Antulov „*Prisvajanje javnoga prostora: slogani zagrebačke povorke ponosa i simboličko preimenovanje ulica*“ (rukopis).

<sup>2</sup> Zahvaljujem Marku Jurčiću iz udruge Zagreb Pride na ustupljenim fotografijama transparenta.

<sup>3</sup> Termin *precedentni* ovdje je preuzet iz lingvokulturologije, a označava dobro poznati tekst svakom socijaliziranom predstavniku određene nacionalno-lingvo-kulturalne zajednice. To mogu biti tekstovi iz književnosti, popularne pjesme, reklame, politički tekstovi itd. (Opširnije o toj temi: Маглова В. А. 2001: 47–53).

Engleski imenički frazem *a skeleton in the closet*<sup>1</sup> označava tajnu dugo skrivanu od javnosti čije bi otkrivanje značilo skandal i sramotu za osobu koja ju je skrivala. Fiksiran je početkom 19.st., a njegov se derivat, odnosno glagolski frazem *come out of the closet* prvi put pojavljuje 1966. g. na konferenciji američke homofilne organizacije pod nazivom Društvo *Mattachine* [usp. 2, s. 102–103] i to u značenju: 'u javnosti iznijeti činjenicu o vlastitoj homoseksualnosti; javno reći da si homoseksualac, tj. da te privlače osobe istoga spola'<sup>2</sup>. Ukoliko se taj glagolski frazem upotrebljava u značenju izlaska iz metaforičnog ormara skrivene homoseksualnosti, obično se pojavljuje u eliptičnom obliku *come out*, a sam se performativni govorni čin naziva *iskorak*, odnosno *coming out*.

Hrvatski ekvivalenti frazema *a skeleton in the closet*, imenički frazemi *kostur u ormaru* i *kostur iz ormara*, nisu još pronašli mjesto u hrvatskim rječnicima [usp. 9, s. 54–55], a isto tako ni glagolski frazem *izaći iz ormara* niti imenički frazem *izlazak iz ormara*.

Pod utjecajem engleskog jezika u njemačkom je tvoren glagol (*sich*) *outen*, a zabilježen je u Dudenovu jednojezičnom općem rječniku njemačkog jezika (*Deutsches Universalwörterbuch*) sa značenjima: 1) obznaniti čiju homoseksualnu orijentaciju bez njegova (njezina) pristanka; 2) obznaniti vlastitu homoseksualnu orijentaciju'. Za performativni govorni čin, tj. iskorak, u njemačkom se rabi engleski izraz *coming out*. I u ruskom je taj izraz prisutan i to s nekoliko grafičkih inačica: *каминг-аут*, *камин-аут*, *камин аут*, *каминаут*, a koliko mi je poznato, on još nije našao mjesto u ruskim rječnicima. Što se tiče ruskog ekvivalenta hrvatskom frazemu *izaći iz ormara*, mrežni pretraživač donosi samo oblik *выйти из чулана*, no ne i njegovu aktivnu upotrebu što se može povezati s društvenim statusom kojeg homoseksualne osobe u ruskom društvu imaju i zbog čega su javna obznanjivanja njihove seksualne opredijeljenosti, tj. iskoraci, prava rijetkost.

U već spomenutom radu M. Bertoše i S. Antulov nalazim podatak da se na povorkama ponosa u Hrvatskoj metafora ormara prvi put pojavljuje 2005. g. i to u sloganu *Van iz ormara*. On poziva na javno priznavanje homoseksualne orijentacije pojedinca i njegovo suočavanje s problemima u društvu koji se pri tome mogu pojaviti, a sve to s ciljem bolje budućnosti cjelokupne homoseksualne manjine u Hrvatskoj. Slogan *Ormar je za odjeću* pojavljuje se u Povorci ponosa 2008. g. Njime se osvještuje slika iz dubinske strukture frazema *izaći iz ormara* i namjerno se podsjeća na stvarnu funkciju ormara, tj. da je to 'dio pokućstva s vratima u kojem se drži rublje, odjeća i sl.' s nakanom da se pojedinca ohrabri, potakne da istupi u javnost i deklarira svoju homoseksualnost. Treba spomenuti i slogane: *Ormar je štetan za zdravlje* i *Ovo nije sve, ormari su puni!* Prvi je iz 2010., uključuje komponentu *ormar*, a nastao je kontaminacijom glagolskog frazema *izaći iz ormara* i natpisa na kutijama cigareta *Pušenje je štetno za zdravlje*. Dok se kod cigareta tim natpisom upozorava na njihov neposredan nezdravi učinak na organizam pušača (ali i pušačeve okoline), sloganom *Ormar je štetan za zdravlje* sudionici Povorke ponosa aludiraju na indirektno štetne posljedice koje stres izazvan skrivanjem, potiskivanjem vlastitih osjećaja i/ili laganjem o svojoj seksualnoj orijentaciji, može imati

---

<sup>1</sup> Podrobnije o podrijetlu navedenog frazema te o njegovim hrvatskim i ruskim ekvivalentima i njihovoj upotrebi vidi: Ž. Fink 2010.

<sup>2</sup> <http://idioms.thefreedictionary.com/come+out+of+the+closet> (06.05.2012.).

na zdravlje homoseksualnog pojedinca. Slogan *Ovo nije sve, ormari su puni!* iz 2011. g. ukazuje na činjenicu da su sudionici Povorke samo mali dio homoseksualne zajednice koji se usudio deklarirati i boriti za prava te manjine, a da se velika većina i dalje skriva. Samim je time i veća važnost bavljenja pitanjem njihovih prava i statusa u hrvatskom društvu. Iz analize navedenih natpisa na transparentima proizlazi da je imenička komponenta *ormar* u potpunosti preuzela na sebe ideju zatvorenosti i tajnovitosti. Glagolskom je imenicom *iskorak* nazvan Centar za prava seksualnih i rodnih manjina osnovan 2002. godine. Za označavanje performativnog čina otkrivanja homoseksualne orijentacije u hrvatskom se danas rabi frazem *izlazak iz ormara* (ili u okrnjenom obliku samo *izlazak*) koji je gotovo u potpunosti istisnuo *iskorak*, uspješni kalk iz engleskog jezika.

Glagolski je frazem *biti <zatvoren> među četiri zida* fiksiran u Anićeve *Velikom rječniku hrvatskoga jezika* i znači 'ne izlaziti iz kuće, među svijet'. U *Hrvatskom frazeološkom rječniku* iz 2003.g. fiksiran je frazem *između (među, u, unutar) četiri zida* sa značenjem 'u sobi (kući, stanu), u svome domu, u zatvorenom prostoru (prostoriji)', a potvrđeni su i njemački i ruski ekvivalenti: *die <eigenen> vier Wände; в четырёх стенах; между четырёх стен*. Röhrichov *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten* donosi podatak o podrijetlu frazema *die <eigenen> vier Wände* sa značenjem 'kuća, stan'. Radi se, naime, o srednjovjekovnom pravnom jeziku, a sam se frazem rasprostranjuje u 18. st.

U korpusu slogana napisanih na transparentima zagrebačkih povorki ponosa komponenta *četiri zida* prvi se put susreće 2008. g. u obliku *Ovo su naša četiri zida*. Tim se sloganom kao i onima iz 2010. i 2011. g., odnosno sloganima *Moja 4 zida su Hrvatska* i *Moja 4 zida su Sunce, Mjesec, zvijezde, Zemlja*, želi proširiti prostor privatne sfere i to postupno: najprije na prostor održavanja manifestacije, potom na cijelu Hrvatsku, a zatim i na cjelokupni univerzum. Pripadnici homoseksualne manjine gradualno žele prisvojiti javni prostor kako bi se izborili za ravnopravnost i izvan svoja četiri zida.

U ovoj se skupini razmatraju preinake dviju poslovice: *Psi laju, karavane prolaze i Hannibal ante portas*.

Slogan *Psi laju, prajdovi prolaze* predstavlja strukturno-semantičku transformaciju arapske poslovice *Psi laju, karavane prolaze* sa značenjem 'ustrajati u vlastitoj aktivnosti i/ili naumu ostvarenja nekog cilja unatoč kritici i otporu okoline'. Riječ je o internacionalno rasprostranjenoj poslovice. Komponenta *karavana* u doslovnom značenju 'povorka životinja, zaprežnih kola i sl. koja pod teretom prelazi velike udaljenosti' ovdje se zamjenjuje komponentom *prajdovi* pri čemu se kod obje komponente radi o povorkama. Primijenjeno na situaciju Povorke ponosa, negodovanje, kritike, uvrede ili ismijavanje homofoba od strane njihovih protivnika i kritičara izjednačeni su s lavežom pasa, dok su sudionici prajdova uspoređeni s karavanom koja prolazi, ne obazirući se na lavež. Zanimljivo je kako je navedena arapska poslovice bila motivom i u nekim hrvatskim književnim djelima. Riječ je o alegorijskom povijesnom romanu Ivana Aralice čiji je naslov *Psi u trgovištu* motiviran tom arapskom poslovice, dok se u pjesmi Miroslava Krležu *Noć u provinciji* ona pojavljuje u transformiranom obliku u stihu:

*O, pasji sabore, ti laješ, a karavane idu.*

Ova poslovice na njemačkom glasi: *Die Hunde bellen, aber die Karawane zieht weiter*, a u političkom ju je jeziku u Njemačkoj popularizirao nekadašnji premijer Helmut Kohl i otada se često tematizira u političkim karikaturama [usp. 14]. Na ruskom uz ekvivalentni oblik *Собака лает, а караван проходит мимо* postoji i inačica: *Плюнь на неё - собака лает, ветер носит*. Značenje će se navedene poslovice ilustrirati primjerom iz hrvatskog:

*Sanader je na pitanje vraća li se u politiku kratko odgovorio: "Ne". Na pitanje da komentira istragu oko Hypo banke i spominjanje njegovog imena u toj aferi Sanader je kazao: "Psi laju, a karavane prolaze".<sup>1</sup>*

Slogan *Peder ante portas* nastao je preinakom latinske krilatice *Hannibal ante portas* koja ima značenje 'bliska i ozbiljna opasnosti koja prijeti'. Ona se u izvornom obliku *Hannibal ad portas* može pronaći kod političara i najvećeg rimskog govornika Marka Tulija Cicerona. U kontekstu Povorke ponosa ovim se sloganom želi najaviti 'opasnost koja prijeti' u obliku borbe pripadnika LGBTIQ zajednice za njihova jednaka prava u hrvatskom društvu.

Slogan *Opus gej* vezuje se uz latinski naziv osobne prelature Katoličke crkve *Opus Dei*. Dok *Opus Dei* pomaže običnim ljudima živjeti svoj kršćanski poziv u svakodnevici nudeći im duhovnu potporu i izobrazbu koje su im za to potrebne, *Opus gej* u kontekstu Povorke ponosa želi pomoći i pružiti potporu pripadnicima LGBTIQ zajednice u Hrvatskoj.

Početni stih hrvatske domoljubne pjesme *Oj, Hrvatska mati* posebno popularne tijekom 90-ih godina prošloga stoljeća: *Oj, Hrvatska mati, nemoj tugovati*, transformiran je u: *Oj, Hrvatska mati, pedere prihvati!*

Osim te domoljubne pjesme, odabran je stih još jedne domoljubne pjesme pjevača Marka Perkovića Thompsona *Lijepa li si*, no on nije preinačen već je zadržan u izvornom obliku, a glasi: *Zagrlimo se pred svima, neka vide da nas ima*. Kod Thompsona se izvorno misli na povezivanje svih Hrvata u zajedničkoj borbi tijekom Domovinskog rata (od 1991. do 1995. godine), a u kontekstu Povorke ponosa poruka je također povezivanje svih pripadnika LGBTIQ zajednice u njihovoj borbi. Važno je ukazati na činjenicu kako je ciljano odabran upravo Thompsonov stih budući da Thompson slovi kao ikona nacionalizma u Hrvatskoj. Veliki je broj homofoba i onih koji diskriminacijom, šikaniranjem, vrijeđanjem i drugim oblicima nasilja uskraćuju jednaka prava i slobode pripadnicima LGBTIQ zajednice, upravo iz redova Thompsonovih poklonika.

Nisu samo domoljubne pjesme zastupljene na transparentima Povorke ponosa. Našao se tu i naslov međimurske narodne pjesme *Mamica su štrukle<sup>2</sup> pekli* preinačen u: *Tatice su štrukle pekli*.

U ovoj je skupini na zadnjem mjestu transformirani povik *Ljubi, ljubi pedera* koji se obično čuje od primitivnih, nasilničkih skupina u nekom od sljedećih oblika: *Ubij, ubij Srbina*; *Ubij, ubij tovara<sup>3</sup>*; *Ubij, ubij purgera<sup>4</sup>*; *Ubij, ubij pedera*.

---

<sup>1</sup> <http://metro-portal.hr/ivo-sanader-psi-laju-a-karavane-prolaze/47057> (07.05.2012.)

<sup>2</sup> *Štrukle* su tradicionalno jelo Hrvatskog zagorja.

<sup>3</sup> *Tovar* je regionalni naziv za magarca ali i pogrđni za osobu iz Dalmacije. Ovdje se misli na Dalmatinca.

<sup>4</sup> *Purger* je naziv za Zagrepčanina.

Posljednju skupinu slogana čine transformirane reklame. Prva se od njih (*Bilo kuda* *gej svuda*) veže uz slogan *Bilo kuda, KIKI svuda* kojim najpoznatija hrvatska konditorska tvornica Kraš od 1935. g. reklamira svoj proizvod, tj. bombone Kiki.

Reklama *Bok, ljudi, ja sam Gregor, crna ovca* novijeg je datuma i pojavljuje se u seriji televizijskih spotova i reklamnih plakata za teleoperatera TELE2. Igra je postignuta preimenovanjem ovce Gregor u *Gaygor*, a 'frazološka' *crna ovca* postaje *roza* kao simbol pretjerane ženskosti. Unatoč promjeni boje njezino se frazeološko značenje ipak očuvalo: 'osoba koja se svojim ponašanjem (stavovima) razlikuje od ostalih (sredine, okruženja), iznimka / u lošem smislu /' [usp. 13, s. 209], u ovom slučaju od heteroseksualne većine.

Ovaj rad ne analizira sve slogane Povorke ponosa iz 2010. i 2011 g. već samo one kod kojih je zamijećena jezična igra. Opsežnija jezična analiza ukupnog korpusa slogana svih deset održanih zagrebačkih povorki mogla bi predstavljati značajan doprinos u proučavanju jezika seksualnih i rodničkih manjina u Hrvatskoj o čemu se malo zna, a o čemu bi nam novi mediji i izvori poput specijaliziranih internetskih stranica, foruma i chatova mogli otkriti potpuno novi jezični varijetet.

### Literatura

1. Anić Vladimir. Veliki rječnik hrvatskoga jezika. Zagreb: Novi Liber. 2006.
2. Anspach W., Coe K., Thurlow C. The Other Closet?: Atheists, homosexuals and the lateral appropriation of the discursive capital // *Critical Discourse Studies* Vol. 4., No.1, March 2007, S. 95–119.
3. Bertoša M. Igra riječima // *Tekst i diskurs* / Andrijašević, M., Zergollern-Miletić, L.(ur.). – Zagreb : Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 1997, S. 331–334.
4. Bertoša, M. Antulov, S. Prisvajanje javnoga prostora: slogani zagrebačke povorke ponosa i simboličko preimenovanje ulica (rukopis).
5. Duden. Deutsches Universalwörterbuch. Bibliographisches Institut GmbH, Mannheim, 2011.
6. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik, Band 11, hrsg. von der Dudenredaktion, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2002.
7. Duhaček G. Naš cilj je pobjeda // *Zarez*, XIII/311, 9. lipnja 2011. S. 19-21.
8. Fink Željka. Frazološke igre u reklamama ili misli li četkica za zube svojom glavom // *Tekst i diskurs* / Andrijašević, M., Zergollern-Miletić, L.(ur.). Zagreb : Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 1997, S. 325–330.
9. Fink Željka. Što se skriva u ormaru? (O novom frazemu u hrvatskom i ruskom jeziku) // *Slowo. Tekst. Czas X* / Aleksiejenko M., Walter H., Hordy M., Szutkowski T. (ur.). Szczecin, Greifswald : Uniwersytet Szczeciński, 2010. S. 48–56.
10. <http://hjp.novi-liber.hr/index.php?show=search>
11. <http://www.phrases.org.uk/meanings/skeleton-in-the-closet.html>
12. Menac A., Fink Arsovski Ž., Mironova Blažina I., Venturin R. Hrvatsko-ruski frazeološki rječnik. Zagreb : Knjigra, 2011.
13. Menac A., Fink-Arsovski Ž., Venturin R. Hrvatski frazeološki rječnik. Zagreb : Naklada Ljevak, 2003.
14. Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Digitale Bibliothek, Band 42. – Berlin : Directmedia, 2004.
15. Маслова В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – Москва : Издательский центр «Академия», 2001.
16. Михельсон М. И. Толковый словарь иностранных слов, пословиц и поговорок / М. И. Михельсон. – Москва : Транзиткнига, 2006.
17. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русских поговорок / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – Москва : ОЛМА Медиа Групп, 2007.
18. Норман Б. Ю. Игра на гранях языка / Б. Ю. Норманн. – Москва : Флинта: Наука, 2006.

**Барчот Бранка. НОМО ЛУДЕНС: Фразеологізми і мовна гра на плакатах Парадy гордості в Хорватії / Бранка Барчот // Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. – 2012. – Т. 25 (64), №2 (1). – С. 127–133.**

Стаття присвячена трансформаціям фразеологізмів на плакатах Парадy гордості, що відбувся в 2010 і 2011 роках в Загребі (Хорватія). Автор описує початкову форму фразеологізмів, а далі пояснює контекст, який дозволяє проведення мовної гри; наводить німецькі й російські еквівалентні фразеологізми.

**Ключові слова:** мовна гра, фразеологізми, плакати Парадy гордості.

**Barchot Branka. HOMO LUDENS: Idioms and Puns on the Banners of the Gay Pride Parade in Croatia / Branka Barchot // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. – Series: Philology. Social Communications. – 2012. – V. 25 (64), №2 (1). – P. 127–133.**

In this paper the author tries to analyze idioms on the banners of the Gay Pride Parade 2010 and 2011 in Croatia. These idioms are seen through the prism of the idiomatic transformations. If there are German and Russian equivalents of those idiomatic expressions, they are being analyzed as well.

**Key words:** puns, idioms, banners of the Gay Pride Parade.

*Стаття надійшла до редакції 12 червня 2012 року*