

## Sažetak

Matijas Baković, Zagreb

UDK 81'27:811.163.42, stručni rad

primljen 17. svibnja 2011., prihvaćen za tisak 21. listopada 2011.

Croatian Language on the Official Web Pages  
of the State Institutions of Bosnia and Herzegovina

The paper discusses the status of the Croatian language on the official web pages of the state institutions of Bosnia and Herzegovina. Examples are used to show and prove that this „Croatian“ language deviates significantly from the common language norm of the Croatian language that the Croats in Bosnia and Herzegovina have adopted as their own.

## PITANJA I ODGOVORI

ZAŠTO SU RESPEKTIVNO,  
INSTANTNO I MANDATORNO  
LAŽNI PRIJATELJI?

Lažni su prijatelji riječi iz različitih jezika koje se jednako ili slično pišu te slično zvuče, ali imaju različito značenje. Zbog toga što su slične, tj. izrazno podsjećaju jedna na drugu, nerijetko se griješi tako da se jedna prevodi drugom. Lažni prijatelji nastaju zbog toga što se strana riječ pogrješno prevodi izrazno najbližnjom domaćom riječju, a pritom se zaboravlja ili ne zna da njihova sličnost nije i jamstvo istoznačnosti. Lažni su prijatelji česti u poslovnome jeziku međunarodnih tvrtka u kojemu se velik dio reklamnih i marketinških, te materijala namijenjenih unutrašnjoj i vanjskoj komunikaciji, prevodi. Najčešće je engleska riječ značenjskoga opsega širega od sličnoizrazne hrvatske riječi, a hrvatskom se riječju prevodi kao da su im značenjski opsezi isti. Evo nekoliko primjera: *aktivacija* (lažni je prijatelj engleskoj riječi *activation* u znače-

nju 'promocijska akcija'), *mehanika* (lažni je prijatelj riječi *mechanics* u značenju 'pravila, postupak'), *situacija* (lažni je prijatelj riječi *situation* u značenju 'stanje'), *egzekucija* (lažni je prijatelj riječi *execution* u značenju 'izvedba, provedba'), *lokacija* (lažni je prijatelj riječi *location* u značenju 'organizacijska jedinica') itd. U navedenim značenjima riječi *aktivacija*, *mehanika*, *situacija*, *egzekucija* i *lokacija* ne treba upotrebljavati. Također, engleska se riječ *eventually* koja znači 'konačno, na kraju, napokon' nerijetko prevodi kao *eventualno*. Često se engleska riječ (riječ je o američkome engleskom) *billion* prevodi s *bilijun*. U engleskome je međutim riječ *billion* istovrijednica hrvatskoj riječi *milijarda*, a *trillion* hrvatskoj riječi bilijun.

Posebna vrsta lažnih prijatelja nastaje kad se za englesku riječ izmisli hrvatska, njoj izrazno slična riječ. Takva je vrsta lažnih prijatelja još drastičniji primjer nepoznavanja i engleskoga i hrvatskoga jezika. Komentirat ću ovdje tri takva primjera, riječi *respektivno*, *instantno* i *mandatorno*.

**Ivica i Marica  
oprostili su se  
s ocem i majkom, respektivno.**

Na mrežnim je stranicama *gadget.ba* tekst u kojemu je i rečenica:

*Kada je u pitanju cijena, Playon!HD Essential sa hard diskom kapaciteta 500 GB prodat će se po preporučenoj cijeni od 139 eura, dok će se modeli sa hard diskovima kapaciteta 1 TB i 2 TB prodavati po cijeni od 155 i 199 eura respektivno.*

te ovi komentari ispod toga teksta:

- ...treba malo poraditi na gramatici i razumjeti da se neke fraze s engleskog jezika ne mogu prevoditi bukvalno! Tipa „...1 TB i 2 TB prodavati po cijeni od 155 i 199 eura respektivno.“ Šta respektivno?
- Riječ *respektivno* je udomaćena na tehničkim fakultetima te je sasvim jasno šta znači u ovom kontekstu.

Ostavimo po strani sve ostale jezične pogreške i zadržimo se na riječi *respektivno*. Svakako je dobro da je u komentaru teksta uočeno da ta riječ nije potrebna u hrvatskome tekstu. Riječ je o riječi koja je nastala preuzimanjem engleske riječi *respectively*. Na pitanje što riječ *respektivno* znači, ako ga postavite bez konteksta i primjera, većina će upitanika tu riječ dovesti u vezu s riječju *respect* (ili domaćim barbarizmom *rešpekt*) i kazati da znači nešto u vezi s poštovanjem.

To, naravno nije točno. Engleska riječ *respectively* i hrvatska (prema engleskoj riječi izmišljena) riječ *respektivno* upotrebljavaju se u kontekstima u kojima se navodi nekoliko nizova i u kojima se želi povezati prvi član prvoga niza s prvim članom drugoga (i trećega itd., ako postoje) niza, drugi član prvoga niza s drugim članom drugoga niza (i trećega itd., ako postoje) itd. Gornje komentare donosim kako bih upozorila na činjenicu da nije točan podatak da je riječ

*respektivno* udomaćena na svim tehničkim fakultetima. Na nekim se fakultetima upravo preporučuje studentima da tu riječ ne upotrebljavaju, nego da je zamijene riječju *slijedom*. Tu preporuku ovdje ponavljam.

**Dolazim instantno!**

Na portalu Jutarnji.hr 8. veljače 2009. objavljen je tekst je pod naslovom *Nepravda prema djeci instantno me baca u crveno*. U tekstu, koji je intervju s našim poznatim redateljem, on kaže: *No, postoji nešto što me uvijek istog trenutka baca u crveno, a to je bilo kakva nepravda prema djeci*. U tekstu, dakle, dobro piše istog trenutka, ali za opremu članka odabran je naslov s lažnim prijateljem *instantno*. Veoma će često oprema novinskoga članka, u prvome redu naslov, sadržavati stranu riječ ili riječ stranoga podrijetla i kad se takva riječ ne pojavljuje u samome članku. Može se dapače primijetiti i da je, što je uloga naslova bliže reklamnoj, ako se taj naslov nalazi na naslovnici, uporaba stranih, u prvome redu engleskih riječi i riječi posuđenih iz engleskoga, češća nego na unutrašnjim stranicama. Riječ *instantno* pojavljuje se na svakome koraku, npr. *instantno duboko popunjavanje bora 30ml/1oz; Google će ti instantno izbaciti sve relevantne linkove i vijesti; Naglasite li struk pojasom, instantno ćete izgledati dva kilograma lakše* itd.

Uz hrvatske riječi *odmah* i *trenutačno* riječ *instantno*, nastalu prema engleskoj riječi *instantly*, ne treba je upotrebljavati.

**Vežanje pojasom je mandatorno!**

Kao odgovor na upit *mandatorno* na Googleovoj tražilici dobiva se velik broj obraza s rubrikama poput ovih:

ime (*mandatorno*): ... telefon (*mandatorno*): ... e-mail (*mandatorno*) ... radno mjesto (*mandatorno*)

Uz napomenu da u hrvatskome tekstu ne treba upotrebljavati *e-mail* te da se *e-mail*, ovisno o kontekstu u kojemu se upotrebljava uvijek može zamijeniti s *e-pošta*, *e-adresa* (kao u ovome slučaju) ili *e-poruka*, očito je da je taj obrazac preveo prevoditelj koji ne zna da engleska riječ *mandatory* znači *obvezno* ili *obvezatno* pa je prema engleskoj riječi, ne trudeći se pogledati u englesko-hrvatski rječnik, uspostavio riječ *mandatoran*.

Riječi poput *respektivno*, *instantno* i *mandatorno* nepotrebne su u hrvatskome jeziku. One su posljedica u prvome redu nedovoljnoga poznavanja i engleskoga i hrvatskoga jezika te nastaju ili u izravnim prijevodima ili nekritičkim preuzimanjem loših hrvatskih pismenih i govornih predložaka. U hrvatskome jeziku umjesto njih treba upotrebljavati riječi *slijedom*, *odmah* ili *trenutačno* te *obvezno* ili *obvezatno*.

*Lana Hudeček*

## OSVRTI

### O JEZIKU POSLOVNE KOMUNIKACIJE U COCA-COLI

Jezični priručnik Coca-Cole HBC  
Hrvatska

Hrvatski jezik u poslovnoj komunikaciji  
Lana Hudeček, Maja Matković,  
Igor Čutuk,  
Zagreb, 2011., 272 str.



Iz tiska je u svibnju 2011. izišao Coca-Colin jezični priručnik, a napisan je i objavljen radi poboljšanja službenoga i poslovnoga priopćavanja na hrvatskom jeziku unutar tvrtke i tvrtke s kupcima, suradnicima i hrvatskom javnosti. Priručnik je ponajprije namijenjen Coca-Colinim zaposlenicima i svrha mu je promicanje hrvatskoga jezika i podizanje jezične kulture u poslovnom priopćavanju. Priručnik su izradile Lana Hudeček (Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje) i Maja Matković (lektorica i autorica Jezičnoga savjetnika – iz prakse za praksu) u suradnji s Igorom Čutukom (Coca-Colinim voditeljem službe za odnose s javnosti).

Prvi je to jezični priručnik koji je objavila tuđa tvrtka (u stvari, bilo koja tvrtka koja posluje u Hrvatskoj) i valja poduprijeti takav način njegovanja hrvatskoga jezika jer je poticanje vlastitih zaposlenika na upotrebu pravilnoga hrvatskoga jezika trud zaista hvale vrijedan. U jezičnom okružju u kojem nam se i hrvatske tvrtke, a kamoli tuđe, obraćaju lošim hrvatskim jezikom, niskoga stila i jezikom prepunim pogrješaka (Milkin veleplakat „Da li ćeš izjaviti ljubav?“, BauMaxov natpis „Lijetna tekućina“, Konzumov natpis na blagajni „Slijedeći kupac“), priručnik za poslovnu komunikaciju na hrvatskom jeziku pravo je ugodno iznenađenje i više je nego dobro došao. Na prvoj stranici Priručnika čitam: „Dragi zaposlenici, pred vama je priručnik čija je namjena olakšavanje vaše svakodnevne poslovne komunikacije i podizanje razine jezične kulture u njoj. Nadamo se da ćete primjenjujući savjete iz ovoga priručnika, nastaloga u okviru društveno odgovornih aktivnosti Coca-Cole HBC Hrvatska, svojim suradnicima i poslovnim partnerima dati dobar primjer primjerene i jezično pravilne poslovne komunikacije.“