

Mirjana Foro

LEKSIČKA RAZINA PUBLICISTIČKOG STILA

Tema je rada leksička razina publicističkoga funkcionalnog stila s naglaskom na učestalosti jezičnog posuđivanja koje se obrađuje u trima sadržajnim cjelinama. Prikazuje se čestotnost uporabe posuđenica, prvenstveno anglizama, u medijima, ali i vrste prilagođavanja posuđenica hrvatskome sustavu te, s obzirom na to, dakle na stupanj uklopljenosti u hrvatski jezik, i njihova podjela na tuđe (strane) riječi, tuđice, prilagođenice i usvojenice. U radu se govori i o značenjskim posuđenicama te hibridnim tvorevinama oprimjerenima iz medija, a nastalim uslijed snažnog utjecaja engleskog jezika. Prikazana su i oprimjerena terminološka načela koja su rukovodeća pri (ne)korištenju posuđenica.

Ključne riječi: publicistički stil, leksik, jezično posuđivanje, hibridne tvorevine, jukstapozicije

Uvod

Povijesni prikaz jezične rasprostranjenosti daje uvid u postojanje jezika koji su se upotrebljavali kao komunikacijska sredstva na širim prostorima te su na taj način, ako se uzme u obzir humboltovska teza jezika kao naroda, ujedno širili ne samo jezični izričaj jedne nacije/naroda nego i njezinu kulturu, vrijednosti i posebnosti; to su bili tzv. *coine* jezici. Primjerice, u helenističkom je razdoblju grčki jezik bio *coine* jezik koji je služio kao jezik sporazumijevanja, ali i jezik pronosnja grčke kulture i intelektualnog napretka na području od Rima do Male Azije. Također, istu je ulogu nešto kasnije na sebe preuzeo i latinski jezik koji se rabio kao jezik uprave na prostoru Rimskoga Carstva, ali i kao jezik religije, znanosti i uopće kulture te obrazovanih pojedinaca u srednjovjekovnoj i renesansnoj Europi. No nijedan jezik u svjetskoj povijesti nije doživio ekspanzivnu upotrebu kao danas engleski jezik kojemu mnogi pridaju epitet globalnog, svjetskog jezika. Takva univerzalna rasprostranjenost engleskog jezika kao onog globalnog, današnjeg *coine* jezika, za sobom je povukla i određene posljedice i to na globalnom planu.

Naime, engleski se, postavši zbog različitih povijesnih i kulturno-civilizacijskih razloga glavnim jezikom znanosti i diplomacije, prometa i trgovine, računalne tehnologije, sporta i reklame, popularne i potrošačke kulture,

tinejdžerskog slenga i interneta, afirmirao u različitim jezicima jezičnim posuđivanjem koje je prvenstveno uočljivo u vokabularu. U tom procesu intenzivnog posuđivanja iz fonda riječi engleskog jezika, kao neporecivo jezika broj jedan u svijetu¹, engleski je zadobio internacionalnu upotrebu pa ga tako redovito susrećemo kao jezik globalnih internetskih mreža i raznih pretraživača te se u tom smislu svijet može promatrati kao ogromno globalno selo jer ga povezuje jedan jezik, jednako važeći za sve korisnike, globalni engleski. Stoga brojni jezici, uključujući i hrvatski, preuzimaju riječi, fraze, a rjeđe i ustrojstvo rečenice iz tog nadmoćnog jezika davatelja. Takve riječi preuzete iz engleskog nazivamo anglizmima², a oni utječu na jezične promjene u jeziku 'primatelju'.

Radom će se prikazati učestalost posuđivanja riječi iz engleskog jezika u jeziku hrvatskih medija, i to ne samo u slučajevima kada ne postoji hrvatsko nazivlje za određeni pojam već i onda kada ono postoji, ali se ipak prednost daje tuđicama, prvenstveno anglizmima. Kako bi se prikazala učestalost ustupanja mjesta anglizmima mjesto domaćoj riječi, bit će upotrijebljen korpus riječi prikupljen iz različitih časopisa kao što je npr. *Cosmopolitan* i *Gloria* te s različitih internetskih stranica kao što su *gloria.hr*, *dnevnik.hr*, *zadovoljna.dnevnik.hr* i *žena.hr*, ali i brojnih drugih.

Budući da pojam internacionalizacije podrazumijeva jezično posuđivanje i hibridizaciju, rad je podijeljen u nekoliko sadržajnih cjelina. Prva cjelina odnosi se na jezično posuđivanje te na razdiobu posuđenica s obzirom na njihovu uklopljenost u hrvatski jezični sustav; druga cjelina donosi primjere hibridnih tvorevina, odnosno primjere gdje se engleskom korijenu riječi dodaje kakav hrvatski afiks; posljednju, treću cjelinu čini niz osnovnih terminoloških načela u vezi s postupanjem prema posuđenicama koja su oprimjerena iz različitih vrsta medija. Svi su korišteni primjeri izvađeni iz novijih publicističkih tekstova, objašnjeni i uspoređeni sa suvremenom normom.

Rad se u prvoj sadržajnoj cjelini ponajviše referira na *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku* Anđele Frančić, Lane Hudeček i Milice Mihaljević, ali i na nekoliko drugih članaka; drugi dio temeljen je svojim najvećim dijelom na članku *Posljedice internacionalizacije u hrvatskome jeziku* Marijane Horvat i Barbare Štebih Golub; treća cjelina temelji se na načelima navedenima u *Hrvatskom jezičnom savjetniku* skupine autora. Ono što se može razabrati iz velikoga korpusa primjera i literature

¹ Važno je napomenuti da se ovdje ne misli na broj govornika koji se služe engleskim jezikom (u tom slučaju na prvom mjestu po broju izvornih govornika bio bi mandarinski jezik), već na njegovu internacionaliziranu upotrebu u gotovo svim područjima života, i kod onih naroda kojima on nije materinski jezik.

² „...anglizmi su riječi već prilagođene (grafijski, morfološki, akcenatski) hrvatskom jeziku i njegovim pravilima, a koje potječu iz engleskog jezika...” (Opačić, 2007: 22)

jest učestalost uporabe posuđenica u novinama (uključujući i članke na internetu) i u onim slučajevima kada su zamjenjivi dobrom hrvatskom istoiznačnicom i čine izraz pomodnosti, odnosno jezičnog snobizma.

Jezično posuđivanje

Zbog svoje karakteristike jezične živosti, publicistički je stil pogodan materijal za pregled učestalosti jezičnog posuđivanja. Budući da nijedan jezik nije otok ili izolirana pojava, već su svi jezici u suodnosu s drugima tako što njihovi izvorni govornici dolaze u dodir s izvornim govornicima drugih jezika, često dolazi do jezičnog posuđivanja, bilo svjesnoga, bilo nesvjesnoga. Stoga, „jezično je posuđivanje svako preuzimanje neke jezične jedinice iz jednog jezika u drugi. Jedinice koje se posuđuju najčešće su riječi, ali mogu se posuđivati i višerječne sveze ili čitave sintaktičke konstrukcije. Posuđena se jedinica naziva posuđenica.“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 206) U osnovno pojmovlje jezičnog posuđivanja ubrajaju se i pojmovi jezika davatelja, odnosno jezika iz kojega se posuđuje riječ/višerječne sveze/sintaktička konstrukcija, te pojam jezika primatelja, odnosno jezika koji posuđuje³. Razlozi su takvog jezičnog posuđivanja dvojaki:

- 1) unutarjezični razlozi – autorice *Normativnosti i višefunkcionalnosti u hrvatskome standardnom jeziku* ovu vrstu razloga nazivaju 'rupama u sustavu', odnosno razlozima koji izražavaju „nemogućnost jezika da za potrebnii pojam pronađe odgovarajuću riječ.“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 206) Postoji znatan broj primjera, ali njihov je broj uvelike manji od broja primjera izvanjezičnih razloga posuđivanja: *finese stylinga* (*styling* je anglizam koji nije pronašao u hrvatskome jeziku svoju istovrijednicu te se može prevesti jedino opisno kao 'konačan izgled neke osobe i stvari', a njegova se upotreba razlikuje i od konteksta do konteksta); *intervju* (anglizam potreban hrvatskome jeziku jer ne postoji odgovarajuća hrvatska zamjena); *telefon* (također je potreban hrvatskome jeziku) itd.⁴

³ Autorice *Normativnosti i višefunkcionalnosti u hrvatskome standardnom jeziku* ukazuju na činjenicu kako nazivi *posuđivanje* i *posuđenica* nisu najprikladniji za opis onoga što se događa pri dodiru dvaju jezika i nude nazive *primanje* i *primljenica* kao znanstveno ispravnije nazive: „Naziv posuđivanje ne opisuje najtočnije ono što se u jeziku događa jer posuđeni naziv ostaje i u jeziku iz kojega je posuđen, te taj jezik ne očekuje njegov povrat, npr. kada je hrvatski posudio riječ *tenis* iz engleskoga (engl. *tennis*), ta je riječ još uvijek ostala i u engleskome te engleski ne očekuje njezino vraćanje.“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 206)

⁴ „U teoriji jezika u kontaktu utjecaj jednog jezika na leksik drugoga tumači se najčešće potrebom da se popune prazna mjesta u vokabularu. Sve brži tehnološki i društveni napredak u posljednjim desetljećima dovodi do sve većeg broja takvih praznih mjesta koja se u hrvatskom najčešće popunjavaju posuđenicama, u posljednje vrijeme najčešće anglicizmima.“ (Veselica-Majhut, 2006: 681)

- 2) izvanjezični razlozi – ovdje se ubrajaju „brojne političke, gospodarske, kulturne, znanstveno-tehničke veze ili izravan zemljopisni dodir dvaju jezičnih područja“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 207), ali i jezična moda ili snobizam, pojam pod kojim se podrazumijeva uporaba određenih riječi preuzetih iz nekog stranog jezika kao stvar prestiža, nečeg stereotipno boljeg, modernijeg i zanimljivijeg u odnosu na materinji, 'obični' jezik ili ih se naprosto rabi kako bi se istaknulo vlastito široko jezično znanje, iako to, dakako, ne mora značiti da osoba koja koristi posuđenice i barata tim jezikom, kako na govornoj tako i na pisanoj osnovi, odnosno takva masovna upotreba anglizama ne mora biti rezultat i aktivnog znanja engleskog ili kojega drugog jezika. Primjeri izvanjezičnih razloga su razni: *klasična french manikura* (*french* je engleski pridjev koji je radije upotrjebljen nego hrvatski pridjev *francuska* pa to predstavlja izričit primjer pomodnosti); *svjetlija pink nijansa* (engl. pridjev *pink* ima dobru hrvatsku istoznačnicu, pridjev *ružičasta*); *boje earth daze* (umjesto *zemljane nijanse*); *dress-code* (ili hrvatskim jezikom *pravila odijevanja*) itd.

Nives Opačić, autorica brojnih jezičnih savjetnika, među kojima su i oni koji se pretežito bave anglizmima kao što su *Hrvatski u zagradama – globalizacijske jezične stranputice*, *Prodor engleskih riječi u hrvatski jezik* itd., vrlo isključivo nastupa kada govori o upotrebi anglizama, a smatra da za takvo upotrebljavanje posuđenica postoje dva razloga:

- 1) „informacija s elementima najprestižnijeg, američkog engleskog, jezika podići će i onima koji tom informacijom barataju *ugled u očima njihovih neukijih sugrađana*, jer najprestižnije sredstvo komuniciranja baca dio svoje globalne slave i aure i na one koji se njime vješto služe
- 2) možda sve tek površno razumiju, možda i ne razumiju, ali nalaze već gotove formule i izraze, pa zašto da se muče i trude kad sve već imaju gotovo (poznata duhovna lijenost i konformizam), a to ih još k tome svrstava među *pionire u uvođenju novina u zemlje i društva* koja se tek otvaraju prodoru globalnih tehnologija i kulture. Svatko voli biti prvi.“ (Opačić, 2007: 23)

Dakle, ona u uporabi posuđenica vidi samo nekritičko prihvaćanje svega što je tuđe, želju za pomodnošću, isticanjem vlastita intelekta kao načina da se pokaže šire jezično znanje te bude drukčiji od ostalih, ali i duhovnu lijenost te konformizam. Pritom isključuje mogućnost uporabe posuđenica iz unutarjezičnih razloga te ih etiketira isključivo kao obilježje jezičnog snobizma što nužno nije tako, a što su pokazali primjeri unutarjezičnih razloga koji su rašireni u upotrebi u hrvatskome jeziku jer ne postoji dovoljno dobra hrvatska zamjena koja bi pokrila značenje sadržaja tih posuđenica. Nadalje

bit će govora o podjeli posuđenica s obzirom na to iz kojeg jezika potječu te s obzirom na njihovu uklopljenost u sustav hrvatskoga jezika.

Podjela posuđenica

S obzirom na to iz kojeg jezika potječu, posuđenice, odnosno „riječi stranoga podrijetla koje su više ili manje prilagođene hrvatskomu jezičnom sustavu“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 206), mogu se podijeliti na internacionalizme ili europeizme, tj. „međunarodne riječi, najčešće latinskoga ili grčkoga podrijetla, koje se nalaze u svim ili mnogim europskim jezicima, odnosno bar u većini njih“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 209), na egzotizme, odnosno „posuđenice koje označuju različite (folklorne, etničke, političke) posebnosti pojedinih naroda“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 209) te na latinizme (riječi latinskoga podrijetla), grecizme (riječi grčkoga podrijetla), germanizme (riječi njemačkoga podrijetla), hungarizme (riječi mađarskoga podrijetla), rusizme (riječi ruskoga podrijetla), bohemizme (riječi češkoga podrijetla), polonizme (riječi poljskoga podrijetla), anglizme (riječi engleskoga podrijetla), galicizme (riječi francuskoga podrijetla), talijanizme (riječi talijanskoga podrijetla), srbizme (riječi srpskoga podrijetla), turcizme (riječi turskoga podrijetla) itd. Ipak, u nastavku rada rukovodit će se drukčijom vrstom podjele posuđenica.

Podjela posuđenica prema kojoj će biti prikazani primjeri iz različitih vrsta medija podjela je prema vrsti prilagodbe posuđenica normi hrvatskoga standardnog jezika⁵, a postoje četiri vrste takve prilagodbe:

- 1) slovopisna i pravopisna prilagodba odnosi se na zamjenu „grafema koji ne postoje u hrvatskom jeziku najbližim postojećim grafemima“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 209), primjerice: engl. *show* -> hrv. *šou* (suglasnički skup *sh* netipičan za hrvatski jezik zamjenjuje se suglasnikom *š* koji mu je blizak po zvučnosti, a grafem *w* koji ne postoji u hrvatskom sustavu mijenja se u samoglasnik *u*); engl. *whisky* -> hrv. *viski* (grafem *w* zamjenjuje se sa *v*, a *y* sa *i*); engl. *cowboy* -> hrv. *kauboj* (grafem *w* zamjenjuje se sa samoglasnikom *u*, a *y* sa *j*)
- 2) fonološka prilagodba koja uključuje i onu naglasnu, npr. engl. *pilot* -> hrv. *pilot*; engl. *fan* -> hrv. *fân*; engl. *event* -> hrv. *event*
- 3) morfološka prilagodba uključuje dodavanje hrvatskih nastavaka kako bi se posuđenica uklopila u hrvatski jezični inventar, primjerice: engl. *collection* -> hrv. *kolekcija* (ovdje je došlo i do grafijske i pravopisne prilagodbe: *c* → *k*; *ll* → *l*, ali i do morfološke prilagodbe

⁵ Preuzeta je prema podjeli Anđele Frančić, Lane Hudeček te Milice Mihaljević, no u djelomično prerađenom izdanju, s proširenim primjerima i opisnim natuknicama preuzetih naziva.

jer je dodan hrvatski sufiks –ija); engl. *hollywood superstar* → hrv. *holivudski superstar* (osim što je došlo do grafijske i pravopisne prilagodbe, engleskoj je posuđenici dodan hrvatski sufiks –ski karakterističan za tvorbu pridjeva); engl. *massage* → hrv. *masaža* (anglizam uz grafijsku prilagodbu dobiva nastavak –a karakterističan za imenice ženskoga roda)

- 4) značenjska prilagodba označava da „riječ dobiva šire ili uže značenje“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 209), npr. engl. *game* označava igru općenito, a značenje mu varira i ovisno o kontekstu pa može označavati i utakmicu dok hrv. *gem* označava samo igru u tenisu; engl. *report* glagol je čije primarno značenje glasi prijaviti, ali se *report* u hrvatskom jeziku upotrebljava suženog značenja, tj. u smislu izvješća o nekom događaju pa je *Report* čest naziv kolumni u modnim časopisima; engl. *lift* ima značenje podići nekoga/nešto dok je u hrvatskome jeziku dobilo suženo značenje dizala; engl. *record* znači i zabilježiti/snimiti nešto, ali i najbolji rezultat dok je u hrvatskom jeziku taj anglizam sačuvao samo drugo značenje

S obzirom na stupanj uklopljenosti u hrvatski jezični sustav prema navedenima četirima razinama prilagodbe, posuđenice se dijele na tuđe riječi, tuđice, prilagođenice i usvojenice. Zasebno se vrstom posuđenica mogu smatrati značenjske posuđenice o kojima će također biti govora.

Tuđe riječi

„Kada se riječ iz kojega drugog jezika posve neprilagođena pojavi u tekstu pisanom hrvatskim jezikom (pisana izvornom grafijom jezika iz kojega dolazi), nazivamo je stranom, tuđom riječju.“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 209) Primjeri su česti: *styling* ('stil'), *celebrity* ('slavna osoba'), *lifestyle* ('životni stil'), *look* ('izgled'), *set* ('postava za snimanje filma'), *fotoshooting* ('profesionalno slikanje'), *outfit* ('odjevna kombinacija'), *brand* ('zaštitni znak'), *make-up* ('šminka', 'kozmetička sredstva' ili 'izgled nakon njihove primjene'), *report* ('izvješća o svojevrsnim događanjima'), *happening* i *event* ('događanja'), *trend* ('ono što je moderno'), *party* ('zabava', 'tulum'), *highlighter* ('svijetli korektor') itd. Zabrinjava činjenica da svi ili barem većina prethodno navedenih primjera uporabe izvorno pisanih oblika anglicizama imaju svoju inačicu u hrvatskome jeziku u nekom obliku, ali unatoč tome, prevladava masovna upotreba stranih riječi u medijima bilo iz stilističkih, pomodnih ili terminoloških razloga.

Vrlo su česte i čitave sintagme sastavljene od dviju ili nekoliko izvorno pisanih engleskih riječi kao što su npr. *casual look* (doslovan prijevod glasilo bi 'svakodnevan ili ležeran izgled'), *body language* ('govor tijela'), *body painting* ('oslikavanje tijela'), *boy bend* (doslovno 'muški bend'), *reality show* ('stvarni šou'), *second-hand shop* ('trgovina robom iz druge ruke'), *one night*

stand ('seks za jednu noć'), *high street brand* ('prestižna marka', 'zaštitni znak'), *rent-a-car* ('posudba auta'), *lounge bar* ('salon-bar'), *dream team* ('tim iz snova'), *late night shopping* ('kasnovječernja kupovina'), *beauty sleep* ('san za ljepotu') itd.

Takve sintagme čuvaju izvorno stanje jezika iz kojeg su posuđene, odnosno nisu se prilagodile hrvatskome jeziku na morfološkoj, fonološkoj, ortografskoj, sintaktičkoj i inim razinama. Naravno da za sve posuđenice ne postoje dovoljno dobre hrvatske istoznačnice nego ih je ponekad potrebno prevoditi opisno, ali zato uvijek treba davati prednost domaćoj riječi ukoliko odgovara kao zamjena stranoj riječi. Stoga se može reći da, što je jezik prestižniji i popularniji, kao što je engleski, njegova je težnja prilagođavanja sustavu jezika primatelja manja, što je osobito vidljivo u zadržavanju mnogih obilježja izvorne grafije i neprilagođavanju hrvatskom sustavu na području popularne kulture i medija.

U časopisima *Gloria* i *Cosmopolitan* česti su naslovi kolumni u kojima je naslov strana riječ, npr. *Report*, *Lifestyle*, *Flashback* i slično. Slični podnaslovi, odnosno podnaslovi koji se sastoje gotovo isključivo od stranih riječi pronalaze se i na stranici *dnevnik.hr*: *Showbuzz*, *Igre&Fun*, *OMG*, *Celebrity*, *Clubzone* itd. „Kada poslati *friend request*?“ (*Cosmopolitan*, 2012: 27) još je jedan podnaslov koji pokazuje tendenciju masovnoga preuzimanja izvornih engleskih elemenata u hrvatski jezik, a iza tog naslova, dakle u nastavku teksta, rabi se hrvatska sintagma *zahtjev za prijateljstvo* kao dodatno pojašnjenje engleskog teksta.

Valja istaknuti i razne reklamne poruke za pojedine proizvode i tvrtke također pisane izvornom grafijom, ali i gramatičkim ustrojstvom jezika davatelja. Tako se *Modiana*, inače izvorno slovenska trgovina odjeće koja se vremenom razgranala te ima lanac trgovina i u Hrvatskoj, reklamira engleskom frazom *Are you for fashion?* (*Gloria*, br. 902: 15) samo zato što to tako bolje zvuči na engleskom negoli na hrvatskom. Sličan je i reklamni moto trgovačkog centra *City Center one* u Zagrebu koji poručuje, također na globalnom engleskom, *Go fashion. Go spring.* (*Cosmopolitan*, 2012: 11) reklamirajući svoje proljetne kolekcije. Pažnju zaokuplja i slučaj naziva *go! kartica* Zagrebačke banke gdje se opet iščitava ogroman utjecaj engleskog jezika, no „sudbina svakog jezika i njegova razvoja (pa tako i hrvatskoga), osobito s obzirom na utjecaj politički i gospodarski moćnijih jezika, ovisi o odgovornosti i svijesti njegovih govornika prema vlastitome jeziku“ (Štimac, 2003: 101). S obzirom na takvu učestalost neprilagođenih posuđenica u medijima i reklamnim porukama, postavlja se pitanje možemo li se nazvati odgovornim govornicima hrvatskoga jezika kada svjesno rabimo i osmišljavamo nazive stranog podrijetla za domaće proizvode i tvrtke?

Budući da ne pripadaju hrvatskom jeziku te nisu prošle ni kroz jednu razinu prilagodbe, strane ili tuđe riječi treba pisati kurzivom čime se dodatno

naglašava njihova nepripadnost hrvatskome jezičnom inventaru. Ipak, česti su slučajevi kada novinski tekstovi ne donose kurzivni oblik tuđih riječi:

- (1) „Gdje je nestala hrvatska teen zvijezda?“
- (2) „U SAD-u traje najveća svjetska shopping groznica, takozvani crni petak.“

Osim očite tendencije zadržavanja engleske ortografije i čak nestavljajna kurzivne napomene o neprilagođenosti/nepripadanju hrvatskom jezičnom sustavu, valja napomenuti da postoje i svojevrsna kolebanja u vezi pisanja pojedinih posuđenica iz engleskog jezika pa tako u jeziku supostoje sljedeći oblici: *image/imidž*, *sexy/seksi*, *shopping/šoping*, *glamour/glamur*, *rockerica/rokerica*, *brand/brend*, *trendy/trendi*. Postojanje obaju oblika ukazuje na nestabilnost na ortografskoj razini što se tiče zadržavanja izvorne engleske grafije i prilagodbe hrvatskom jezičnom sustavu, a potom i na autoritarnost koju ima engleski jezik, ali i na dugotrajnost procesa prilagodbe koju mora proći pojedina posuđenica kako bi postala riječju inkorporiranom u sustav hrvatskoga jezika.

Tuđice

„Tuđice su posuđenice koje su pravopisno prilagođene hrvatskomu glasovnom sustavu, ali zadržavaju neka svojstva izvornog jezika nesvojstvena hrvatskomu jeziku.“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 210) S obzirom na to koja svojstva izvornog jezika nesvojstvena hrvatskom jeziku zadržavaju, primjere možemo podijeliti u nekoliko skupina:

- one tuđice koje zadržavaju suglasnički skup na kraju riječi: engl. *bite* → hrv. *bajt*; engl. *friend* → hrv. *frend*; engl. *design* → hrv. *dizajn*; engl. *weekend* → hrv. *vikend*; engl. *lift* → hrv. *lift*; engl. *brand* → hrv. *brend*; engl. *record* → hrv. *rekord*; engl. *mix* → hrv. *miks*; engl. *jingle* → hrv. *džingl*
- tuđice koje zadržavaju sufiks -ing kao sufiks svojstven engleskome jeziku: engl. *styling* → hrv. *stajling*; engl. *dating* → hrv. *dejting*; engl. *shopping* → hrv. *šoping*; engl. *training* → hrv. *trening*; engl. *booking* → hrv. *buking*; engl. *feeling* → hrv. *filing*; engl. *peeling* → hrv. *piling*
- tuđice koje zadržavaju sufiks -er: engl. *teenager* → hrv. *tinejdžer*; engl. *manager* → hrv. *menadžer*; engl. *leader* → hrv. *lider*; engl. *oldtimer* → hrv. *oldtajmer*
- dvoglasni: engl. *show* → hrv. *šou*; engl. *clown* → hrv. *klaun*; engl. *wow* → hrv. *vau*
- nepromjenjivi pridjevi: engl. *sexy* → hrv. *seksi*; engl. *trendy* → hrv. *trendi*

Prilagođenice i usvojenice

„Prilagođenice su posuđenice koje su naglasno, glasovno i sklonidbeno prilagođene hrvatskomu jeziku. One bitno ne odudaraju od ustroja hrvatskog jezika.“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 210) Primjeri su sljedeći: engl. *information* → hrv. *informacija*; engl. *print* → hrv. *printer*; engl. *stress* → hrv. *stres*; engl. *cash* → hrv. *keš*; engl. *style* → hrv. *stil*; engl. *colour* → hrv. *kolor*; engl. *loser* → hrv. *luzer*; engl. *game* → hrv. *gem*; engl. *center* → hrv. *centar*; engl. *chip* → hrv. *čip*.

„Usvojenice su posuđenice tako potpuno uklopljene u hrvatski jezik da se ne razlikuju od izvornih hrvatskih riječi“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 210), primjerice: rus. *kukuruza* → hrv. *kukuruz*; tur. *kel* → hrv. *ćelav*; češ. *časopis* → hrv. *časopis*; franc. *jargon* → hrv. *žargon*; tur. *şeker* → hrv. *šećer*; tur. *boya* → hrv. *boja*; tur. *çorap* → hrv. *čarapa*; tur. *kerevet* → hrv. *krevet*.

Iz navedenih se primjera zaključuje kako posuđenice iz engleskog jezika još uvijek nisu zadobile status usvojenica u hrvatskom jeziku, iako je znatan broj prilagođenica porijeklom iz tog nadmoćnog jezika davatelja. Ipak među pronađenim usvojenicama uvelike prevladavaju turcizmi što ne čudi s obzirom na povijesne prilike koje su utjecale na promjene u hrvatskom jeziku. Budući da se „društvo reflektira u jeziku, tako se i društvene promjene reflektiraju u jeziku tako da utječu na nastajanje odgovarajućih jezičnih promjena. Jezik je podložan neprestanim promjenama kao i samo društvo.“ (Skelin Horvat, 2004: 96)

Velik broj posuđenica iz engleskog jezika u medijima, kako onih pisanih izvornom engleskom grafijom, tako i onih više ili manje prilagođenih hrvatskom jezičnom sustavu, ukazuje na njegovu dominaciju i to ne samo zbog unutarjezičnih razloga već i zbog pomodnosti, jezičnog snobizma. Ipak, utjecaj engleskog jezika nije ograničen samo na posuđivanje riječi ili sintagmi već se on osjeća i u posuđivanju značenja i njegovu pridavanju domaćim riječima.

Značenjske posuđenice

„Domaća riječ koja pod utjecajem strane riječi dobiva novo, dodatno značenje zove se značenjskom posuđenicom. Značenjsko je posuđivanje posuđivanje sadržaja (označioca), a ne izraza (označenika). Značenjskim je posuđenicama svojstvena neobična uporaba već dobro poznatih domaćih riječi u kontekstima u kojima se te riječi inače ne pojavljuju.“ (Frančić, Hudeček, Mihaljević, 2005: 210) Značenjske posuđenice nisu mnogobrojne, a najčešće su *miš*, *virus*, *ikona* i *afera*.

Primarno značenje riječi *miš* u hrvatskom je jeziku 'mala životinja iz reda glodavaca' koje je vidljivo iz naslova jednog članka: *Neopreznom lopovu sav novac izjeli miševi*. No pod utjecajem engleskog jezika, riječ *miš* do-

bila je sekundarno značenje pa se počela upotrebljavati u računalnom nazivlju kao oznaka za 'spravicu kojom se može pomicati pokazivač (strelica) po ekranu', npr.: *BMW-ovi inženjeri razvili su novi miš pod imenom Level 10 u koji su utrošili puno truda i vremena što se primjećuje već na prvi pogled.*

Isti je slučaj i s riječju *virus* koja je, uz medicinsko značenje, dobila i ono računalno. Njezino je osnovno značenje značenje 'parazitskog mikroorganizma koji izaziva bolest', npr.: *Svjetska zdravstvena organizacija upozorava da je virus H7N9 najsmrtonosniji s kojim su se ikad suočili*, ali vidljivo je iz sljedećeg novinskog naslova da je i *virus* zadobio sadržajnu puninu kkvu ima u engleskom jeziku upravo zbog globalizacijskog širenja tog jezika, odnosno zadobio je značenje 'programa koji inficira računalne datoteke': *Kako prepoznati virus na android uređajima?*

Ikona označava 'svetu sliku': *Felixa je u skoku s ruba svemira čuvala srpska ikona Bogorodice*. No u zadnje vrijeme, također pod utjecajem engleskog jezika i novih ostvarenja na području računalne tehnologije, koja zahtijeva imenovanje/nazivlje, riječ *ikona* počela se upotrebljavati i u značenju 'grafičkog simbola na ekranu'⁶, primjerice: *Korisnik komunicira s računalom preko ikona (malih sličica) svrstanih u grupe zaokružene prozorima*.

Posljednji primjer značenjskog posuđivanja riječ je *afera* koja je u hrvatski jezik došla kao posuđenica iz francuskog jezika (< franc. *affaire*) sa značenjem 'neugodnog ili nepriličnog slučaja koji odjekuje u javnosti ili se odigrava pred javnosti', npr.: *Osječki HDSSB potresa još jedna afera: Bliski gradonačelnikov suradnik kupio gradski stan*. Pod utjecajem engleskog jezika, u hrvatskom je jeziku galicizam *afera* razvio sekundarno značenje 'ljubavne veze': *Udovica bugarskog tajkuna potvrdila je glasine o svojoj strastvenoj aferi s bivšim talijanskim premijerom Silvijem Berlusconiem*.

Svi navedeni primjeri iz medija pokazatelji su čestotnosti jezičnog posuđivanja na leksičkoj razini, ali i tendencije pisanja posuđenica izvornom grafijom jezika davatelja što ukazuje na sve veću i prošireniju premoć engleskog jezika⁷.

⁶ To nisu jedina značenja riječi *ikona* već ona označava i osobu koja u nečemu služi kao uzor, netko divljenja i oponašanja vrijedan, ali i netko prepoznatljiv prema nekoj svojoj osobini, primjerice: *seks ikona, modna ikona, sportska ikona, gay ikona...*

⁷ Zanimljivo je istraživanje Anite Skelin Horvat koje se temelji na razlikovanju govornika po dobi, spolu, društvenom statusu i drugim parametrima koji utječu na njihov govor i izbor leksičkog materijala te s obzirom na to kako se te razlike očituju u uporabi i razumijevanju posuđenica i tuđica: „Ispitivanja su pokazala da žene koriste više prestižnih elemenata u govoru od muškaraca, one u svim govornim stilovima, formalnim i neformalnim, koriste manje nestandardnih oblika. Žene koriste više stilova i širi repertoar varijanti. One su često nositeljice različitih jezičnih inovacija i noviteta.“ (Skelin Horvat, 2005: 682)

Hibridizacija

Hibridizacija, kao pojava miješanja domaćih i stranih jezičnih elemenata, u sebi ujedinjuje one tvorevine nastale dodavanjem hrvatskog afiksa stranom korijenu ili pak cijeloj tuđoj riječi te jukstapozicije kod kojih se prenosi ustrojstvo riječi iz engleskog jezika (imenica + imenica) bilo u sintagmama riječi domaćeg porijekla, bilo u onima gdje se radi o posuđenica⁸. Pažnja će biti usmjerena tvorevinama nastalim od korijena engleske riječi i hrvatskog sufiksa.

Primjeri gdje se engleskom korijenu dodaje kakav hrvatski afiks ponajprije su primjeri u kojima se sufiksacijom od strane riječi tvori ona 'pohrvaćena' kako bi se uklopila u hrvatski jezični sustav te mogla mijenjati s obzirom na fleksiju hrvatskoga jezika. Prvenstveno se radi o imenicama i glagolima engleskoga porijekla od kojih se sufiksacijom tvore oblici prilagođeni hrvatskom jezičnom sustavu, a nešto je manji broj pridjeva nastalih takvom tvorbom.

Imenice muškog roda, a engleskoga porijekla u hrvatskom jeziku dobivaju nastavak –ica kako bi se tvorile imenice ženskoga roda: *spikerica* (engl. *speaker*), *bejbisiterica* (engl. *babysitter*), *farmerica* (engl. *farmer*), *frendica* (engl. *friend*), *fajterica* (engl. *fighter*). U korpusu je pronađen i jedan primjer kada se anglizmu dodaje sufiks –uša koji inače nosi pogrдно značenje: *sponzorūša* (engl. *sponsor*) te primjer tvorbe imenice muškoga roda od anglizma sufiksom –ač: *boksač* (engl. *boxer*).

Glagolima i imenicama engleskoga porijekla najčešće se dodaje nastavak –irati kako bi se tvorili glagoli koje je moguće konjugirati u hrvatskome jeziku: *akceptirati* (engl. *accept*), *tetovirati* (engl. *tattoo*), *bedirati se* (engl. *bad*), *skenirati* (engl. *scan*), *kampirati* (engl. *camp*), *šopingirati* (engl. *shopping*), *blefirati* (engl. *bluff*), *klonirati* (engl. *clone*), *trenirati* (engl. *trainer*), *iskeširati* (engl. *cash*), *dizajnirati* (engl. *design*). Rjeđi su primjeri gdje se glagolima dodaje nastavak –ati: *štrajkati* (engl. *strike* -> njem. *Streik*), *downloadati* (engl. *download*), *surfati* (engl. *surfing*), *bildati* (engl. *building*), *driblati* (engl. *dribbling*), *startati* (engl. *start*).

Najčešći sufiks pri morfološkom inkorporiranju pridjeva stranoga podrijetla u hrvatski jezik jest sufiks –ski: *filmski* (engl. *film*), *gangsterski* (engl. *gangster*), *jetseterski* (engl. *jet set*), *lidarski* (engl. *lieder*), *sportski* (engl. *sport*), *timski* (engl. *team*), *trenerski* (engl. *trainer*). Ostali sufiksi su –ški i –an: *marketinški* (engl. *marketing*), *stresan* (engl. *stress*).

Uočljivo je kako je broj pridjeva posuđenih i prilagođenih iz engleskoga jezika znatno manji nego što je to slučaj s imenicama i glagolima, a razlog tome jest da su „mnoge osobine i kvalitete koje se izražavaju pridjevima

⁸ Usp. Glavaš, Zvonimir. 2010. Polusloženice u novinskom stilu. *Hrvatistika*, Vol.4, No. 4, str. 155-169.

više-manje zajedničke u većini civilizacija jezika kojih studiramo u kontaktu s engleskim pa ne postoji potreba da se pridjevi unose u tolikoj mjeri kao imenice.“ (Veselica-Majhut, 2006: 685)

Velik broj primjera gdje se stranom obliku dodaje kakav hrvatski sufiks kako bi se ta riječ lakše prilagodila hrvatskome jeziku pokazuje tendenciju hrvatskoga jezika za sve učestalijim i mnogobrojnim preuzimanjem riječi iz engleskog fonda riječi iako u pojedinim slučajevima postoji dobra hrvatska istovrijednica: *šopingirati* = *kupovati*, *akceptirati* = *prihvaćati*, *bejbisiterica* = *dadilja*, *frendica* = *prijateljica*, *daunloadati* = *skidati*, *liderski* = *vodeći*.

Načela za prihvaćanje riječi stranoga podrijetla

S obzirom na dosad već uočeni sve učestaliji proces posuđivanja riječi iz engleskoga jezika u medijima, valja istaknuti kako se odnositi prema toj pojavi. Riječi stranoga podrijetla u hrvatski se jezik prihvaćaju prema sljedećim načelima⁹:

- 1) Kad je to moguće, riječ stranoga podrijetla dobro je zamijeniti isto značnom domaćom riječju, primjerice anglizme *shopping*, *look*, *event*, *pary*, *report* valja zamijeniti hrvatskim istovrijednicama *kupovina*, *izgled*, *događaj*, *zabava/tulum*, *izvješće*.
- 2) Ako se već mora prihvatiti riječ stranoga podrijetla, bolje je prihvatiti usvojenicu nego prilagođenicu, a prilagođenice je bolje prihvatiti nego tuđice. Stoga je bolje upotrijebiti tuđicu *seksi* nego tuđu (stranu) riječ *sexy* kao što je bolje upotrijebiti prilagođenicu *stil* umjesto tuđe riječi *style*.
- 3) Ako se prihvaća riječ stranoga podrijetla, treba nastojati da se prihvati u liku načinjenom prema latinskomu ili grčkomu, a ne prema engleskomu, njemačkomu, francuskomu itd. jer ne samo da su „latinski i grčki temelj na kojemu je izgrađena naša i europska kultura i civilizacija nego se latinske i grčke riječi, za razliku od engleskih, francuskih, njemačkih itd., lako uklapaju u hrvatski jezični sustav.“ (Barić i dr., 1999: 285) Stoga je ispravniji oblik *licencija* nego oblik *licenca* (engl. *licence*) iako se taj oblik, načinjen ugledanjem na engleski jezik, češće rabi u medijima.
- 4) Ako postoji samo izbor između dviju tuđica, prednost ima ona koja je manje obilježena kao tuđica.
- 5) Prihvaćenu prilagođenicu nećemo potiskivati svojom riječju, primjerice u hrvatskom jeziku supostoji prilagođenica *printer* i hrvatska zamjena *pisač*.

⁹ Načela su donesena prema *Hrvatskom jezičnom savjetniku* skupine autora. (Usp. 282. str.)

- 6) Za tuđice koje se teško prilagođavaju hrvatskome glasovnom sustavu treba nastojati pronaći zamjenu, npr. tuđicu *fajl* treba zamijeniti *datotekom*, a *šoping kupovinom*.
- 7) Ako se već posuđuje iz stranoga jezika, treba posuditi samo osnovnu stranu riječ, a ne cijelu njezinu porodicu što bi značilo da od posuđenice treba hrvatskim afiksima tvoriti nove riječi, a ne preuzimati ih iz stranog jezika tvorene po pravilima toga jezika, npr. pridjev od prilagođenice *stres* (engl. *stress*) tvorit će se hrvatskim sufiksom –an (*stresan*), a ne preuzimati iz engleskoga jezika (*stressfull*).

Zaključak

Može se zaključiti kako leksička razina publicističkog stila obiluje posuđenicama, ponajprije anglizmima koji su bili užim predmetom ovoga rada. Jezično posuđivanje promatrano je u nekoliko razina s obzirom na to koje su stupnjeve prilagodbe prošle posuđenice kako bi bile inkorporirane u hrvatski jezični sustav. Imajući na umu podjelu posuđenica prema njihovoj uklopljenosti u jezični inventar hrvatskoga jezika na tuđe (strane) riječi, tuđice, prilagođenice i usvojenice, može se sintetizirati kako prevladavaju riječi pisane izvornom grafijom jezika davatelja, dakle tuđe riječi, a česte su i tuđice koje su prošle svojevrsnu prilagodbu, ali su i dalje zadržale neka od tipičnih obilježja engleskoga jezika kao što su suglasnički skup na kraju riječi, sufiksi –ing i –er, dvoglasni i nesklonjivost pridjeva. Govoreći o prvoj sadržajnoj cjelini rada, dakle jezičnom posuđivanju, važno je još napomenuti kako promatrajući primjere iz korpusa uvelike pretežu izvanjezični razlozi jezičnog posuđivanja kao rezultat želje govornika (odnosno u ovom slučaju novinara) za pojačavanjem konotacija poželjnosti, modernosti, urbanosti te društvenog identiteta svojih iskaza. Značenjsko posuđivanje također je dokaz snažnog utjecaja engleskog jezika.

Razmatranje procesa hibridizacije ograničeno je na pridavanje hrvatskih sufikasa engleskom korijenu riječi. Takve hibridne tvorevine pokazatelji su činjenice da jezik leksičke razine hrvatskih medija odražava globalizacijske procese/promjene u hrvatskom jeziku što je vidljivo u sve snažnijem utjecaju engleskog jezika kao danas sveproširenog *coine* jezika. S obzirom na to, navedena su osnovna načela kojima se valja rukovoditi pri uporabi anglizama, a koja su garancija opstanka hrvatskog jezičnog inventara pri naletu novih riječi iz tog nadmoćnog jezika davatelja.

Literatura

Barić, Eugenija, Hudeček, Lana, Koharović, Nebojša, Lončarić, Mijo, Lukenda; Marko, Mamić, Mile, Mihaljević, Milica, Šarić, Ljiljana, Švačko, Vanja, Vukojević, Luka, Zečević, Vesna, Žagar, Mateo. 1999. *Hrvatski jezični*

- savjetnik*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje/Pergamena/Školske novine.
- Frančić, Anđela, Hudeček, Lana, Mihaljević, Milica. 2005. *Normativnost i više-funkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Horvat, Marijana, Štebih Golub, Barbara. 2010. Posljedice internacionalizacije u hrvatskome jeziku. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 36/1, str. 1-21. (<http://rasprave.ihjj.hr/broj.php?id=27>)
- Opačić, Nives. 2007. Prodor engleskih riječi u hrvatski jezik. *Jezik*, god. 54, br. 1, str. 22-27. (http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=71110)
- Skelin Horvat, Anita. 2005. O uporabi i razumijevanju stranih riječi. U: *Semantika prirodnoga jezika i metajezik semantike*, str. 681-690. Split/Zagreb: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.
- Skelin Horvat, Anita. 2004. Posuđivanje u hrvatski jezik u dvama razdobljima. *Suvremena lingvistika*, br. 57-58, str. 93-104. (http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=24142)
- Štimac, Vlatka. 2003. Anglizmi u jezičnim savjetnicima posljednjega desetljeća 20.st. *Jezik*, god. 50, str. 93-102.
- Veselica-Majhut. 2006. Shoppingholičarka ili zaposlena žena? U: *Jezik i identiteti*, str. 681-688. Zagreb/Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.

Izvori

- Cosmopolitan*, travanj 2012.
dnevnik.hr (27. 4. 2013.)
Gloria, br. 902, izdanje: 01612
gloria.hr (1. 5. 2013.)
Hrvatski jezični portal, <http://hjp.novi-liber.hr/index.php?show=main> (11. 5. 2013.)
indeks.hr (11. 5. 2013.)
jutarnji.hr (11. 5. 2013.)
net. hr. (27. 4. 2013.)
tportal.hr (11. 5. 2013.)
večernji.hr (11. 5. 2013.)
zadovoljna.dnevnik.hr (27. 4. 2013.)
žena.hr (1. 5. 2013.)
24sata.hr (11. 5. 2013.)