

Vojnovića. Njihova uporaba tih nastavaka odraz je hrvatske književnojezične tradicije s početkom u 17. stoljeću.

Sažetak

Mario Grčević, Hrvatski studiji, Zagreb
UDK 811.163.42-26(091), znanstveni članak
primljen 15. svibnja 2006., prihvaćen za tisak 10. srpnja 2006.

Die Instrumentalendung *-i* der *i*-Deklination in der kroatischen
Hochsprache des 19. Jahrhunderts

Im vorliegenden Beitrag wird die singularische Instrumentalendung *-i* der *i*-Deklination im Kroatischen des 19. Jahrhunderts besprochen. Es wird gezeigt, dass ihre Verwendung mit dem Einfluss älterer kroatischer Texte zu erklären ist.

SKRB ZA JEZIK NA JAVNIM GRADSKIM PROSTORIMA

Sanja Vrcić-Mataija
Vesna Grahovac-Pražić

Dvedesetih godina prošloga stoljeća, u vremenu uspostave hrvatske države i konačne slobode u imenovanju vlastitoga jezika, u javnosti se pojavilo veliko zanimanje i briga za jezik, ne donoseći očekivanu pojačanu pismenost i jezičnu kulturu. Zanimanje se kretalo u dva smjera: u razlikovnom (isključivo prema srpskom jeziku) i purističkom, što je često dovodilo do površnosti.

U vremenu globalizacije i skorog ulaska Republike Hrvatske u Europsku Uniju opravdano se javlja skrb za jezik, kao i potreba očuvanja nacionalnog i kulturnog identiteta, kojemu je jezik osnovni nositelj, uvjetovana strahom od prevlasti engleskog jezika. Na tragu brige o budućnosti hrvatskog jezika Stjepan Babić napisao je sarkastičnu knjižicu *Prijedlog za ukidanje hrvatskog jezika*, izgledom po uzoru na Deklaraciju o položaju i nazivu hrvatskoga književnog jezika iz 1967. koja je prethodila Hrvatskom proljeću.

„Takav miješani hrvatsko-engleski mogli bismo nazvati anglokrobotski jezik. Nije lijep, ali je koristan kao prijelazni stupanj kad ga već tako objeručke prihvaćamo.“ (Babić, 2003., 17.)

Autor ističe da nas nakon borbe protiv jezičnog imperijalizma čeka nova borba.

Uvažavajući staru izreku da čovjek vrijedi onoliko koliko jezika zna, poznavanju vlastitog jezika ipak dajemo prednost. Uostalom, istraživanja su dokazala da proučavanje vlastitog jezika usporedno sa stranim potiče kvalitetnije poznavanje obaju jezika, ali i štiti vlastiti jezik od nekontroliranog utjecaja stranog jezika. (Kovačec, 2004.)

Vođene brigom za vlastiti jezik, njegovim poštivanjem na svim uporabnim razinama, nastojimo pridonijeti očuvanju identiteta svoga grada i jezičnoj pravilnosti na njegovim javnim prostorima, upozoriti na posljedice koje je u njemu izazvao prevelik utjecaj engleskog jezika, ali i na nepravilnosti koje se mogu vidjeti u nazivima ulica, trgovina, na prometnim znakovima, natpisima, reklamama, uputama, cjenicima i sl. Upozoravajući na identitet grada nekad i sad, njegovanje zavičajnosti u imenima, uobličanim i danas u dobrim nazivima prodavaonica, hotela, restorana kakve možemo vidjeti u našem gradu, osvješćuje se spoznaja o jeziku kao nositelju nacionalnog i kulturnog identiteta.

U prošlosti Gospića imena prodavaonica, gostionica, klubova i drugih različitih ustanova određivala su se uglavnom po prezimenima njihovih vlasnika ili su im se davala domaća imena. Tako su postojale čitaonice *Lička vila* i *Gospićka sloga*, *Hotel Lika*, *Teniski klub Lički sokol*, *Hrvatski sportski klub Građanski*, a gradska se ljekarna iz 19. st. zvala *K crnom orlu*. Nakon Drugoga svjetskog rata nastavila se tradicija njegovanja zavičajnosti kroz imena kao što su *PPK Velebit*, *TP Visočica*, *Tvornica baterija Nikola Tesla*, *Meting* i dr., iako su i u Gospiću postojala univerzalna socijalistička imena ustanova i poduzeća tipa *Sloga*, *Jedinstvo*, *Bratstvo*, *Pobjeda* i sl. Postoje i danas dobri nazivi, natpisi, upute i ovom se prigodom želimo o njima izraziti pohvalno, iako ih je manje negoli smo očekivali. To su primjerice tvornica piva *Ličanka*, hoteli *Ana*, *Ante* koji su zadržali česta hrvatska imena u Lici. Hotel *Velebno* čuva u imenu izvorni toponim prijevoja na Velebitu, cvjećarnica *Anera* nosi ime tragične heroine Mile Budaka iz Ognjišta i svjedoči o sklonosti augmentativima u Ličana. Imenujući kafić latinskim nazivom *Degenija* također se jednim dijelom u njemu sačuvala zavičajnost podsjećajući nas na svjetsku endemsku biljku s velebitskih prostora, ujedno i zaštitni znak naše županije (u narodu je poznata pod imenom zlatosaj). Kao primjer dobro odabranog imena kafića jest ime kafića *Vaga* koji se nalazi upravo pored zgrade Županijskog suda, mjesta čiji je simbol pravednosti, mjere, opreznosti i ravnoteže upravo vaga. Isto je tako dobro odabrano ime kafića *Kasezi* kojim se imenovalo područje između današnje *Budačke ulice* i *Novčice* u predturskom razdoblju. Edukativno i poticajno mogu djelovati na svoje goste, posebice mladež, koja često i ne zna značenje hrvatskih imena.

Jezik nas određuje, po jeziku smo ono što jesmo. Emotivno se određujemo i prema zemlji i gradu u kojem živimo i nikako ne možemo biti ravnodušni prema njegovu prostoru jer grad je više od zemljopisne odrednice.

Pravopisne nepravilnosti

Filološka šetnja našim gradom vodila nas je tragom natpisa na trgovinama, plakatima, prometnim znakovima, nazivima ulica, cjenicama i sličnim javnim natpisima. Uočena je pogrješna uporaba glasova *č/ć, dž/dđ*, pogrješno pisanje *ije/je*, nedosljednosti u provođenju glasovnih promjena, nepoštivanje pravila o pisanju velikog i malog početnog slova, sastavljenog i rastavljenog pisanja riječi, nepravilnog pisanja kratica kao odraza nedostatka pismenosti pojedinaca. Govorni idiom našeg grada štokavska je ikavica pa je rijetkost sresti govornika koji ne razlikuje glasove *č* i *ć*. Neočekivano se javljaju i takve pogrješke. Tako nailazimo na obavijesti i oglase: *sendvići*, prodaje se *kuća*, *mogućnost* šivanja, *domaće* jabuke. Nepoznavanje norme očituje se i u dijalektnim obavijestima *vraćam se odma*.

Po cjenicama gospićkih kafića¹ mogu se naći ponude različitih pića, ali i ponude različitih pravopisnih rješenja pri njihovu pisanju. Kao primjer navodimo sljedeću ponudu: *kava s šlagom, jack danials, stela, orandina, đus*. Vjerojatno gosti ne lome jezik sintagmom *kava s šlagom* već naručuju *kavu sa šlagom*. Očito je da se i u preostalim primjerima radi o pogrješkama na više razina, onoj koja se tiče pravila o velikom i malom slovu kao i o grafijskim nepravilnostima. „Ako je riječ o zaštićenom imenu iz stranog jezika, piše se izvorno prema pravopisu jezika iz kojega dolazi ime.“ (Babić-Ham-Moguš, 2005., 36.) Prema tom bi pravopisnom pravilu trebalo pisati: *Jack Danials, Stella, Orangina*, a *đus* treba pisati kao *džus*². Po cjenicama nadalje nalazimo *cappuccino, kapučino, kapučino, kapuciner*. Riječ je iz talijanskog ušla u hrvatski jezik u koji se uklopila svojom grafijom, što je pojava kod dijela egzotizama, tako da su je govornici hrvatskog jezika prestali smatrati tuđom. Ljubitelji *kapučina* mogu se sa zahvalnošću prisjećati Talijana Achillesa i Gaggie koji su usavršili *espresso-uređaj*, tako da „šiba“ vruću paru pod pritiskom i stvara crnu kavu s bijelim mlijekom koja je u prvih kavopija izazivala predodžbu boje odjeće kapucina. Tako je prihvaćeno *kapučino*³, a *kapuciner* je stilski obilježen. Jezično se neujednačeno ponaša i *makijato*, vrsta omiljenog nam napitka ili jednostavno *kava s hladnim mlijekom*, a ne *macchiato*.

Pisanje kratice i skraćenice poseban su problem i to ne samo u našoj sredini.

„Složene skraćenice (abrevijature) zovu se riječi koje se tvore na osnovi nekoliko riječi ujedinjavanjem njihovih dijelova.“ (Barić i dr., 1997., 299.)

¹ Deminutivni oblik riječi *kafić* prihvaćen je u hrvatskom jeziku (Hrvatski jezični savjetnik, Rječnik hrvatskoga jezika, pravopisni rječnici). Neki autori (Nives Opačić, Vladimir Anić) smatraju je dijelom razgovornog jezika. Riječ je o neobičnom primjeru da deminutiv preuzima ulogu neutralnoga lika (hrvatski jezik poznaje takve tvorbe, iako su rijetke: *brod – brodica*).

² „Tuđice koje dolaze s engleskog govornog područja prilagođuju se hrvatskomu jeziku i pišemo ih prema engleskom izgovoru, ali valja napomenuti da u njima pišemo *dž*, a ne *đ*...“ (Babić-Ham-Moguš, 2005., 43.)

³ Talijanizmi u hrvatskom jeziku uvijek imaju *č*, nikad *ć*.

Pored zgrade Županijskog suda i Policijske postaje može se vidjeti prometni znak zabrane parkiranja na kojem piše „Osim za vozila MUP-a i SUD-a“. Da je MUP složena skraćunica nastala ujedinjavanjem početnih slova, svima je poznato (Ministarstvo unutarnjih poslova), i njena je sklonidba u genitivu dobra. Skraćunica MUP pripada skupini skraćunica koje se čitaju onako kako se pišu. Međutim, riječ *sud* nije skraćunica, a ponajmanje složena pa se stoga ne smije pisati na navedeni način. Velika tiskana slova također nisu potrebna (ona zbunjuju i čini se da se radi o skraćnici), osim prvog, kad je na prometnom znaku, početku rečenice, naslovu... Imenica *sud* opća je imenica i piše se malim slovom, a velikim se slovom pišu nazivi pojedinačnog suda: Županijski sud, Općinski sud.

Riječ *bus* u nas se često potvrđuje u razgovornom idiomu i kao takva ne bi nas zabrinjavala da nije svoje mjesto našla i na prometnom znaku. Kad kažemo *bus*, mislimo na *autobus*, dakle, *bus* je skraćeni oblik riječi *autobus*, razgovorna inačica *autobusa*, ali nije skraćunica/složena kratica kakav dojam ostavlja na prometnom znaku kojim se zabranjuje promet svim vozilima „osim za vozila BUS-a“. Javlja se jednaka pogrješka stvaranjem oblika skraćnice i sklonidbom po njenom načelu kao kod prometnog znaka kojim se zabranjuje promet svima osim djelatnicima *SUD-a*.

Razumljiva je potreba vlasnika trgovina, ugostiteljskih objekata ili radionica da svoju ponudu što uočljivije istaknu u imenu i natpisu iznad ulaza. Uz pohvalu svima onima koji uvažavaju estetski kriterij u odabiru boja, tipa i veličine slova, ovom se prilikom želimo osvrnuti na činjenicu o neujednačenostima koje se pojavljuju unutar jednog imena, npr.: *SVIJET Obuće, Hrvatska Lutrija, Toni i Sin...* Pravopis dopušta isticanje slova u nazivima „iz estetskih, reklamnih, promidžbenih i drugih razloga...“ (Babić-Finka-Moguš, 1994., 23.). Iznimno se mogu sve riječi napisati velikim ili malim slovom, ali se takav način pisanja ne preporučuje jer nije u skladu s hrvatskim pravilima o pisanju velikih slova. Kako se u hrvatskom jeziku opće imenice ne pišu velikim slovima pa ni u naslovu, ovdje je riječ o anglikanizaciji našeg jezika ili jednostavno o nepismenosti.

„Postupa se kao da se polazi od pretpostavke da je engleski jezik podskup hrvatskog te da hrvatski jezik iz njega posve slobodno i bez ikakve prilagodbe preuzima riječi. I to ne samo onda kad se za takvim preuzimanjem pokaže potreba. Više se i ne vodi računa o tome postoji li ili ne postoji odgovarajuća riječ u hrvatskome jeziku nego se polazi od pretpostavke da je sve što je englesko bolje, otmjenije, preciznije, pametnije.“ (Frančić-Hudeček-Mihaljević, 2005., 215.)

Vizualno-grafijsku neujednačenost i nesigurnost u uporabi velikog i malog slova nalazimo na službenim natpisima sljedećih gospićkih ulica: ULICA Kralja ZVO-NIMIRA, Ulica Bana Josipa Jelačića, ULICA Kneza MISLAVA, ULICA Kneza TRPIMIRA, ULICA Kneza DOMAGOJA. Pravilno bi bilo: Ulica kralja Zvonimira, Ulica bana Josipa Jelačića, Ulica kneza Mislava...

Gramatičko-leksičke nedoumice

U Gospiću su se poslije Domovinskog rata u ugostiteljskim objektima pojavili koštovnici. Danas se javljaju cjenici i cjenovnici, ali *koštovnik* nije nestao. Što je dobro? Glagol *koštati* zabilježen je u hrvatskom jeziku još u 16. stoljeću u značenju ‚imati cijenu‘. Danas se javlja u razgovornom jeziku i nekim frazemima. Vjerojatno je k nama došao preko njemačkog jezika i riječi *kosten*. Kako imamo hrvatsku riječ *cjenik* (istaknuti popis cijena) koju bilježe svi rječnici od 18. stoljeća do današnjih, *koštovnik* nam ne treba. *Cjenovnik* tvorbom ne ulazi u hrvatski književni jezik.

Je li ponuda *naturalnog soka*, u jezičnom stanju u kojem imamo *prirodni sok*, leksički opravdana? *Priroda* je rusizam koji se javio još u 19. stoljeću uz našu imenicu *narav*. Danas se *priroda* ne rabi u značenju *karaktera*; razgraničeno je značenjsko polje između riječi *priroda* i *narav*. Prednost dajemo obliku *prirodan* misleći pri tom na onaj koji je dobiven prirodnim putem.

U našem gradu imamo nekoliko „restorana“ od kojih su većina imenovana upravom navedenim oblikom posuđenice iz franc. jezika – *restoran*. Baveći se problematikom posuđenica u hrvatskom jeziku i stupnjem njihove prilagođenosti, M. Samardžija ističe potrebu prihvaćanja onih oblika posuđenica koje su u višem stupnju prilagođene našem jeziku, dajući u ovom slučaju prednost izrazu *restauracija* pred *restoranom* (Samardžija, 1995.). Ovaj primjer, međutim, izaziva dvojbe jer se može govoriti o višeznačnosti izraza *restauracija* (ponovno uspostavljanje poretka, popravak starinskih predmeta, bolja gostionica, reizbor među činovnicima‘ (Klaić, 1990.), zbog čega ne smatramo problematičnom pojavu izraza *restoran* pri imenovanju boljih gostionica, ali s priklanjanjem prilagođenijem obliku gdje god je to moguće.⁴ U tom bi smislu izraz *restaurant* koji nalazimo na nekoliko mjesta u gradu bio najudaljeniji od posuđenica prilagođenih hrvatskom jeziku. Pravopis, međutim, dopušta da se, u situacijama kad to nalažu kulturno-obavijesni razlozi, „upotrijebi i koja neprilagođena riječ ili izraz...“ (Babić-Finka-Moguš, 1996., 68.), što bi u navedenom primjeru vjerojatno pretpostavljalo mjesto s njegovanjem francuskoga kulturnog identiteta.

Jednako je i s riječi francuskog podrijetla *šarm* koju možemo vidjeti u imenu prodavaonice poklonima *Charm*. Nepotrebno je pisati riječ u iskrivljenom izvornom obliku (izvorno je *charme*), kad se ona u obliku *šarm* već davno prilagodila i udomaćila u našem književnom jeziku. U Klaićevu Rječniku nalazimo objašnjenje njena značenja: ‚draž, dražest, dopadljivost, privlačnost‘ (Klaić, 1990., 1288.) koje, ma kako simpatične bile, nisu tako dražesne kao *charm*. U hrvatski je jezik iz fran-

⁴ I Vladimir Brodnjak navodi u Rječniku razlika između hrvatskog i srpskog jezika izraz *restoran* s lijeve strane objašnjavajući ga i imenicom ženskog roda *restauracija* i imenicom muškog roda *restoran* s desne strane.

cusnog ušla i riječ *rendez-vous* (kako se naziva kafić u susjedstvu *Charma*), ali u obliku *randevu*, a u značenju: ‚sastanak, ‚spoj‘, zborište‘.

Pojmom *drogerija* imenuju se vrlo često, pa tako i u našem gradu, biljne ljekarne. Ovaj pojam označava trgovinu ‚...kozmetičkog pribora... ‚sapuna i drugih proizvoda namijenjenih higijeni i njezi tijela‘ (Hrvatski enciklopedijski rječnik, 3., 2004., 41.), ‚kemikalija koje se prodaju bez liječničkog recepta‘ (Klaić, 1990., 326.). Dakle, imenovanje trgovine pojmom *drogerija*, koji je značenjem bliži riječi *parfimerija* (prodavaonica kozmetičkih sredstava) sužava se njena djelatnost i dijelom isključuje ljekovita dimenzija koju u sebi sadrži biljna ljekarna.

Za prodavaonicu kozmetičkih sredstava primjereniji je naziv *parfimerija* nego *parfumerija* (što se može vidjeti u sklopu imena takvih prodavaonica); kaže se *parfimirati* (Hrvatski jezični savjetnik, 1999., 1036.), a ne *parfumirati* za namirisati, pa kad već biramo između dva oblika ove strane riječi, bolje je odabrati oblik prilagođeniji hrvatskom jeziku.

Radionica koja nudi brzu uslugu popravljanja cipela i izrade ključeva naziva se *Postolarska radnja express Toni*, pri čemu neprirodan slijed riječi bez uvažavanja sintakse hrvatskog jezika izaziva i humorističan učinak igre riječima: radi li se o brzom usluzi ili brzom Toniju koji vrši navedene usluge, ostaje upitno, ali je vjerojatno postojala potreba da se imenuje postolarska radnja koja vrši brze usluge popravljanja cipela i izrade ključeva, ma tko ih radio.

Petkom je u Gospiću već cijelo stoljeće sajmeni dan i svi odlazimo *na placu*. Tu se nalazi kafić *Plazza*, preciznije *caffè bar Plazza*. Klaić (1990., 1051.), između ostalih, uz riječ *plac* navodi značenja: ‚trg, tržište; sajmište‘. Kako u blizini kafića nema trga, tako je vjerojatno da i ime upućuje na naše sajmište, našu *placu*, naš *petak*. Taj prijenos iz talijanskog jezika nije slikovit i sadržajan kao lička riječ *placa*. Kako smo mogli u jednom lokalizmu sačuvati tradiciju gospićkog petka, zavičajnost i ostati vjerni hrvatskom jeziku!

U našem se jeziku riječ *commerc/commercialan* ponaša kao tuđica, dok je oblik *komercijalan* prihvaćen. Stoga upada u oči naziv trgovine *Voće commerc* za koju bi bilo primjerenije da se naziva *Trgovina voćem*, ako trguje samo voćem, ili što je još bliže njenu poslovanju *Trgovina mješovitom robom*. Isto se odnosi i na prodavaonice *Ivić commerce*, *Diokom-komerc*, *Osik commerce*, *Bužim commerce* i dr.⁵

Iako bismo očekivali da nazivi trgovina, koji prema *Zakonu o trgovačkim društvima* moraju biti hrvatski, odgovaraju svojim značenjem onomu što se u njima nudi. ‚*Murano*‘ - *poklon trgovina*, svojim se izrazom, a ni sintaktičko-semantičkim sadržajima ne uklapa u hrvatski jezik.

⁵ U tom primjeru nije samo riječ o gramatiko-leksičkom problemu nego i o sintaktičkom.

„Među navodnicima ne treba pisati nazive knjiga, novina, proizvoda, tvrtki, ustanova/.../jer je veliko početno slovo uvijek znakom da je riječ o vlastitom imenu.“ (Babić-Ham-Moguš, 2005., 62.)

Ako i zanemarimo činjenicu postojanja navodnika na mjestu gdje su nepotrebni (većina trgovina ima ih u svom imenu), postavlja se pitanje o opravdanosti imena *Murano* trgovini u kojoj se ne prodaje poznato venecijansko staklo, a koja nije ni *poklon trgovina* (ona se ne nudi kao poklon nikomu, trgovina nije poklonjena niti je na prodaju), već je riječ o trgovini različitim sitnim poklonima; u njoj se samo prodaju predmeti koji se mogu pokloniti – *pokloni*. U sintagmi *poklon trgovina* nije dobra atributna veza s imenicom *poklon*, doima se kao nepotrebna polusloženica (nepravilno napisana jer nedostaje spojnica /-/) u kojoj se uočava i utjecaj engleskog jezika s posve uobičajenim spojem dviju imenica, dok je u hrvatskom prirodniji spoj imenice i pridjeva ili imenica u sklonidbenom odnosu. Jednak se utjecaj uočava i u nazivu *Velebit nekretnine* koje bi jednostavno u duhu hrvatskog jezika mogao zvučati kao *Velebitske nekretnine* ili kao polusloženica *Velebit-nekretnine*⁶. Na sličan primjer nailazimo u nazivu *Hill nekretnine*, još jedne brdovito-planinske agencije nekretninama, s očitim leksičko-sintaktičkim utjecajem engleskog jezika.

Sastavljene spojnicom treba pisati imenice kod kojih se „prva riječ u stalnoj imeničkoj svezi ne sklanja“ (Babić-Ham-Moguš, 2005., 45.). Prema ovom bi pravopisnom pravilu trebalo pisati *Spomen-dom dr. Ante Starčevića*, a ne *Spomen dom dr. Ante Starčevića* na što nailazimo na prometnim znakovima putem do Žitnika, rodnog mjesta Oca Domovine.

Neobjašnjiva je činjenica o pojavi natpisa u kojima se ne provodi sklonidba koja je bit hrvatskoga jezika. Tako se rečenične sintagme poput:

„...prijava parova recepcija hotela.../ Svaki četvrtak u caffe bar „Marko“/ Prodaja računala na 36 rate... /prometni znak zabrane parkiranja, osim za djelatnike Muzej Like i „Pučko otvoreno učilište“

doimaju kao da ih je pisao stranac.

U našem gradu susrećemo naziv *zlatar* iznad vrata trgovine u kojoj se prodaje zlatni nakit. Taj je natpis dobar ako je riječ o zanimanju čovjeka koji se bavi proizvodnjom zlatnog nakita. Za prodavaonice zlatnog nakita najbolje odgovara naziv *zlatarnica* jer u njoj može kao prodavač raditi i zlatar, ali i trgovac zlatom što najčešće i jesu vlasnici zlatarnica. Naše su prodavaonice cvijeća uglavnom *cvjećarne*, a prodavaonice voća *voćarne*, ali po pravilima tvorbe riječi u hrvatskom jeziku

⁶ Svojevremeno je Stjepan Babić u Jeziku oštro napao sintagmu *Zagreb film festival* nazivajući je „sramotom hrvatske kulture, početkom sumraka hrvatskog jezika, zlogukim glasovima globalizacije“, ali istovremeno hvaleći sve novinare koji su, vođeni prirodnim sluhom za hrvatski jezik, taj naslov preimenovali u *Zagrebački filmski festival*.

pravilnije je za njih reći *cvječarnica*, *voćarnica*.⁷ Isto tako je ispravno *slastičarnica*, a ne *slastičarna*, a nikako *slastičarna*. *Prodavaona*, *kemijska čistiona*, *radiona*, *gostiona*, *praona* mjesne su imenice koje se tvore sufiksom *-onica*, zbog čega trebaju glasiti: *prodavaonica*, *čistionica*, *radionica*, *gostionica*, *praonica*. Sufiks *-ona* pripada razgovornoj razini jezika.

Anglizmi⁸

Danas većina europskih jezika bilježi utjecaj engleskog kao globalnog jezika, jezika međunarodne komunikacije koji se nameće i kao jezik znanosti. Kao svjedoci potiskivanja hrvatskog jezika, najprije na leksičkoj razini, a sada i na sintaktičkoj, uočavamo i u našem gradu neprimjereno i neselektivno preuzimanje iz engleskog jezika.

Prvi je korak ka gubitku jezičnog identiteta pomodarsko davanje stranih imena trgovinama. Zašto prodavaonicu pod nazivom *China boqutik* jednostavno ne imenujemo *Kineskom trgovinom*, a već prihvaćeno ime zemlje *Kina* (Hrvatski jezični savjetnik, 1999., 702.; Hrvatski školski pravopis, 2005., 108.) ne pišemo na taj način, a ne engleskom transkripcijom, bez obzira tko bio vlasnik obrta ili otkuda dolazio?

Imena tvrtki, kafića, trgovina, javni oglasi i reklame prepuni su anglizama. Na trgovini s dječjom opremom nalazimo natpis *baby oprema*, studentske se zabave preimenuju u *student party*, kafići se nazivaju *Club Ghetto*... umjesto jednostavno *Klub geto*, ako ne nekako drukčije, zatim *Caffe club Memory*, *Caffe bar Hary*, *Caffe bar In*, *Tiffany bar*, *Caffe bar Best*, pri čemu prevladavaju polusloženice. Svjedoci smo neprimjerenog prijenosa slovopisa i riječi iz stranog jezika u situaciji kad već imamo općeprihvaćenu riječ kafe bar ili kafić⁹. Naziv kafića *Eurocaffe* mogao bi se imenovati *Europski kafić* ili *Kafić Europa* (možda kao sjećanje na stari i poznati gospički *Hotel Europa*). Ovako, mogli bismo pomisliti da je to kafić koji kao platežno sredstvo priznaje samo euro. Tako se primjerice naziv lanca lutrijinah poslovnica s igrama na sreću naziva *Automat club*. Riječ *club* engleskog je podrijetla, ali se u hrvatskom jeziku udomaćila u obliku *klub*. Ako već nemamo primjerenu zamjenu za automat, ako ni za klub nemamo jednu riječ, a tako želimo biti ekonomični, onda je barem upotrebljavajmo u prihvaćenu obliku. Isto bi tako primjerenije bilo pružanje

⁷ Riječ je o imenicama koje su motivirane imenicom na *-ar/cvječar*, *voćar* sa značenjem vršitelja radnje: *cvječar/cvječarnica*; *voćar/voćarnica*.

⁸ U radu se odlučujemo za izraz *anglizam*, ne *anglicizam* jer u hrvatskom jeziku postoji više izvedenica s nastavkom *-izam* nego *-izam*; dakle, *anglizam* je tvorbeno prihvatljiviji oblik od *anglicizma*. (Vidi: Govorimo hrvatski, Jezični savjeti, 1997., 236.)

⁹ Nives Opačić o pitanju imenovanja mjesta u kojima se ispija kava, alkohol, gdje se puši, jede, razgovara, piše s razlikovnog stajališta smatrajući da svim lokalima ne pristaje naziv kojima se kite s obzirom na ponudu. (Vidi: Opačić, 2005.)

usluga popravaka mobitela nazvati popravljanje, popravak mobitela, čak servisiranje ili servis mobitela nego *Mobitel servis*, kakav naziv nalazimo u našem gradu. Imenovani su po uzoru na sintaksu stranog jezika – imenica/imenica, a hrvatska sintaksa omogućuje pridjev/imenica.

Nije neobično je da se u gradovima poput Zagreba ili Zadra u kojima postoje donji i gornji dijelovi grada kafiću daje ime *Donji grad*, *Gornj grad*, a danas još uobičajenije *Down town*, ali je još čudnije što u našem gradu, koji ima svoju staru jezgru i novi dio, ne gornji i donji grad, daje isto takvo ime i to u srcu *Ulice Vile Velebita* čije hrvatsko ime ne zvuči dobro kao *Down town*.

U glavnoj *Kaniškoj ulici* nalazi se *Henox shop*, nasuprot je smješten *Singapore shop*, u blizini je i *Elektro shop*, *Tobacco shop*¹⁰, frizerski salon *New Style*, trgovina *Trend*. Tako u imenima prodavaonica, trgovina, kafića i frizerskih salona u ovom hrvatskom gradu nema nijedne hrvatske riječi.

Prevlast engleskog jezika ne očituje se samo u neselektivnom odabiru engleskog leksika, već i u nespretno složenim sintagmama u oglasima, plakatima i različitim vrstama obavijesti, na kojima se studenti pozivaju na *partyje* na kojima im se u „*Speedu*“ nudi živa muzika, „*SIMPLE MEN*“ *LIVE*, *votka party*, u *fastfoodu*¹¹ brza hrana, ali i stil ubrzanoga životnog ritma, zabava i glazba uživo potiskujući brigu za jezik u drugi plan.

Uvažavajući savjete naših jezikoslovaca koji u jezičnim savjetnicima predlažu hrvatske zamjene za anglizme, slažemo se s činjenicom da se anglizmi ne mogu odbaciti mehanički i nesustavno, već na osnovi znanstvenih načela (Štimac, 2003.); bolja je ona riječ koja je svrhovitija. Engleske ili bilo koje druge posuđenice morali bismo upotrebljavati tamo gdje ne narušavaju sustav hrvatskog jezika. Neselektivna uporaba anglizama često govori sama za sebe o jezičnoj kulturi korisnika.

¹⁰ Komentirajući vrlo brzu i jednostavnu promjenu natpisa *Duhan* u *Tobacco*, uz ostale preinake ne samo imena već i stila života u vremenu globalne metamoderne, Dubravka Oraić-Tolić postavlja pitanje o identitetu i o tome kako se postaviti prema sebi. „Izvorna moralna situacija, izbor vlastitih postupaka, nikada nije bila prepuštena pojedincu, narodu ili kulturi na tako neumoljiv način kao u globalno virtualno doba.“ (Oraić-Tolić, 2005., 122.). Pitanje jezika pitanje je, dakle, identiteta, osobnog, nacionalnog i kulturnog.

¹¹ *Fast-food* je jedan u nizu engleskih izraza koji traži hrvatsku zamjenu, barem bliskoznačnicu; u tom smislu navodimo zanimljiv, iako ne najsretniji izraz *brzogriz* kojim se u jednoj gospićkoj trgovini brzom hranom nastoji zamijeniti izraz *fast-food*. Ovdje je zapravo riječ o samo jednom dijelu posuđenica iz engleskog jezika, kojih inače ima u izobilju u različitim, posebice u računalnim i znanstvenim djelatnostima, kod nas i u cijeloj Hrvatskoj, a koje prolaze razdoblje osvajanja svog mjesta u mikrosustavu našeg jezika. Te su posuđenice još uvijek kod nas jezična novina, one se mogu sasvim udomačiti i potisnuti hrvatske izraze (ako postoje za određene pojave), a mogu izazvati i odbojnost kod pojedinaca koji onda potiču jezični purizam.

Uočene nepravilnosti u našem gradu, prisutne vjerojatno i u većini ostalih hrvatskih gradova, govore nam o nemaru za vlastiti književni jezik i nepoznavanju uloge jezika u očuvanju nacionalnog i kulturnog identiteta. S jedne strane svi su ispunjeni ljubavlju prema jeziku i domovini, a s druge strane svjedoci smo ugledanja u tuđe jezike i porazne nepismenosti.

Prikaz odabranih primjera otkrio je s jedne strane neizgrađenost svijesti o potrebi poznavanja i njegovanja vlastitog jezika, a s druge strane prevlast engleskog, ali i drugih jezika kao izvora. U vremenu globalizacije i skorog ulaska naše države u Europsku Uniju čije su istaknute vrijednosti kulturološke razlike po kojima moramo biti prepoznatljivi uključuje i očuvanje zavičajnog identiteta i kulturne baštine u jeziku i kroz jezik pa i kroz jezik javne uporabe. Poznavanje engleskog jezika nužno je, ali je briga za hrvatski jezik kao sustav i kao standard prioritet, ne samo onih kojima je jezik struka, već svih nas koji činimo grad.

„Globalizacija je proces na koji jedva možemo izravno utjecati. Kao i drugi moramo ga prihvatiti, ali o nama ovisi hoćemo li se znati za nj dovoljno pripremiti i iz njega izvući blagodati i hoćemo li biti dovoljno umješni da izbjegnemo sve njegove zamke i štetne posljedice.“ (Kovačec, 2004., 66.)

Upravo sa željom da od globalizacije izvučemo samo ono najbolje, pripremanje za nju podrazumijeva solidno znanje svoga književnoga jezika, ali i potrebe za njegovanjem zavičajnosti kao vrijednosti po kojoj možemo biti prepoznatljivi i privlačni mnogima, ponosni na poznavanje svoje tradicije. Briga za jezik put je očuvanja nacionalnog identiteta, a samo tako možemo ostvariti globalni identitet i uključiti se u budućnost, u društvo znanja.

Literatura

- Anić, V. (1991.), Rječnik hrvatskoga jezika, Novi Liber, Zagreb
- Babić, S., Finka, B., Moguš, M. (1996.), Hrvatski pravopis, IV. izdanje, Školska knjiga, Zagreb
- Babić, S. (2003.), Prijedlog za ukidanje hrvatskoga jezika, Matica hrvatska, Slavonski Brod
- Babić, S., Ham, S., Moguš, M. (2005.), Hrvatski školski pravopis, Školska knjiga, Zagreb
- Barić, E. i dr. (1999.), Hrvatski jezični savjetnik, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Pergamena, ŠN, Zagreb
- Brodnjak, V. (1992.), Razlikovni rječnik srpskog i hrvatskog jezika, Školske novine, Zagreb
- Frančić, A., Hudeček, L., Mihaljević, M. (2005.), Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb
- Govorimo hrvatski, (1997.), Uredio M. Dulčić, Hrvatski radio. Naprijed, Zagreb
- Hrvatski enciklopedijski rječnik, 1-12, (2004.), Novi Liber i Jutarnji list, Zagreb

- Klaić, B. (1990.), Rječnik stranih riječi, NZMH, Zagreb
Kovačec, A. (2004.), Izazovi globalizacije i hrvatski jezični standard, Jezik, god. 51., br. 2., str. 60.–67., HFD, Zagreb
Opačić, N. (2005.), Iza riječi, Vijenac, Matica hrvatska, Zagreb
Oraić-Tolić, D. (2005.), Muška moderna i ženska postmoderna, Naklada Ljevak, Zagreb
Samardžija, M. (1995.), Leksikologija hrvatskoga jezika, Školska knjiga, Zagreb
Štimac, V. (2003.), Anglizmi u jezičnim savjetnicima posljednjega desetljeća 20. st., Jezik, god. 50., br. 3., str. 93.–102., HFD, Zagreb

Summary

Sanja Vrcić-Mataija, Vesna Grahovac-Pražić, Visoka učiteljska škola u Gospiću
UDK 811.163.42, stručni rad
primljen 12. srpnja 2006., prihvaćen za tisak 4. studenoga 2006.

About Language Concern of Public Places

This paper gives us insight in the language irregularities in the public places in Gospić. By exploring of the names of streets, parts of town, traffic signs, public posters, advertisements and supermarkets, the language irregularities are visible on all language levels, so the solutions in accordance to orthography, grammar and lexical norms are suggested. The influence of the English language is seen on the lexical as well as on the syntactical level. The concern for Croatian standard language should be pointed out in this context.