



UDC 811.112.2'373.45:338.48:640.4]:811.111

Subject review

Received: 21.03.2005

## INTEGRACIJA I ADAPTACIJA ANGLIZAMA U NJEMAČKIM STRUČNIM TEKSTOVIMA IZ PODRUČJA HOTELIJERSTVA I TURIZMA

**Brigita Bosnar-Valković**  
University of Rijeka, Croatia<sup>1</sup>

**Sažetak:** U radu se raspravlja o problematici integracije i adaptacije anglizama u njemački jezik. Analiza je provedena na uzorku stručnih časopisa s područja hotelijerstva i turizma. Anglizmi se učestalo pojavljuju, a njihove pojave su klasificirane i analizirane na morfološkoj razini, razini tvorbe riječi te sintaktičkoj razini. Zabrinjava odstupanje od njemačke norme u dubinskom kodu, što dovodi do deregulacije u jeziku i svrstava ga u ugrožene idiome. Stoga je naglašena je potreba međusobne suradnje stručnjaka s područja struke i jezikoslovaca da bi se izbjeglo nekritičko i nepotrebno lingvističko posuđivanje koje može imati dalekosežne posljedice po jezik.

*Cljučne riječi:* integracija, adaptacija, anglicizam, deregulacija u jeziku.

**Abstract:** INTEGRATION AND ADAPTATION OF ANGLICISMS IN GERMAN TEXTS IN THE FIELD OF HOTEL AND TOURISM INDUSTRY. The paper discusses the integration and adaptation of loan words from the English language into German. The analysis was performed on a sample of loan words from the English language taken from German journals from the fields of tourism and hotel industry. English loan words appear frequently, and their occurrences were classified and analyzed at the levels of morphology and syntax. A matter of concern is the deviation from the German standard in the deep linguistic code resulting with deregulation and classification of German as an endangered idiom, so that the need for cooperation between field and language specialists is stressed in order to avoid unnecessary and uncritical linguistic borrowing with far-reaching effects.

*Key words:* integration, adaptation, anglicism, language deregulation.

**Zusammenfassung:** INTEGRATION UND ADAPTATION DER ANGLIZISMEN IN DEUTSCHEN FACHTEXTEN IM BEREICH DER HOTELLERIE UND TOURISMUS. In dem Beitrag wird die Problematik der Integration und Adaptation der englischen Lehnwörter im Deutschen erörtert. Die Analyse wurde auf dem Korpus deutscher Fachzeitschriften im Bereich der Hotellerie und Tourismus durchgeführt. Englische Lehnwörter treten sehr häufig auf, und sie wurden auf morphologischer und syntaktischer Ebene analysiert. Was uns aus sprachwissenschaftlicher Hinsicht besorgen sollte, ist die Abweichung vom deutschen Standard im Tiefencode, die eigentlich zur Deregulation, Hybridisierung und sogar Pidginisierung der deutschen Sprache führt. Empfehlenswert wäre eine enge Zusammenarbeit zwischen Fach- und Sprachexperten, wodurch unnötige und unkritische Entlehnungsprozesse, als auch die Zuordnung der deutschen Sprache zu gefährdeten Idiomen verhindert werden könnten.

*Schlüsselwörter:* Integration, Adaptation, Anglizismus, Deregulation in der Sprache.

<sup>1</sup> Brigita Bosnar-Valković, M.Sc., Senior Lecturer, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, Croatia.

## UVOD

Tempo današnjeg znanstvenog i tehničkog razvitka je nesaglediv. Otprilike svakih pet godina ljudsko se znanje udvostručuje, ali ne samo znanje nego i tehnologija i proizvodi zastarijevaju velikom brzinom. Sveukupni razvoj vodi do sveopće globalizacije: globalizacije znanja, proizvodnje, tehnologije i do polagane, ali usudujemo se reći, i sigurne globalizacije jezika. Potvrđuje se izjava da je engleski jezik nad kojim nikad ne zalazi sunce i čiji govornici nikad ne spavaju. Posljedica ovakvog širenja engleskog jezika jest i njegov utjecaj na druge jezike.

Znanstveno i stručno nazivlje koje se tako proširuje često je predmetom zanimanja lingvistike jezičnih dodira. To se zanimanje očituje u istraživanju uloge stranih leksičkih elemenata i njihovu odnosu prema domaćem vokabularu, te prilagodbe i integracije stranih jezičnih elemenata u neki jezik. Dakle, poznavanje puta što ga neka strana stručna riječ prolazi od modela, preko kompromisne replike do morfonološki prilagođene posuđenice, odnosno do njene postupne zamjene domaćim leksičkim i gramatičkim elementima, ili pak postupnog nestajanja u ciljnom jeziku, pomaže i samoj nastavi stranog jezika struke. Stručno nazivlje je, osim toga, važan dio leksičkog fonda jezika, dio koji se treba odlikovati točnošću i jednoznačnošću. Poznata je činjenica da je jezik struke podložniji engleskim utjecajima od općeg jezika i da on izrazito teži za jezičnom ekonomijom. Engleski jezik, naročito u posljednjih par godina "osvaja" njemački diskurs hotelijerstva i turizma, pa tako riječi iz engleskog ulaze u svakodnevnu upotrebu kao tuđice – anglicizmi u jezike primaocae. Za razliku od posuđenica, tuđice dobivaju samo djelomičnu supstituciju domaćim elementima. Naše istraživanje je proizašlo iz potrebe da se proanalizira problem integracije i adaptacije anglicizama u hrvatskom i njemačkom stručnom tekstu prikupljenih na temelju slučajnog uzorka hrvatskih i njemačkih stručnih časopisa iz područja hotelijerstva i turizma čiji popis navodimo u prilogu. U izvjesnoj mjeri smo također željeli definirati odnos prema tuđicama, jer tuđice su vrlo često predmet rasprava ne samo jezikoslovaca, već i svih ostalih govornika nekog jezika. Pritom se uvijek ponovno nameće pitanje treba li tuđice prognati i zamijeniti istovrijednicama ili ih treba tolerirati i do neke mjere prihvatiti, barem dok se u dotičnom jeziku ne pronađe ili ne osmisli nova riječ koja bi tuđicu vjerodostojno zamijenila.

Tuđice se koriste iz različitih razloga, od ekspresivnosti izričaja ili mistifikacije predmeta o kojem se govori pa do brzoprolazne mode i pukog prestiža. Što se tiče, konkretno anglicizama, najčešći motivi za njihovu upotrebu su slijedeći: bolje zvuče (nego njemački ili hrvatski), proizvod prezentiraju na interesantniji i privlačniji način, engleski izrazi su suvremeni i jezgroviti, stručniji i prikladniji od njemačkih, te daju proizvodu internacionalni karakter. Koji, dakle, stav treba zauzeti prema tuđicama? Tuđice su neizbježne u civilizaciji koja je sve umreženija, gdje informacije kolaju nevjerovatnom brzinom. Problem je, naročito u njemačkom, što većina anglicizama traje ne tek toliko koliko je potrebno da se iznađe njihov ekvivalent, već se oni masovno upotrebljavaju uz postojeće adekvatne njemačke ekvivalente. Dobiva se dojam da se ponekad u njemačkom jeziku hotelijerstva i turizma poseže za anglicizmima zbog nedovoljnog poznavanja vlastitog jezika i zbog pomodarstva, prestiža, ekspresivnosti izražaja ili mistifikacije predmeta o kojem se govori. U tom slučaju služenje tuđicama može dovesti do gubitka kulturnog identiteta i do osiromašenja vlastitog jezika, a ne do njegovog obogaćenja.

## TUĐICA ILI POSUĐENICA; ANGLIZAM ILI ANGLICIZAM

Ponekad je vrlo teško povući granicu između tuđice i posuđenice. Carstensen ([2]) navodi da tu postoji više mogućnosti i da granica nije svaki put potpuno jasna, ali ističe



formalne kriterije: riječi kod kojih su ortografija i izgovor ostali neizmijenjeni imaju status tuđice, a riječi koje su se prilagodile njemačkom jeziku status posuđenice<sup>2</sup>.

Naziv anglizam se u ovom radu koristi kao oznaka za leksičke jedinice (jednostavne riječi, složenice i elemente kombiniranih složenica) preuzete iz engleskog jezika bez obzira na varijantu. Nećemo povlačiti razliku između briticizama i amerikanizama, jer smatramo da u ovoj analizi nema potrebe za razgraničenjem te dvije kategorije. Međutim, moramo biti svjesni činjenice, a istraživanja to i potvrđuju, da je u većini europskih jezika uslijed niza društveno-političkih faktora, uzmimo samo današnju globalizaciju, nakon 1945. godine evidentna prisutnost amerikanizama.

Anglizam je svaka riječ preuzeta iz engleskog jezika koja označava neki predmet, ideju ili pojam kao sastavne dijelove engleske civilizacije; ona ne mora biti engleskoga podrijetla, ali mora biti prilagođena sustavu engleskoga jezika i integrirana u engleski jezik<sup>3</sup>. U lingvističkoj literaturi su još uvijek prisutne nedoumice oko uporabe naziva anglizam i anglicizam. I jedan i drugi naziv imaju određene prednosti i nedostatke. Prednost naziva *anglicizam* je što odgovara nazivima u ostalim svjetskim jezicima (engleskom, francuskom, njemačkom, talijanskom). Međutim, prihvatanjem naziva *anglizam* dobivamo središnji terminološki sustav koji u hrvatskom slijedi nazive *anglist* i *anglistika*, a ne *anglicistika*. Rabeći naziv *anglicizam* ne rabimo ostale članove njegove tvorbene porodice, osim glagola *anglicizirati*. Možemo zaključiti da je *anglizam* ([14]) u skladu s većinom ostalih naziva koji označuju jezičnu jedinicu preuzetu iz jednog jezika u drugi (*germanizam*, *talijanizam*, *latinizam* itd.)<sup>4</sup>.

## JEZIK I JEZIČNO POSUĐIVANJE

Uporaba tuđica u njemačkom jeziku tema je mnogih radova i istraživanja. U određenim vremenskim razdobljima njemački je pokazivao određene sklonosti ka preuzimanju leksičkih jedinica iz pojedinih jezika u neka područja društvenog života, npr. od 16. stoljeća nadalje većina europskih jezika, pa tako i njemački, preuzima u jezični segment koji pokriva vojsku i ratovanje francuske izraze (Attache, Kapitän, Pistole). Hahn ([12]) ističe kako je u srednjem vijeku poznavanje latinskog jezika i terminologije svjedočilo o poznavanju struke, ono je bilo izvjesna potvrda kvalitete. Razlozi preuzimanja su bili, dakle, komunikativne, pragmatične i najšire društvene naravi.

U njemački jezik, iza 1945. godine ulazi velik broj anglizama. Za njih je karakterističan niži stupanj ortografske i fonetske prilagođenosti njemačkom jeziku uslijed više razine obrazovanja i najčešćeg statusa engleskog kao prvog stranog jezika, tako da spomenuti anglizmi ostaju u njemačkom najčešće u izvornom obliku, ili se neznatno adaptiraju([16])<sup>5</sup>.

## ADAPTACIJA ANGLIZAMA

Pojave anglizama analizirane su na morfološkoj razini, razini tvorbe riječi, te sintaktičkoj razini kako bismo ukazali na načine preuzimanja i prihvatanja anglizama na spomenutim razinama. Broj pojava anglizama nismo pratili.

<sup>2</sup> Carstensen, B.: "Der Einfluss des Englischen auf den deutschen Wortschatz nach 1945", str. 88

<sup>3</sup> Usp. Filipović: "Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku" 1990, str. 17

<sup>4</sup> Diskusiju o tom problemu vidi više u Mihaljević: "Anglizam ili anglicizam" 1994, str. 114-116

<sup>5</sup> Polenz: "Geschichte der deutschen Sprache", str. 142

U analiziranim tekstovima smo našli prilično veliki broj angлизama. Riječ je, naime, o časopisima koji vrlo često donose tekstove o novostima iz područja hotelijerstva i turizma. Budući da je veći broj tekstova originalno pisan na engleskom, često se zadržavaju engleske riječi. Vrlo često se zadržava izvorni način pisanja riječi, što znači da nije došlo do transfonemizacije, zamjene elemenata engleskog s elementima jezika primatelja na fonološkoj razini. Anglizmi uzeti iz njemačkih tekstova se analiziraju samo na morfološkoj razini, jer u našem korpusu nismo naišli na primjere za razinu tvorbe riječi kao niti za ortografsku prilagodbu.

Naše istraživanje je potvrdilo polazište ([6],[13])<sup>6</sup> da su vrste riječi koje se najčešće posuđuju imenice, glagoli i pridjevi. Naravno, imenice su najčešće jer je uglavnom posrijedi preuzimanje stručnog nazivlja, pa je razumljivo da su ostale vrste riječi rjeđe zastupljene.

Tablica 1. Adaptacija imenica na morfološkoj razini

Oznaka	Vrste riječi	Primjeri
2.1.	Imenice	
2.1.1.	Neadaptirane imenice	<b>Lifestyle</b> in Harmonie mit der Natur ... Christian Winfuhr, neuer <b>Chief Executive Officer</b> ... Süße <b>Snacks</b> aus den USA bieten dem Gast ...
2.1.2.	Adaptirane imenice	
2.1.2.1.	Morfološka adaptacija	
2.1.2.1.1.	Rod	Das bietet das <b>Golf-Resort</b> in Campo de Mar. <b>Die US-Company</b> demantiert den Bericht der Tageszeitung. Während des Aufenthaltes können die Gäste die <b>Tower-Lounge</b> benutzen.
2.1.2.1.2.	Broj	<b>Die Newcomer</b> Cello und Bayard's legen Nachdruck auf ihre Weine. Dadurch wollen wir uns auch anderen <b>Business-Travellern</b> anpassen.
2.1.2.1.3.	Padež	Wir wollen uns mit unseren Produkten dem <b>Business-Traveller</b> anpassen. Auf <b>unserer Homepage</b> werden ..... angezeigt. <b>Im Package</b> war ausschliesslich vegetarisches Essen.

## IMENIČKI ANGLIZMI U NJEMAČKIM STRUČNIM TEKSTOVIMA

Kao primjer neadaptirane imenice na morfološkoj razini navodimo u njemačkom korpusu *lifestyle* u: *Lifestyle* in Harmonie mit der Natur. Preuzeta engleska imenica je mogla bezbolno biti zamijenjena njemačkim ekvivalentom *Lebensstil*; dok se za primjer *snacks* u datom rečeničnom kontekstu: Süße *Snacks* aus den USA bieten dem Gast ... teže nalazi njemačka istoznačnica. Za primjer *Chief Executive Officer (CEO)* postoji njemačka istoznačnica *Generaldirektor* koja je čak i kraća od preuzetog anglicizma, ali u usporedbi s njim zvuči zastarjelo tromo.

Primjeri za morfološku kategoriju roda su interesantni stoga što se imenicama preuzetim iz engleskog, gdje ne postoji pripadnost imenica u odnosu na rod, dodjeljuje rodna pripadnost. Sam mehanizam dodjele roda zavisi o nastavku - sufiks i značenju imenice. Tako Carstensen([4])<sup>7</sup> navodi da su imenice sa sufiksom *-ing* srednjeg roda, imenice na *-er* i *-or* muškog roda, a na *-ion* ženskog roda. Isto tako važnu ulogu pri određivanju roda ima prijevod imenice u jeziku primaocu. Imenica *Know-how* je npr. srednjeg roda – *das Know-how* jer se oslanja na njemački prijevod *das Wissen* ili *das*

<sup>6</sup> Vidi Filipović, 1986, Mihaljević 1993

<sup>7</sup> Carstensen, B: "Das Genus englischer Fremd- und Lehnwörter im Deutschen", S. 38



*Gewusst-wie*. Naši primjeri većim dijelom potvrđuju ovo polazište. Složena imenica *die US-Company* je ženskog roda stoga što je poprimila rod od njemačke istoznačnice za *company* koja glasi *die Gesellschaft*. Složenica *die Tower-Lounge* je ženskog roda, jer osnovna riječ *lounge* završava na *-e* i jer se, prilikom integracije, imenicama koje završavaju na *-e* (bez obzira na izgovor toga *-e*) po analogiji s njemačkim imenicama dodjeljuje ženski rod. Složenica *das Golf-Resort* je srednjeg roda zbog sufiksa *-ort* u osnovnoj riječi. Većina tuđica preuzetih iz engleskog koje završavaju na *-ort* su, naime, srednjeg roda.

Morfološke kategorije broja i padeža, uzimajući u obzir naše primjere, ne pokazuju odstupanja od pravila jezika primaoca, iako se može naići i na slučajeve kada engleski preko preuzetog anglicizma vrši utjecaj na deklinaciju u njemačkom: u sintagmi *während des Blowdown* nedostaje deklinacijski nastavak *-s* u genitivu jednine. Padežna pripadnost fonološki neadaptiranih imenica slijedi deklinacijska pravila jezika primaoca: (...) *dem Business Traveller*, (...) *im Package*, (...) *auf unserer Homepage*. Ako se anglicizmi pojavljuju u množini, najčešći je slučaj tvorba plurala s nastavkom *-s*: kao u *Special Events*, dok imenica *Newcomer* s nastavkom *-er* pripada u iznimke, jer slijedi njemačku paradigmu za tvorbu plurala. Imenice na *-er* u njemačkom u množini ne dobivaju nastavak, osim u dativu množine, što dokazuje naš primjer (...) *anderen Business-Travellern*.

Pisanje engleskih imenica velikim slovom ne smatra se krajnjim rezultatom integracijskog procesa, već normalnim slučajem ([18])<sup>8</sup>.

**Tablica 2.** Adaptacija pridjeva na morfološkoj razini

4.1.	Pridjevi	
4.1.1.	Neadaptirani pridjevi	Ein <b>Beauty</b> Salon mit den allerfeinsten Behandlungen, ... Rund zwei Drittel sind <b>Country Line</b> Häuser. Die <b>Online</b> Suche ist schnell und aktuell.
4.1.2.	Adaptirani pridjevi	/

## PRIDJEVSKI ANGLIZMI U NJEMAČKIM STRUČNIM TEKSTOVIMA

Primjeri neadaptiranih pridjeva iz njemačkih stručnih tekstova *Beauty* i *višečlani* izraz *Country Line* izravno su preuzeti iz engleskog i kao u gore analiziranom jeziku primaocu ne mogu im se odrediti ni rod ni broj. Riječ je i ovdje o imenicama u pridjevskoj funkciji koje se ne mogu komparirati.

Ovi primjeri nulte transmorfemizacije i transfonemizacije doživjeli su adaptaciju samo na ortografskom nivou. Naime, budući da je riječ o imenicama u pridjevskoj funkciji, one se pišu velikim slovom slijedeći pravila jezika primaoca. U njemačkom korpusu nismo naišli na adaptirane pridjeve, pa tako niti na primjere morfološke adaptacije, te možemo zaključiti da pridjevski anglicizmi u njemačkom ne podliježu morfološkoj adaptaciji.

**Tablica 3.** Adaptacija glagola na morfološkoj razini i razini tvorbene adaptacije

6.1..	Glagoli	
6.1.1.	Adaptirani glagoli	
6.1.1.1.	Tvorbena adaptacija	... <b>jetten</b> nur zwei Drittel unserer Gäste ... Mit Begleitung <b>diven</b> etwa ein Drittel aller Diver.
6.1.1.2.	Morfološka adaptacija	<b>Surfen Sie</b> auf Wellen des schönsten Meeres.

<sup>8</sup> P.A. Schmitt, *Anglizismen in den Fachsprachen*, str. 94

## GLAGOLSKI ANGLIZMI U NJEMAČKIM STRUČNIM TEKSTOVIMA

Kod dva glagola pronađena u analiziranom korpusu na izvorni oblik glagola *div- i jet* dodaje se infinitivni nastavak *-en*; dok se na morfološkoj razini sprežu prema pravilima njemačkog jezika; npr. *surfen Sie i er hat gesurft*.

Tablica 4. Sintaktička razina anglizama

Oznaka	Pojava	Primjer
8.1.	Red riječi + rekcija	... wobei die meisten Gäste <b>IT spezialisierte Klienten</b> sind.
8.2.	Red riječi (genitiv objektni)	Für die Besucher sind die <b>Recruiting Tage</b> die optimale Plattform ...

## SINTAKTIČKA RAZINA ANGLIZAMA U NJEMAČKIM TEKSTOVIMA

U analiziranim tekstovima naišli smo na odstupanja u redu riječi kod objektnog genitiva i u slučaju rekcije. U prvom slučaju njemački atributivni genitiv je nadomješten sintagmom prema engleskom modelu, što je vidljivo u primjeru: *Recruiting Tage* umjesto *Tage des Recruitment(s)*. U drugom slučaju, u primjeru *IT spezialisierte Klienten* radi se o primjeru netočne besprijedložne glagolske rekcije. Točan prijedložni oblik glagolske rekcije glasilo bi: *auf IT spezialisierte Klienten*.

## POKUŠAJ ZAUZIMANJA STAVA PREMA ANGLIZMIMA U NJEMAČKOM JEZIKU

U prošlosti je dotok tuđica bio vremenski ograničen. Kako je neka pojava izlazila iz mode s njom je istovremeno prestajao i dotok tuđica. S današnjom isprepletenošću i raširenošću svih životnih područja spomenuti dotok će samo rasti. Današnje angliziranje obuhvaća, naime, sva društvena i stručna područja. Budući da su neka područja poput mode, glazbe, informatike domena mladih, oni prihvaćaju jezična pravila vezana uz ta područja i kad ti mladi jednog dana postanu konzervativna grupacija sredovječnih za njih će anglizirani njemački biti jedina normalna norma.

Vrlo često se spominje i nesposobnost, ne samo njemačkog, već i svih ostalih europskih jezika osim engleskog da stvaraju nove riječi za nove pojmove. Govori se o "leksikološkoj menopauzi" neengleskih jezika.

Zimmer<sup>9</sup> navodi četiri osnovna motiva za uvoz stranih riječi iz engleskog. Prva dva su stručne naravi, dok su druga dva emocionalno obojena.

1. Najvažniji motiv je čista potreba – pojavljuj se nove stvari i donose sa sobom i nova imena.
2. Engleski kratki, koncizni izrazi uglavnom bez afiksa su vrlo predočivi i u usporedbi s njemačkim dugim i nespretnim ekvivalenzima su naprosto neodoljivi, npr. (*Stress – Anstrengung, Campus – Hochschulgelände*).
3. Od kraja drugog svjetskog rata naovamo Amerika preuzima ulogu vodeće kulture koja je dinamična, mlada, privlačna, vitalna i isto tako magično djeluju američki izrazi dajući navedene kvalitete stvarima koje označuju. Oni imaju auru koja ih čini privlačnima, usporedimo samo na primjeru: *eine Unterhose tragen* ili *einen Slip tragen*. Engleski daje profanim stvarima onaj

<sup>9</sup> D.E. Zimmer, *Deutsch und anders – die Sprache im Modernisierungsfieber*, str. 28



izvjestan *appeal*, tako da ujedno djeluje na stvaranje jednog prividnog svijeta. Taj lijepi privid se odmah gubi ako upotrijebimo njemačke ekvivalente umjesto engleskih.

4. Posljednji motiv je specifičan za Njemačku, a to je njemačka kriza identiteta. U poslijeratnim godinama bila je sramota biti Nijemac, njemački je bio omražen kao jezik i to je bila idealna situacija da se prigrli sve što dolazi iz Amerike.

Ako uzmemo u obzir sadašnju situaciju, možemo se upitati: Koliko stranih riječi može podnijeti neki jezik? Koliko ih ima u njemačkom jeziku? Jezični organizam ih može podnijeti u vrlo visokom broju. Međutim nadovezuje se pitanje: Kada on doživljava oštećenja? Na nivou vokabulara jezik nije u tolikoj mjeri ranjiv, koliko ako se zadire u normu, u sustav pravila, jezik je ugrožen, budući da svaka deregulacija dovodi do anarhije u jeziku. Možda će u početku deregulacija stvoriti dojam oslobođenja od ograničenja, ali učestala promjena koda kao u rečenici-*Inforecherche total im Onlinedienst für Homenutzer*.- dovodi do zbrke između upotrebe njemačkog, odnosno engleskog koda. Treba li *total* izgovoriti na njemačkom ili engleskom, je li to pridjev ili prilog? Takve i slične situacije dovode do hibridiziranja jezika na leksičkom, gramatičkom, fonetskom i ortografskom nivou, a posljedica je njegovo pidžiniziranje. Opasnost, dakle, ne leži u samom dotoku stranih riječi, već u nedostatku snage jezika da ih asimilira, što dovodi do odumiranja jezika. Isto tako, ako većina govornika nekog jezika više ne vlada normom jezika, taj jezik propada.

Parafrazirajući talijanskog lingvistu Giancarla Olia<sup>10</sup> možemo reći da je ono što ugrožava jezik njegova nesposobnost i nespremnost da novopridošle i često dobrodošle tuđice asimilira i da im tako da potpunu slobodu kretanja u reguliranom sustavu jezika primaoca. Međutim, gore navedeni primjeri kao zamjena atributivnog genitiva engleskom sintagmom i zadiranje u red riječi govore u prilog promjene dubinskog koda jezika i njegove deregulacije. Ako jezik dopušta takve promjene unutar svojeg dubinskog koda koje dovode do njegove postupne erozije, možemo zaključiti da će njemački sutrašnjice porušiti mostove s njemačkim od danas i jučer. Stoga se prvenstveno ne preporuča protjerivanje tuđica, već očuvanje i učvršćenje njemačkog koda, a ne stalni prijelazi s jednog koda na drugi.

## ZAKLJUČAK

Na osnovi analiziranog uzorka stručnog jezika s područja hotelijerstva i turizma možemo u prvom redu zaključiti da su tuđice, odnosno anglizmi često prisutni u tekstovima takve vrste. Često korištenje tuđica može se ponekad opravdati činjenicom da stručni termini moraju biti jednoznačni jer se koriste u posebnom, ograničenom značenju, pa korištenje ekvivalenata u jeziku primaocu nije uvijek primjenljivo. U takvim slučajevima je upotreba tuđica – ovdje anglizama opravdana. Međutim, vrlo često se anglizmi preuzimaju sasvim nekritički. Činjenica je, naime, da stručne termine vezane za nova dostignuća i otkrića nije uvijek lako prevesti, odnosno pronaći prave semantičke istoznačnice.

U sklopu ovog istraživanja naišli smo na odstupanja od norme njemačkog književnog jezika, što dovodi do zabrinjavajućeg hibridiziranja njemačkog i engleskog dubinskog koda, a to rezultira deregulacijom i anarhijom u sustavu jezika. Upravo tom problematikom bi se timski trebali baviti stručnjaci za pojedina područja, kao i stručnjaci za jezik.

<sup>10</sup> D.E. Zimmer, *Deutsch und anders – die Sprache im Modernisierungsfieber*, str. 73

## LITERATURA

- [1] Bohmann, Stephanie. 1996. *Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche*. Marburg: Tectum Verlag.
- [2] Carstensen, Broder / Busse, Ulrich. 1965. *Anglizismen-Wörterbuch. Der Einfluss des Englischen auf den deutschen Wortschatz nach 1945*. Heidelberg: Winter.
- [3] Carstensen, Broder / Galinsky, Hans. 1963. *Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache: Entlehnungsvorgänge und ihre stilistischen Aspekte*. Heidelberg: Winter.
- [4] Carstensen, Broder. 1980. *Das Genus englischer Fremd- und Lehnwörter im Deutschen*, u: Studien zum Einfluss der englischen Sprache auf das Deutsche, str. 37-75, Tübingen: W. Viereck.
- [5] *Denglisch, nein danke!* 2001. Zur inflationären Verwendung von Anglizismen und Amerikanismen in der deutschen Gegenwartssprache. Paderborn: Hermann Zabel, IFB Verlag.
- [6] Filipović, Rudolf. *Teorija jezika u kontaktu*. 1986. Uvod u lingvistiku jezičnih dodira. Djela JAZU, knjiga 59, Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti, Zagreb: Školska knjiga.
- [6] Filipović Rudolf. *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku: porijeklo, razvoj, značenje*. 1990. Zagreb: JAZU – Školska knjiga.
- [7] Filipović, Rudolf. *Linguistic purism versus linguistic borrowing*. 1995. Graz: Institut za lingvistiku Sveučilišta u Grazu.
- [8] Filipović, Rudolf. *Porijeklo anglicizama: etimologija i razvoj*. 1995. Zagreb: EUR – Eko usmjereni razvoj, Vol. 2, str. 75-85.
- [9] Fink, Hermann. *Amerikanismen im Wortschatz der deutschen Tagespresse: Dargestellt am Beispiel dreier überregionaler Zeitungen*. 1970. München: Hueber.
- [10] Fink, Hermann. *Amerikanisierung der deutschen Wirtschaft: Sprache, Handel, Güter und Dienstleistungen*. 1995. Frankfurt am Main usw.: Lang.
- [11] Fox, Renata. *Tudice u njemačkom jeziku međunarodnog prometa robom i otpremništva*. 1994. Rijeka: Pomorski zbornik 32, str. 429-445.
- [12] Hahn, v.W. 1983. *Fachkommunikation*. Berlin: Walter de Gruyter.
- [13] Mihaljević, Milica. 1993. *Hrvatsko računalno nazivlje*. Zagreb.
- [14] Mihaljević, Milica. 1994. *Anglizam ili anglicizam?* Zagreb: Jezik 41/4, str. 114-116.
- [15] Mihaljević, Milica, Hudeček, Lana. 1998. *Anglizmi u hrvatskom jeziku – normativni problemi i leksikografska obradba*. Zagreb-Rijeka :Zbornik HDPL-a.
- [16] Polenz, von Peter. 1978. *Geschichte der deutschen Sprache*. Berlin: Walter de Gruyter.
- [17] Pritchard, Boris. 1996. "Anglicizmi u poslovnim komunikacijama u hrvatskom pomorstvu". 1996. Zagreb: Suvremena lingvistika, XXII, br.1-2, str. 529-543.
- [18] Schmitt, Peter. 1984. *Anglizismen in den Fachsprachen*. Gernersheim.
- [19] Zajec, Jasna, Bauer, Ivan. 1999. "Integracija i adaptacija tudica u stručnom tekstu". Zagreb: Strani jezici, XXVIII, br. 2.
- [20] Zimmer, Dieter, E., 2002. "Deutsch und anders – die Sprache im Modernisierungsfieber". Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH. Hamburg.

## Izvori

- [21] NGZ – DER HOTELIER, 12/1999
- [22] NGZ – DER HOTELIER, 2/2000
- [22] NGZ – DER HOTELIER, 4/2000
- [24] NGZ – DER HOTELIER, 6/2000
- [25] NGZ – DER HOTELIER, 10/2000
- [26] NGZ – DER HOTELIER, 11/2000
- [27] NGZ – DER HOTELIER, 7-8/2001
- [28] NGZ – DER HOTELIER, 4/2002
- [29] TOP HOTEL, 5/1999