

## Tinder davnih dana

Želja je većine ljudi pronaći srodnu dušu. Stoga je potraga za ljubavlju stalnica ljudskoga života. Neki ljubav pronađu u školi, na fakultetu, na različitim aktivnostima ili preko prijatelja. Ako se ljubav ne dogodi na takav način, danas nam na raspolaganju stoje brojne aplikacije za internetsko upoznavanje. Prednost je tih aplikacija mogućnost upoznavanja drugih ljudi bez vremenskoga i prostornoga ograničenja, ali te aplikacije kriju i mnoge zamke. Vjerojatno je najpoznatija aplikacija Tinder. Stoga se o toj aplikaciji već pišu i radovi i provode znanstvena istraživanja, a ona je dovela i do pojave novih riječi i izraza. Službi za jezične savjete Instituta za hrvatski jezik upućen je 2022. godine upit studentice koja je pisala diplomski rad o Tinderu te tražila savjet kako na hrvatski prevesti nazive *match*, *swipe*, *online dating application* i *trolling*. Studentica je dobila ovaj savjet: *match – spoj; swipe – listati, prolistati; online dating application – mrežna aplikacija za upoznavanje; trolling – trolanje*.

Baš u to vrijeme pod ruke mi je došao plakat na koji je moj brat kao dijete početkom sedamdesetih godina prošloga stoljeća lijepio zanimljive oglase objavljene u *Malome oglasniku*. U tim su se oglasima tražile izgubljene stvari, prodavalo se svašta i nudile su se različite usluge, npr.:

IZGUBLJENE dvije kune sa kaputa.

IZGUBLJEN konj, crni.

MOLIM poštenog nalaznika crno-bijelog malog psa, koji je odlutao u predjelu xx da ga vrati uz nagradu, na telefon xxx, pozor pas se ne slaže sa djecom.

TAŠKU braon s poslovnom dokumentacijom u pripitom stanju zaboravljena 5. XII poslijepodne. Molim vas po adresi s dokumenata javite.

GROB na Mirogoju prvog razreda, prodajem.

PAŽNJA! Muškarcima i ženama slabe kose izrađujem umetke i perike, pundže po mjeri, ručni rad, prirodna kosa.

DVIJE krave muzare prodajem.

A u nekima su se oglasima iza rečenice ili dvije krile prave obiteljske drame o kojima možemo samo nagađati, npr.:

MOLIM da nitko ne posuđuje novac xx jer ja neću vraćati. Supruga.  
DRAGANE, javi se gosti su otišli.

Ipak, za ovu su temu najzanimljiviji oglasi u kojima se traži ljubav, prijateljstvo, neformalno druženje ili brak. Iz niza prikupljenih primjera izdvojiti ću prototipne za ovu tekstnu vrstu te one koji su iz nekoga razloga posebno zanimljivi.

Prva istaknuta riječ oglasa katkad opisuje onoga tko traži, npr. *POVUČEN mladić traži žensko biće suptilnih shvaćanja radi braka*, a katkada onoga koji se traži, npr. *ŽENU stariju, razočaranu, koja trpi, želi upoznati isti takav muškarac* (ovaj je oglas zanimljiv i po tome što se prototipno traže mlađe žene).

Zanimljivo je da je prva riječ oglasa često u vokativu:

DRAGA neznanko, ako si sama, ako si romantična, sentimentalna, želiš li iskrenog nježnog Zagrepčana, starog 23 godine, piši mi. Možda ćemo jednom biti sretni. Ponude pod broj.

ČOVJEČE, dobri bolji penzioneru do 65 godina, ako ti nije važna imovina i penzija, javi se ženi 52 godine da ti pokloni brak, sreću, nježnu ljubav i dobrotu, da ispuni toplinom tvoj dom. Alkoholičari isključeni. Ponude pod broj.

UDOVICO, javite se ponovo kod Trešnjevačke „Na-Me“ u četvrtak u isto vrijeme.

U posljednjemu primjeru uočavamo još jednu zanimljivu značajku analiziranih oglasa. Dogovoreni se sastanci često iz nekoga razloga nisu ostvarili ili sudionici sastanka nisu na sastanku razmijenili brojeve telefona ni adresu, pa se u oglasima traži da se sastanak ponovi (najčešće u isto vrijeme i na istome mjestu).

Često su, očito jer su oglasi bili skupi, oglasi skupni, tj. isti se oglas odnosi na više tražitelja i traženika.

DVIJE Zagrepčanke, SSS, iskrene, poštene, romantične, laki invalidi, pristale vanjštine, žele društvo prijatelja istih osobina 45/55 godina. Ponude s adresom pod broj.

DVA studenta s autom i stanom u okolici Zagreba traže društvo dviju žena kako bi si uljepšali život. Ponude pod broj.

TRI udovice od 64, 55 i 40 godina sa penzijom i kućicom traže odgovarajuće poznanstvo. Alkoholičari isključeni. Ponude pod broj.

U to vrijeme u malome oglasu nije bilo slike, a i tekst je bio vrlo kratak, pa se, kako bi se postigao privid objektivnost, katkad upotrebljavao izraz *kažu*:

CRNOMANJAST, kažu šarmantan, fakultetski obrazovan, do sada neoženjen, prilično situiran, želi da mu se javi žena spremna i sposobna da zajednički gradimo naš dom. Samo iskrene ponude pod broj.

Katkad su osobe (u analiziranome korpusu isključivo muškarci) koje su tražile srodnu dušu bile u braku, a tražile su mladu ženu. To se najčešće izražavalo s pomoću izraza *s obvezom* i takve su osobe obično tražile *diskretno poznanstvo/prijateljstvo/druženje*:

INTELEKTUALAC 40 s obvezom želi diskretno poznanstvo mlade ženske osobe. Ponude s adresom pod broj.

DISKRETNi intelektualac 55, vitalan, temperamentan dobro situiran nudi diskretno prijateljstvo mlađoj ženi. Ponude pod broj.

PEDESETOGODIŠNJAK traži mlađu prijateljicu za povremene diskretne sastanke. Ponude pod broj.

U sljedećoj tablici navedene su prototipne značajke kojima muškarci/žene opisuju sebe i potencijalnoga partnera.

spol	ovako opisuje sebe	ove osobine traži od partnera/ /partnerice
muškarac	samac, intelektualac, materijalno osiguran / dobro situiran	domaćica, diskretno prijateljstvo, mlada žena, bez djece, privlačna, siromašna, crnka/plavuša, nježna
žena	stasita, zdrava, punija, vesele naravi	pametna, zaposlena, situirana, s kolima, ne pije (antialkoholičar), ne puši, avanturisti isključeni

Analizom prikupljenih oglasa možemo zaključiti da su mali oglasi bili posebna tekstna vrsta, koja ima ove značajke:

- kratkoća i zgusnutost poruke – neke su zalihosne riječi izostavljene (*izgubljene* umjesto *izgubljene su*), što je sigurno uvjetovano time što su se oglasi plaćali po broju riječi; iz istoga se razloga nekad u istome oglasu traži više osoba ili stvari.
- prva riječ otisnuta je verzalom; zanimljivo je da u većini oglasa unatoč tome nije postojala svijest da bi ta riječ trebala biti nosiva, tj. ona koja će u

mnoštvu oglasa privući pozornost čitatelja koji nešto određeno traži, a to npr. riječi *pažnja* ili *molim* sigurno nisu

- jezične pogreške, što je znak da oglasni nisu bili lektorirani
- uporaba klišeiziranih izraza *karakteran, s obvezom, diskrecija zajamčena, diskretno poznanstvo, istih osobina/isto takav, rastavljen ne svojom krivnjom, pristale vanjštine*
- uobičajena završna formula *ponude pod broj, samo iskrene ponude pod broj, ozbiljne ponude pod broj, ponude s biografijom pod broj, ponude sa slikom pod broj, ponude s (punom) adresom pod broj, cijenjene ponude pod broj, neka se javi pod broj.*

Također možemo zaključiti da se u oglasima odražava stereotipizirana slika muškoga/ženskoga svijeta (muškarac srednjih godina traži mladu ženu, muškarac može biti i s obvezom, poželjne su značajke muškarca da je materijalno sređen, ima kuću i auto, ali i da ne pije (antialkoholičar), a žene da je mlada, zdrava i lijepa).

Čitajući ove oglase, možemo se zapitati što je bilo s autorima oglasa i jesu li naši onoga kojeg su tražili.

