

*Branka Drljača*

## ANGLIZMI U EKONOMSKOME NAZIVLJU HRVATSKOGA JEZIKA I STANDARDNOJEZIČNA NORMA

*Branka Drljača, Filozofski fakultet, Rijeka, pregledni članak*

UDK 811.163.42'373.45:811.111  
811.163.42'373.46:33

*Standardnojezična norma podrazumijeva zadovoljavanje dvaju načela: jezične stabilnosti i njegove evolutivnosti. Prvo načelo podrazumijeva usklađenost sa sustavom, što se manifestira zamjenama posuđenih naziva domaćima ili barem njihovom prilagodbom pravilima hrvatskoga jezika. Drugo načelo uzima u obzir zadovoljavanje novih leksičkih potreba. Gospodarska moć Sjedinjenih Američkih Država odražava se uz ostalo i na utjecaj engleskoga jezika na recentnu tvorbu ekonomskoga nazivlja u hrvatskome. Publicistički stil pridonosi prihvaćanju leksičkih inovacija.*

**Ključne riječi:** *anglizmi, ekonomsko nazivlje, jezična norma, hrvatski jezik, engleski jezik*

### 1. Uvod

Iako su jezici oduvijek dolazili u kontakt i utjecali jedni na druge, pitanja jezika u kontaktu i jezičnoga posuđivanja, čiji su začeci četrdesetih i pedesetih godina dvadesetoga stoljeća, više se naglašavaju u okviru novih teorija jezika u kontaktu. Hrvatski je jezik kroz povijest posuđivao iz klasičnih jezika, talijanskoga, turskoga, njemačkoga, francuskoga i inih jezika. Utjecaj engleskoga jezika prevladava u drugoj polovini 20. stoljeća. Prije toga engleski je utjecao na posredan način<sup>1</sup>. Razvojem sredstava javnoga priopćavanja te jakom informatizacijom na globalnoj razini osim posrednoga do izražaja dolazi i neposredni kontakt.

Određena su leksička područja podložnija utjecaju engleskoga jezika od drugih. Jedno takvo područje jest ekonomsko nazivlje.

<sup>1</sup> Više o njemačkome kao jeziku posredniku pri posuđivanju iz engleskoga u hrvatski vidi u R. Filipović (1986: 190-192; 1990: 21-23) i V. Muhvić-Dimanovski (1996).

Hrvatska se uključuje na svjetsko tržište i time postaje dio ekonomske ekspanzije kojoj se prilagođava. Tijekom posljednjih pedeset godina svjetske ekonomske znanosti razvili su se mnogi ekonomski pojmovi, osobito na engleskome govornom području. Razvojem ekonomske znanosti u nas susrećemo se s novim pojmovima i nazivima za koje hrvatski jezik nastoji naći odgovarajuće izraze.

Javna glasila (radio, televizija, novine, specijalizirani i nespecijalizirani časopisi) doprinose neposrednome dodiru s engleskim jezikom i preuzimanju iz njega mnogih novih naziva. S druge strane, ona omogućavaju prodor elemenata stručnoga jezika u svakodnevni, opći jezik. Naime, sveprisutnost medija u društvenome životu popularizira znanost, odnosno vodi praktičnome prihvaćanju leksičkih inovacija (Badurina, Kovačević, 2000: 22). U. Busse (1996: 106) smatra da su tehnički nazivi koji su središtem modernoga života, poput *break-even-point*, *buyout*, *cash-flow*, *franchise*, *leasing*, *windfall-profits*, ušli u rječnike jer je uobičajeno da ih prosječni čitatelj susreće u novinama i časopisima.

Zbog važnosti brzine u prenošenju vijesti i želje za brzim informiranjem šire javnosti, prateći tekstove iz stranih publikacija i pišući o sličnim temama, novinari često prenose izvorne engleske nazive jer je to najbrži i najjednostavniji način. Strane nazive preuzimaju i stručnjaci, koji su načitanu u stranoj literaturi i stranome stručnom jeziku, te su im ti izrazi bliski.

## 2. Nazivlje

Nazivlje je sustav naziva koji se upotrebljavaju u određenom znanstvenom, tehničkom ili umjetničkom području (Mihaljević, 1998: 7). Razni jezici, pa tako i hrvatski, nastoje stvoriti nazivlje koje će konkurirati nazivlju drugih jezika, posebice onoga jezika na kojem je većina naziva te struke nastala<sup>2</sup>. Jedan od načina da se zadovolji potreba za novim nazivom kojim bi se označio novi pojam jest posuđivanje iz stranih jezika. Pri stvaranju ekonomskoga nazivlja hrvatski jezik danas najviše posuđuje iz engleskoga jezika. Osim što je velikome broju riječi primarni jezik izvornik, engleski jezik u okviru ekonomskoga nazivlja pospješuje uporabu mnogih riječi koje u jeziku već postoje i aktivira davno udomaćene riječi u novim sintagmatskim vezama (primjerice, izraz *ekonomija* grčkoga je podrijetla, ali je izraz *siva ekonomija* nastao kao prijevod engleskog izraza *black economy*, koji je poslužio kao model za stvaranje anglizama u europskim jezicima) i novome kontekstu te ih obogaćuje novim nijansama značenja. Najčešće se radi o riječima koje su klasičnoga podrijetla ili su u hrvatski došle iz ili preko nekoga europskog jezika (npr. *fond*, *kredit*, *firma*).

Iako jezik struke ima posebne zakonitosti i denotativno je posuđivanje za nj karakteristično, stručni jezik ovisi o općemu jeziku i na njega se mogu primijeniti sva

<sup>2</sup> L. Bloomfield (1933: 458) pod kulturnim posuđivanjem podrazumijeva ono što je jedna nacija naučila drugu.

pravila i pristupi kao i na opći jezik. Zato je i potrebno jezičnu normu promatrati u odnosu prema stručnome, a ne samo prema općemu jeziku.

### 3. Engleski jezik kao najčešći izvor posuđenica

Engleski je svjetski jezik (negdje od 1945. drži čelnu poziciju u tome pogledu) i iz njega potječe najveći dio novoga nazivlja u različitim strukama i mnogobrojnih izraza koje susrećemo u svakodnevnome životu. Zahvaljujući izrazitoj povezanosti svijeta u gospodarskome smislu te sveprisutnosti medija, koji su najveći izvor importiranih anglizama, engleski je jezik poprimio razmjere globalnoga jezika. Uvjeti koji su također pogodovali prerastanju engleskoga u globalni jezik jesu kulturološko-sociološki, ekonomski i politički imperijalizam te kozmopolitske odlike engleskoga jezika<sup>3</sup>. Takvome statusu pridonosi i činjenica da su Sjedinjene Američke Države najveća gospodarska sila na čijem se tlu stvara većina naziva iz područja ekonomije koji su izvorom za anglizme u drugim jezicima. Tako K. Sørensen (1988: 31-32) govori o razdoblju nakon Drugoga svjetskog rata kada je Amerika postala ekonomski i tehnološki dominantna i kada se u Europi stvorila potreba za nazivima koji bi imenovali nove stvari i pojmove nastale na prostoru Sjedinjenih Država. Autor ističe da iako britanski engleski nipošto nije zanemariv čimbenik, američki je engleski očito dominirao. Dominacija anglo-američke civilizacije i status engleskoga kao internacionalnoga jezika doveli su do naziva jezika kao što su *franglais*, *spanglish*, *itang'liano*, *svenglish* itd. (Brozović-Rončević, Sočanac, 1998: 33).

Hrvatski jezik prati, uključivanjem u europske i svjetske kulturne i civilizacijske tokove, društvene, znanstvene i kulturne promjene. Svekoliki napredak i promjene traže jezičnu pratnju: novim predmetima i pojmovima valja dati prikladan naziv. Na formiranje ekonomskoga nazivlja hrvatskoga jezika, koje karakterizira ekspanzija s obzirom na okretanje na svjetsko tržište, američki engleski ima najveći utjecaj. Izravno prenošenje engleskoga modela, kao jedan od načina leksičkoga zadovoljavanja za pojmovne inovacije, dovodi do priljeva anglizama koji uzrokuju stanovite promjene na leksičkome i semantičkome planu hrvatskoga jezika.

### 4. Anglizmi kao internacionalizmi

Mnogi nazivi engleskoga podrijetla imaju status internacionalizama<sup>4</sup> u drugim jezicima.

---

<sup>3</sup> K. Juretić (1998: 226-227) govori o iznimnoj otvorenosti engleskoga utjecajima drugih kultura jezika.

<sup>4</sup> R. Simeon (1969: 551) internacionalizme definira kao međunarodne riječi ili izraze ili elemente ili nazive; riječi, najčešće, latinskog ili grčkog postanja koje se upotrebljavaju u svima, u mnogim, ili bar u glavnim europskim (a i u nekim drugim) jezicima.

Ovdje se donose tri takva internacionalizma<sup>5</sup>:

<b>engleski</b>	business	manager	clearing
<b>hrvatski</b>	biznis	menedžer	kliring
<b>njemački</b>	Business	Manager	Clearing
<b>talijanski</b>		manager	clearing
<b>francuski</b>	business	manager	clearing
<b>španjolski</b>		mánager	clearing
<b>ruski</b>	бизнес	менеджер	клиринг
<b>norveški</b>		manager	
<b>švedski</b>		manager	clearing
<b>češki</b>	business, byznys	manažer	
<b>mađarski</b>	biznisz		klíring
<b>rumunjski</b>			cliring
<b>slovački</b>		manažér	clearing
<b>poljski</b>	biznes		kliring

Većina jezikoslovaca internacionalizme opisuje kao poželjne i potrebne. J. Silić (1997: 412) tvorbeno ustrojstvo internacionalizama opisuje prozirnim, jednostavnim, racionalnim i ekonomičnim te dodaje da njihovo opće značenje nije opterećeno pojedinačnim značenjima i da znanosti, koja je po svome sadržaju internacionalna, takva riječ ne smeta. M. Turk (1996: 77) ističe da su oni u znanstvenome stilu ne samo mogući i dopušteni, nego i potrebni zato što zbog međunarodne povezanosti u znanosti oni postoje u svim jezicima ili zato što za njih nema funkcionalne hrvatske istovrijednice ili su semantički nepodudarni s hrvatskom istovrijednicom. Internacionalizam i domaća riječ, nastavlja autorica, ne trebaju jedna drugu potiskivati jer omogućuju precizniji način izražavanja te funkcionalno i stilističko raslojavanje standardnoga jezika. V. Ivir (1996: 248) ističe da internacionalizam ulaskom u neki jezik postaje dijelom njegova leksičkog fonda i počinje vlastiti život koji se po svojim karakteristikama ne razlikuje od života ostalih riječi u tome jeziku.

Važno je naglasiti da se suvremeni svijet zahvaljujući medijima i informatizaciji društva na globalnoj razini vremenski i prostorno smanjio. Riječ u takvome svijetu relativno lako poprima internacionalni status. Takva je riječ poželjna jer predstavlja znanstvenu, kulturnu i gospodarsku povezanost svijeta.

<sup>5</sup> Prisutnost triju internacionalizama engleskoga podrijetla u navedenim jezicima potvrđena je u dvojezičnim rječnicima navedenim u opisu literature.

## 5. Jezik i strani elementi: vjernost tradiciji i potreba za evolutivnošću

Standardnojezična norma podrazumijeva zadovoljavanje dvaju načela. Prvo je načelo stabilnosti koje jeziku osigurava kontinuitet i tradiciju, a drugo je načelo dinamičnosti ili evolutivnosti koje podupire razvoj i podmirivanje jezičnih potreba.<sup>6</sup>

Anglizmi<sup>7</sup>, koji se u velikome broju javljaju u jezicima struka i općemu jeziku, u procjepu su između dviju protuslovnih tendencija: jedne koja štiti standard od nekontroliranoga stranog utjecaja i druge koja taj utjecaj prihvaća kao rezultat globalizacije kojoj je glavni jezik engleski.

U skladu su s prvom tendencijom ponajprije nastojanja jezikoslovaca da za posuđene izraze iz engleskoga nađu adekvatne domaće zamjene, a onda i pisanje anglizama u ortografski prilagođenom obliku i prilagođavanje na morfološkoj razini ili pak isticanje u publikacijama s obzirom na njihovu neprilagođenost. U ovome se radu žele zabilježiti takva nastojanja za izraze iz područja ekonomije. Osim toga, kratkim pregledom raščlambe prevedenica prema različitim kategorijama žele se pokazati načini na koje se, uz manja ili veća odstupanja od modela, strani, uglavnom višerječni nazivi prevode. Polusloženice se također nastoje prilagoditi domaćoj jezičnoj normi, i to iz dva razloga: prvo, jer se radi o obliku koji je rezultat stranog utjecaja i ne uklapa se lako u hrvatski jezični sustav i drugo, prvi je dio takve sveze često neadaptirani strani element. O polusloženicama se u literaturi govori većinom na primjerima iz općega jezika. Kako je polusloženica mnogo unutar ekonomskoga nazivlja, u ovome se radu na temelju tih primjera želi reći nešto o mogućnostima njihove prilagodbe, ali i njihovu proširenosti.

S druge je strane nezaobilazna realnost da su danas svi jezici pod većim ili manjim utjecajem engleskoga i da "nema jezika koji bi se tom utjecaju jednostavno mogao othrvati" (Kovačec, 2004: 61). To dovodi do internacionalnoga statusa nekih anglizama, što ih čini potrebnim dijelom drugih jezika. Osim toga, s obzirom na njihovu ekonomičnost i prihvaćenost, anglizmima je ponekad vrlo teško naći adekvatnu hrvatsku zamjenu.

### 5.1. Domaće zamjene za posuđene izraze

U mnogim zemljama postoje institucije ili časopisi koji se brinu za jezik i njegovu pravilnost (npr. *Comité de la langue française*, *Svenska språknämnden*). Što se pak tiče hrvatskoga jezika, težnja za jezičnom čistoćom trajno je njegovo obilježje. Potkrepljeno riječima M. Mihaljević (1998: 81), duga uporaba ili velika proširenost neke posuđenice

<sup>6</sup> U skladu s time "na rječnike se gleda kao na čuvare jezičnoga standarda, a s druge se strane od njih očekuje da budu suvremeni i da bilježe nove riječi" (Muhvić-Dimanovski, 1998: 497).

<sup>7</sup> Pod anglizmima se u ovome radu podrazumijevaju posuđenice, tj. prilagođenice i tuđice engleskoga podrijetla. Prilagođenice su leksemi stranoga podrijetla koji su se po jednome ili više kriterija prilagodili zakonitostima jezika primaoca, a tuđice su leksemi koji se nisu nimalo adaptirali.

ne može biti dovoljan razlog za njezino normativno prihvaćanje ako nije potpuno stabilizirana i ako za isti pojam postoji dobra domaća riječ.

U skladu s time, hrvatski jezikoslovci nastoje pronaći domaće zamjene za posuđenice iz engleskoga. Predložene se domaće zamjene u okviru ekonomskoga nazivlja potražilo u časopisima za filologiju i kulturu hrvatskoga jezika te u jezičnosavjetnim priručnicima.

U časopisu *Jezik* iz broja u broj predlažu se zamjene za posuđenice iz engleskoga.

M. Šimundić (1973/74: 124) za *marketing* predlaže naziv *tržništvo*, a za *leasing zakupništvo*. Autor napominje da je svaka nova riječ pomalo neobična kada se predloži dok se na nju govornici ne naviknu. On vjeruje da će navikavanje na spomenute dvije riječi dovesti do prihvaćanja jer su te predložnice "načinjene u duhu hrvatskoga jezika, okretnije i pogodnije od tuđica". Spomenuta okretnost tvorbene je naravi. Naime, od izraza *zakupništvo* i *tržništvo* lakše se tvore druge vrste riječi, npr. pridjev *zakupništven* ili osoba koja se time bavi: *zakupničar(ka)*, *tržničar(ka)*. Ipak, i nakon trideset godina, strani su izrazi i dalje u uporabi samostalno i u okviru višerječnih izraza: *leasing nekretnina*, *fleksibilni leasing*, *Croatia leasing*, *sektor leasinga*, *leasing-kuća*; *marketinška* (~ *aktivnost*, ~ *kampanja*, ~ *strategija*); *chief marketing officer*.

U *Jezičnim savjetima* M. Mamić (1996: 147) predlaže da se posuđenica *budžet* zamijeni riječju *proračun* koja je "lijepa, domaća i sasvim jasna riječ nastala još sredinom 19. stoljeća". Autor objašnjava da je riječ kao takva živjela sve do 1918. godine kada ju je potisnula riječ *budžet*. Od tada riječ *proračun* živi samo u rječnicima "kao dio leksičke starine".

U *Jezičnim savjetima* u izdanju Hrvatskoga radija (1997: 483) za izraz *free market economy* ponuđeni su domaći suznačni izrazi *ekonomija slobodnoga tržišta*, *slobodnotržišna ekonomija* ili, jednostavno, *tržišna ekonomija*.

Te je izraze govorna praksa prihvatila.

Na primjeru nekoliko anglizama može se ilustrirati kako se u okviru rječnika i jezičnih savjetnika<sup>8</sup> nude njihove istovrijednice:

	<i>Englesko hrvatski poslovni rječnik</i>	<i>Hrvatski jezični savjetnik</i>	<i>Rječnik suvišnih tuđica</i>
<i>freelancer</i>	slobodnjak, slobodni suradnik		
<i>holding</i>	posjed, udio, <i>ali</i> holding društvo, holdinška kompanija		zakup; posjed; posjed dionica
<i>budžet</i>	budžet, proračun, financijski plan	proračun, blagajna (prihoda i rashoda)	(državni/kućni) proračun
<i>klaster</i>	skupina, grozd (cluster organization – klaster organizacija, 'ugrožena' organizacija)		
<i>menedžer</i>	direktor, menedžer, ravnatelj, rukovoditelj, upravitelj	voditelj; ravnatelj	upravitelj; voditelj; posrednik; poduzetnik
<i>outsourcing</i>	eksternaliziranje		
<i>rating</i>	procjena, ocjena kreditne sposobnosti, rangiranje, rejting	položaj, pozicija (na ljestvici)	ocjena, procjena
<i>reket</i>	ilegalni posao; ucjena, iznuđivanje		

O anglizmima i njihovim hrvatskim istovrijednicama mogu se naći podaci i u dnevnicima kao što su *Vjesnik* i *Večernji list*, u rubrikama *Vjesnikov jezični savjetnik* i *Riječi o riječima*. Primjerice, A. Gluhak kaže da se riječ *keš* agresivno nastoji ugurati u standardni jezik. Autor skreće pažnju na to da se u hrvatskome standardnom jeziku sve ono s *kešom* treba izricati riječima *gotovina*, *gotov novac*, *gotovinsko plaćanje* i sličnima jer se riječ *gotovina* u takvu značenju upotrebljava veoma dugo.<sup>9</sup>

Nemoguće je predvidjeti kako će se anglizam ponašati prilikom i nakon ulaska u jezik primalac. Neki se strani izrazi prevode već pri preuzimanju: *četvrto tržište* (engl. fourth market), *novčani tok* (engl. cash flow), *kupovna moć* (engl. purchasing power); nekima se zamjena pronalazi naknadno (u tim je slučajevima stranu riječ na koju su govornici navikli teško istisnuti): *biznis – posao*, *budžet – proračun*; nekima zamjena nije predložena: *factoring* (izraz je noviji u hrvatskome jeziku što može biti

<sup>8</sup> Bibliografski su podaci navedeni u popisu literature.

<sup>9</sup> A. Gluhak: "Ne keš: gotovina", *Vjesnikov jezični savjetnik* (*Vjesnik*, 24. 8. 1995).

razlog tome što za njega nije predložena domaća zamjena) ili nije zaživjela (strani su se izrazi udomaćili, uobičajeniji su i poznatiji): već navedeni *tržišтво* i *zakupništvo*, koji se nisu izborili u konkurenciji s nazivima *marketing* i *leasing*. Neke zamjene javnost i stručnjaci usvajaju sporo i kolebljivo: *vodstvo* (engl. management).

Iako je u rječnicima i savjetnicima nešto više ponuđenih domaćih zamjena za anglizme iz područja ekonomije, u filološkim se časopisima predložene zamjene odnose većinom na riječi iz općega jezika. Zamjena unutar ekonomskoga nazivlja relativno je malo. Tome se mogu pretpostaviti dva razloga. Prvi je nedostatak pomno razrađenih i znanstveno utemeljenih kriterija i mišljenja strukovnih savjetovališta na temelju kojih se može odlučiti koji se strukovni naziv može preuzeti u stranom obliku, koji treba kalkirati, a koji preraditi i nanovo osmisliti.<sup>10</sup> Navedenim se razlozima može dodati i nedostatak suradnja jezikoslovaca i predmetnih stručnjaka. Drugi je razlog nerazvijenost tržišne ekonomije u nas do devedesetih godina prošloga stoljeća.

## 5.2. Raščlamba ekonomskoga nazivlja prema različitim kategorijama prevedenica

Jedan od načina leksičkoga zadovoljavanja za pojmovne inovacije jest latentno posuđivanje iz stranih jezika. Latentno je posuđivanje kalkiranje, tj. postupak kojim se novi sadržaj prima od drugih jezika dok se izraz uzima iz inventara domaćih tvorbenih jedinica. Prevedenice tako predstavljaju aktivan odnos prema stranim utjecajima, odnosno jezik se kroz njih u mnogome oblikuje prema zadanim uzorima, ali i pokazuje izrazitu sklonost aktiviranju vlastitih izražajnih mogućnosti i vlastitih izraza.

Među prevedenicama prevladavaju sintagmatski nazivi. Raščlamba slijedi leksičku i semantičku razinu na kojima se ostvaruju specifični tipovi prevedenica.

### 5.2.1. Doslovne prevedenice

Doslovna prevedenica vjerno preslikava strani model na strukturnoj i semantičkoj razini. Elementi iz jezika uzora zamijenjuju se domaćim elementima prema načelu 'član za član', a pritom se preuzima cjeloviti strani sadržaj:

*četvrto tržište* < engl. fourth market, *kupovna moć* < engl. purchasing power, *mekatvrda valuta* < engl. soft/hard currency, *novčani tok* < engl. cash flow, *poslovno savjetovanje* < engl. business counselling, *tekući račun* < engl. current account.

### 5.2.2. Djelomične prevedenice

Djelomična je prevedenica neprecizna reprodukcija stranog uzora (strukturno ili semantički odstupa od modela):

<sup>10</sup> Usp. A. Kovačec (2004: 64).



*glasovanje nogama* < engl. voting by feet, *investicijska studija* < engl. feasibility study, *ponudbena cijena* < engl. bid, *vezana trgovina* < engl. countertrade, *voditelj proizvodnoga programa* < engl. product manager.

### 5.2.3. Poluprevedenice

Poluprevedenica tip je prevedenice u kojoj se jedan dio kalkira, i to najčešće doslovno, a drugi zadržava u neprevedenom obliku:

*dilersko tržište* < engl. dealer market, *greenfield ulaganje* < engl. greenfield investment, *mali biznis* < engl. small business, *master proračun* < engl. master budget, *ukršteni hedging* < engl. cross hedging.

### 5.2.4. Formalno nezavisni neologizmi

Formalno nezavisni neologizam tip je leksičke inovacije u kojoj jezik primalac ne oponaša strani predložak, već se, prema mogućnosti domaćega leksika, neovisno o njemu stvara nova riječ za dotada strani naziv. O tom obliku postoje podvojena mišljenja: iako jedni drže da bi se taj oblik razvio bez obzira na strani uzor, mišljenje je većine da je strani predložak bio presudan za stvaranje nove riječi slobodnim izborom jedinica iz inventara domaćih tvorbenih elemenata:

*dospjele neplaćene obveze* < engl. arrears, *návala na banku* < engl. (bank) run, *obračun po varijabilnim troškovima* < engl. direct costing, *odgođena kupnja ili prodaja robe* < engl. commodity futures, *oslanjanje na državu* < engl. capture hypothesis.

Među prevedenicama prevladavaju višerječni izrazi koji u najvećem broju slučajeva reproduciraju strane višerječne izraze. Načini na koje su realizirani ilustrirani su sljedećim primjerima: (imenica + imenica - apozicija) *tvrtka majka* (engl. mother company), (imenica + imenica u genitivu) *dan namire* (engl. settlement day), (imenica + imenica u dativu) *naplate korisnicima* (engl. user charges), (imenica + imenica u instrumentalu) *glasovanje nogama* (engl. voting by feet), (pridjev + imenica) *balonska isplata* (engl. balloon payment), (particip prezenta + imenica) *tekući račun* (engl. current account), (redni broj + imenica) *četvrto tržište* (engl. fourth market), (zamjenica + imenica) *svi rizici* (engl. all risks), (konstrukcija s prijedlogom) *lovac na glave* (engl. head-hunter), (trorječni izrazi) *voditelj proizvodnoga programa* (engl. product manager).

Iz navedenih je primjera vidljivo da se tipična engleska konstrukcija *imenica + imenica* u kojoj prva imenica atributivno određuje drugu u hrvatskome može realizirati na jedan od sljedećih načina: imenica + imenica - apozicija, imenica u nominativu + imenica u genitivu/imenica u dativu, pridjev + imenica, prijedložni izraz ili polusložnica.

### 5.2.5. Semantičke posuđenice

Semantička posuđenica<sup>11</sup> nastaje kada se domaćoj autohtonoj riječi ili ranije posuđenom i integriranom leksemu pod utjecajem nekoga stranog jezika pridružuje novo, dodatno značenje. Nova se značenja odnose na dotada nepoznate pojave, u prvome redu na nazive, tj. pridruživanje novoga značenja domaćoj riječi predstavlja jedan od postupaka kojim se može zadovoljiti potreba za imenovanjem nekoga novog predmeta ili pojma:

*bik* < engl. bull, u američkoj burzovnoj terminologiji 'osoba koja vjeruje u porast cijena i zato kupuje vrijednosnice s namjerom da ih proda po višim cijenama'; *fuzija* < engl. merger, 'proces spajanja dvaju ili više poduzeća u jedno novo poduzeće' (njem. *Fusion*, tal. *fusione*, španj. *fusión*); *medvjed* < engl. bear, 'osoba koja vjeruje u pad cijena i zato prodaje vrijednosnice s namjerom da ih kupi po nižim cijenama'; *mjhuri* < engl. bubbles, 'razdoblja nagloga porasta cijena nekoga dobra ili niza dobara gdje početni porast izaziva očekivanja daljnjih porasta i tako privlači kupce željne što višega profita'; *preuzimanje* < engl. takeover, 'preuzimanje ciljanoga poduzeća'; *uspavana ljepotica* < engl. sleeping beauty, 'podcijenjeno poduzeće, obično sa skrivenim sredstvima'; *veliki prasak* < engl. big bang, 'velika reforma financijskih tržišta koja se zbila 1986. godine u bankarskome sustavu Velike Britanije'.

### 5.3. Polusloženice

Glavnim obilježjima polusloženica E. Barić i D. Malić (1986: 94) smatraju atributivnost prve imenice u odnosu prema drugoj, nemogućnost sklanjanja prve imenice, nesudjelovanje u tvorbi, čuvanje obaju naglasaka i sintaktičku cjelovitost. Prvi, nesklonjivi dio takve sveze često je neadaptirani strani element<sup>12</sup>, kao što je slučaj s izrazom *rating-agencija*.

M. Mihaljević (1998: 84) kaže u *Terminološkome priručniku* da se polusloženice ne uklapaju lako u hrvatski jezični sustav. Sličan se stav može potvrditi pretraže li se

<sup>11</sup> U literaturi supostoji termin *semantička prevedenica*. U hrvatskome jezikoslovlju ustalio se naziv *semantička posuđenica*, pa se rabi i u ovome radu.

<sup>12</sup> U vezi je s time i neprilagođenost grafijske i ortografske naravi. Naime, jedan dio novijih poluprevedenica/polusloženica nije grafijski prilagođen normi hrvatskoga jezika: *recovery organizacija* ili *greenfield ulaganje*, ili pokazuje ortografsku nedosljednost: *master proračun*, *master-proračun*, *masterproračun* (Turk, 2001: 272). E. Barić i D. Malić (1986: 91) ističu da je problem ortografske nedosljednosti prisutan dugi niz godina, samo što je u novije vrijeme neusporedivo veći. U *Hrvatskome pravopisu* (Babić, Finka, Moguš, 1994: 77) stoji da se između sastavnih dijelova polusloženica piše spojnica a njome se "označuje nesklonjivost prvoga dijela polusloženice" (Barić i dr., 1999: 203). Što se pak tiče grafijske neprilagođenosti, kulturno-obavijesni razlozi i želja da se istakne strano podrijetlo riječi ponekad traže da se u hrvatskome jeziku riječ ostavi u izvornome obliku, ali u tome ne treba pretjerivati jer se tuđice po općemu pravilu pišu fonetski, a ne prema pisanju u stranome jeziku (Babić, Finka, Moguš, 1994: 68).

filološki časopisi u kojima je polusloženica već pedesetih godina naznačena kao problem zbog neprilagođenosti zahtjevima norme hrvatskoga jezika<sup>13</sup>.

Polusloženice se mogu prilagoditi domaćoj jezičnoj normi na nekoliko načina. To se potvrđuje na primjerima iz područja ekonomije. Stranim se imenicama mogu dodati domaći pridjevski nastavci: *holdinška kompanija* (usp. *holding društvo*); može se stvoriti dvočlani naziv imenica + imenica u genitivu: *provjera menedžmenta* ili iskoristiti neka druga pridjevska odrednica: *društvo za leasing*. Polusloženicu se može zamijeniti konstrukcijom u kojoj su oba dijela sklonjiva i u kojima je prvi dio preveden: *biznis partner* > *poslovni partner*.

Navedene je mogućnosti prilagodbe, međutim, ponekad teško zamisliti i ostvariti na konkretnim primjerima. Osim toga, treba uzeti u obzir da je izraze koji su usvojeni kao stručni nazivi vrlo teško mijenjati. Primjerice, izraz *master proračun*, 'ukupan financijski plan poduzeća, redovito za razdoblje kraće od jedne godine', u tome je obliku prihvaćen, često rabljen, a time i potreban. Pitanje je bi li bilo značenjski precizno i prihvatljivo strani izraz *master* zamijeniti domaćom riječju *ukupan* ili preimenovati izraz u *proračun master* ili pak *masterni proračun*. Bi li takva zamjena bila "i terminološki i jezično ispravna" (Mihaljević, Šarić, 1995: 169), pitanje je upućeno ekonomistima i jezikoslovcima jer najpogodnije i najpreciznije domaće zamjene za strane nazive proizlaze upravo iz njihove suradnje. Za sada je naziv kao takav potreban jeziku jer adekvatna domaća zamjena još nije predložena.

Na prvome se mjestu znaju naći i složena skraćenica, npr. *ZB trend*, ili slovo abecede, npr. *e-trgovina*. Prvome bi se primjeru još i mogao promijeniti redoslijed sastavnica, dok u drugome to nije moguće jer je slovo abecede početno slovo pridjeva *elektronički*.

Kako se radi o veoma plodnome tvorbena-sintaktičkom modelu, javnost prihvaća i koristi polusloženicu te 'kuje' svoje vlastite. S obzirom na njihovu proširenost i usvojenost gotovo ih je nemoguće izbjeći, posebice zato što za neke polusloženice nisu iznađene dobre zamjene u hrvatskome jeziku, pa "ih ne bi trebalo po svaku cijenu istjerivati iz jezika" (Barić i dr., 1999: 66).

U recentnim publikacijama iz područja ekonomije polusloženice su uobičajena pojava. S obzirom na to da se ekonomsko nazivlje u velikoj mjeri kovalo na engleskome govornom području (SAD), gdje je taj tvorbeni obrazac potpuno prihvatljiv, sa sobom je ulazeći u hrvatski jezik i prodirući u publicistički stil donijelo mnoge nazive u obliku polusloženice.

Primjere se polusloženica može svrstati u tri skupine. Prvu skupinu čine polusloženice u kojima su oba elementa anglizmi: *change management*, *web biznis* (*web business*) i *business intelligence*. U drugu skupinu, u kojoj je jedan element anglizam, a drugi se prevodi, ulaze izrazi poput *one-man tvrtka* (engl. *one-man firm*),

<sup>13</sup> Usp. S. Barić (1983/84) i Ž. Bujas (1957/58b: 62).

*greenfield ulaganje* (engl. greenfield investment) i *online poslovanje* (engl. online business). Treća skupina podrazumijeva polusloženice u kojima su anglizmi zamijenjeni domaćim izrazima ili ranije posuđenim i integriranim leksemima. Takvi su primjeri *e-posao* (engl. e-business) i *e-novac* (engl. E-money).

Pri nazivanju banaka, fondova, *leasinga* i drugih organizacija ili obrta te njihovih ponuda i proizvoda često se poseže za polusloženicama, odnosno "juktapozicijama dviju imenica bez spojnika" (Muhvić-Dimanovski, 1992: 121): *Croatia leasing*, *Export menedžment*, *Erste International*, *Hypo banka*, *Raiffeisen Consulting*, *Jadran-IMPEX*, *Mind aid fond*, *Flexi račun/kredit*, *smart kartica* itd.

## 6. Neki aspekti prihvaćenosti i prilagodbe posuđenica iz engleskoga jezika u hrvatskome jeziku

O razlozima prihvaćenosti posuđenica i njihovoj uporabi bit će više riječi u dijelu o paralelnoj uporabi posuđenica i prevedenica. Neki su od razloga internacionalni status posuđenice, ekonomičnost i preciznost stranog izraza te usvojenost posuđenice kao naziva. Učestalosti njihove uporabe i prihvaćanju doprinosi i jezik publicistike kao i činjenica da se te posuđenice, osim samostalno, javljaju i kao dio mnogih višerječnih naziva i sintagmatskih veza.

Tako prihvaćene, mnoge se posuđenice pišu u fonetiziranom obliku i prilagođavaju tvorbenim pravilima hrvatskoga jezika.

U sljedećim se odlomcima o tome nastoji reći nešto više.

### 6.1. Dvočlani izrazi

Dvočlani izrazi u najvećem broju slučajeva najadekvatnije reproduciraju strani model jer omogućavaju preciznije označavanje.

Ulazak stranih naziva u jezik primalac i u okviru dvočlanih izraza potvrđuje i jača njihovu prihvaćenost u jeziku. U dvočlanim se nazivima jako dobro ostvaruju i internacionalizmi koji već postoje u jeziku, a čiju uporabu engleski baš kroz ovakve izraze aktivira i obogaćuje novim nijansama značenja. Radi se o primjerima poput *monetarni sustav*, *monetarna reforma*, *monetarne rezerve* i sl. Sintagmatski izrazi kojima je jedan dio internacionalizam često vrlo dobro preslikavaju izvorni engleski oblik.

Primjerice, izraz *menedžer*, osim samostalno, javlja se i u okviru velikoga broja dvočlanih izraza:

- *menedžer* (marketing ~, brand ~, office ~, event ~, fond ~, projekt ~); *menedžer financija* itd.

## 6.2. Hibridi

Hibridne su složenice izrazi tvoreni od sastavnica koje pripadaju različitim jezicima (Muhvić-Dimanovski, 1992: 165). Poluprevedenice ne bi trebalo poistovjećivati s hibridnim složenicama jer su one podskupina hibridnih složenica, tj. svaka je poluprevedenica ujedno hibridna složenica, dok obrnuto ne vrijedi.

Primjerice, složeni izrazi *internetski biznis* (engl. Internet business), *biznis partner* (engl. business partner), *mali biznis* (engl. small business) načinjeni su prema engleskim modelima. Za razliku od ovih primjera, izraz *mala biznis butiga* (Banka, srpanj, 63) nije nastala prema engleskome modelu. Butiga je inače 'sitničarija, manja prodavaonica; trgovačka radnja' (Anić, 1994: 75). Vlasnik *butige*, u itervjuu, tim izrazom naziva 'projekt koji nudi individualizirano opuštanje vrhunskim menadžerima, smještaj u Lovranskoj vili i upoznavanje s kulturom i sredinom u kojoj se nalaze'<sup>14</sup>. Kako kombinacije riječi *biznis* i riječi *shop* ili *store* (*butiga* → dućan; dućan → AE store, BE shop; Bujas, 1999: 269) nema u engleskome jeziku, taj izraz nije poluprevedenica, već hibrid.

Ovime se želi pokazati da je izraz *business/biznis* proširen i prihvaćen u hrvatskome jeziku toliko da počinje formirati veze s riječima s kojima nije u vezi u engleskome jeziku. Osim toga, prihvaćenost je iste posuđenice vidljiva i u preuzimanju i uporabi njezina kraćeg, neformalnog oblika u izrazima *show biz* (*showbiz*) ili *CroatiaBiz*. Složenica *biznismen* prema engl. *businessman* također je često u uporabi.

## 6.3. Utjecaj izgovora na pisanje anglizama

Anglizme treba pisati prema izgovoru (koji približno odgovara izgovoru u engleskome jeziku), odnosno u fonetiziranom obliku: *biznis*, *menadžment*, *budžet* i sl. To je u skladu s hrvatskom pravopisnom tradicijom a tako napisani anglizmi uklopljeni su u sustav hrvatskoga jezika "kao aktivni tvorbeni činitelji" (Barić i dr., 1999: 287-288).

Treba reći da je u publicističkim tekstovima velik broj primjera paralelne uporabe riječi napisanih u njihovom originalnom i fonetiziranom obliku: *brand* i *brend*, *business* i *biznis*, *management* i *menadžment*, *rating* i *rejting*.

## 6.4. Domaći tvorbeni morfemi na posuđenicama

Nakon preuzimanja iz engleskog u hrvatski jezik od osnovnih su oblika adaptiranih posuđenica izvedene imenice, pridjevi i glagoli pomoću tvorbenih formanata u morfološkome sustavu hrvatskoga jezika.

Pridjevi *menadžerov* i *marketinški* primjeri su spoja posuđenica i domaćih tvorbenih formanata *-ov* i *-ski*. Pridjevske su posuđenice rezultat sekundarne

<sup>14</sup> U tekstu se dalje navodi da teoretičari turizma takav projekt nazivaju *Residence Responsive Tourism*.

adaptacije<sup>15</sup>, tj. izvedene su od osnovnog oblika već adaptiranih engleskih imenskih posuđenica pomoću pridjevskih formanata u morfološkom sustavu hrvatskoga jezika te imaju sve značajke hrvatskih pridjeva (Filipović, 1986: 61).

Imenički sufiks *-ost* dolazi na pridjevske osnove, i to prvenstveno osnove *n-*pridjeva (Barić i dr., 2003: 321): *volatiln > volatilnost*.

Jednosložne osnove obično se u množini produžuju množinskim umetkom *-ov*. U dugom se množinskom obliku anglizma *brend > brendovi* uočava spomenuti umetak.

Glagolske se posuđenice tvore dodavanjem infinitivnoga formanta i infinitivnoga nastavka na importiranu osnovu: glagol *investirati* izveden je od posuđenice kojoj je dodan infinitivni formant *-ira* i infinitivni nastavak *-ti*<sup>16</sup>.

## 6.5. Isticanje anglizama u publikacijama

Izrazi engleskoga podrijetla često su istaknuti u publikacijama signalima koji inače upozoravaju na nove, nepoznate riječi, prevedenice ili riječi neprilagođene hrvatskome jezičnom standardu. V. Muhvić-Dimanovski (1992: 124) u takve signale uvrštava kurziv, uporabu navodnika i uvođenje izraza s tzv.:

- "Nizom se takvih poslova stvaraju monopoli i oblici *trustovskog* ponašanja što šteti slobodnoj konkurenciji." (Fokus, 22. 7. 2005., 28);
- "To je bio munjeviti uzlet velikog broja naših tamošnjih '*businessmana*' koji Hrvatsku kupuju ne samo u '*cashu*' i nekretninama, već i uplivom na politička zbivanja." (Novi list, 23. 3. 2005., 2);
- "Hvale je vrijedna inicijativa Vladin projekt tzv. *one stop shopa* kojim se nastoji smanjiti prevelika birokratiziranost." (EUkonomist, ožujak, 2005., 7).

Uz neke je posuđene izraze objašnjeno što oni predstavljaju:

- "*Benchmarking* je način na koji određena tvrtka može doznati što je razlog uspješnosti nekih drugih te usvojiti najbolja rješenja u toj grani industrije." (EUkonomist, srpanj/kolovoz, 2005., I).

U tekstu ponekad uz originalni izraz stoji (polu)prevedenica u zagradi:

- "Razvoj inovacija u razvijenim zemljama uključuje bitnu ulogu *venture capital fondova (fondovi rizičnog kapitala)*." (EUkonomist, ožujak, 2005., 13).

Za pojedine su izraze predočeni prijevod i objašnjenje:

- "*Mystery shopping* ili tajna kupovina poslovni je alat pomoću kojega tajni kupci na zahtjev određene tvrtke, pretvarajući se da su potencijalni kupci,

<sup>15</sup> R. Filipović (1986: 56) sveukupne promjene u toku adaptacije dijeli u dvije skupine: primarne i sekundarne. Prve se javljaju od momenta transfera modela u jezik primalac sve do integracije replike u sustav toga jezika. Druge se javljaju na replici od integracije u sustav jezika primaoca i dalje.

<sup>16</sup> P. Skok (1971: 728) navodi da je sufiks *-irati* njemačko-francuskoga podrijetla. Složen je od prvog elementa njem. *-ier-en* (< fr. *-ir* ili *-er* < lat. *-are*). U hrvatski je došao njemačkim posredništvom. Sufiks *-irati* hrvatski je iz njemačkoga posudio još u 17. stoljeću (Muhvić-Dimanovski, 1996: 460).

objektivno mjere kvalitetu usluge te tvrtke." (CroatiaBiz, srpanj/kolovoz, 2005., 54).

Uz prevedenicu se ponekad nalazi strani izraz po kojemu je prevedenica nastala, kao i podatak tko je prevedenicu skovao, odnosno prvi put upotrijebio:

- "Pojam *znanstveno upravljanje*, tj. englesku inačicu istog pojma "Scientific Management" skovao je Frederick Winslow Taylor." (CroatiaBiz, srpanj/kolovoz, 2005., 38).

Ponekad je u publikaciji prisutno i objašnjenje podrijetla pojma:

- "*Mobbing* dolazi od engl. riječi *to mob* i znači 'napasti, nasrnuti'." (Zaposlena, veljača, 2005., 6).

Posuđeni su dijelovi polusloženica također ponekad u navodnicima ili pisani kurzivom:

- "Neki od njih misle da se neslužbena informacija naziva 'offshore' informacijom." (Novi list, 27. 7. 2005., 5);
- "Što možete ponuditi zasićenom *retail* tržištu?" (Banka, srpanj, 2005., 19).

Istaknutost anglizama iz područja ekonomije kurzivom ili navodnicima češća je u publikacijama koje nisu usko specijalizirane, dok su u publikacijama iz područja ekonomije istaknute novije i rijetko rabljene posuđenice, a ostale se ne ističu jer čine prihvaćen i često rabljen dio ekonomskoga leksika.

## 7. Paralelna uporaba posuđenice i prevedenice

Činjenica da nije uvijek lako naći adekvatnu domaću zamjenu ne obeshrabruje lingviste, književnike, prevoditelje, novinare i dr. u njihovim nastojanjima da za strane izraze pronađu odgovarajuće zamjene posežući pritom u vrela vlastita jezika. Sva ta nastojanja često dovode do supostojanja posuđenica i prevedenica.

V. Muhvić-Dimanovski (1986: 248) navodi primjer paralelne uporabe posuđenice *samit* i prevedenice *sastanak na vrhu*. Razlozi su zadržavanja posuđenice ekonomičnost, tj. jezgrovitost stranog izraza, prednost pri pridjevskoj uporabi (*predsamitski*) i variranje uporabe u tekstovima koji o tome pišu da bi se izbjeglo ponavljanje jednoga te istog izraza. Spomenutim razlozima valja dodati još neke. Prvi je privlačnost stranih izraza: nazivi *manager* i *coach* zvuče modernije i privlačnije od riječi *voditelj* i *svjetnik*, a i pripadaju svijetu *biznisa* u kojemu su potrebne takve pomodnice<sup>17</sup>. Drugi je razlog transparentno i precizno iskazivanje biti pojma. U skladu

<sup>17</sup> Usporedi C. Maier (2004: 74-81). Autorica, po struci ekonomistica, kritizira svijet velikih korporacija posebno se osvrćući na ogroman utjecaj Amerike na frankofone zemlje, osobito u jezičnome smislu. Autorica kaže da zapadnoeuropske tvrtke pate od kompleksa naspram američkih *business schools*. Koja se god riječ proslavi u Sjedinjenim Državama, poput vala prijeđe Atlantik i uđe u modu koja zatim zahvati francuske visoke upravne škole, trgovačke institucije i diskurs poduzetnika. Opisana je pojava relativno u suprotnosti s nastojanjima *Comité de la langue française* kojega je vlada osnovala 1966. godine s ciljem čuvanja francuskoga jezika od ingresije anglizama.

s time, raslojavanje uporabe posuđenice i prevedenice ili pak isključivu uporabu posuđenice Lj. Dabo-Denegri (1998: 445) objašnjava različitosti kulturnih i civilizacijskih referenci, a Ž. Bujas (1957/58a: 30) poznavanjem engleskog i američkog načina života i društvenih institucija koji sa sobom nose određene nazive koji ih najpreciznije označavaju. Treći razlog jest ulazak posuđenice, samostalno i u sintagmatskim izrazima, u redovitu i spontanu uporabu govornika jezika primaoca. Zbog toga ni činjenica da su domaće zamjene bolje uklopljene u sustav hrvatskoga jezika ne jamči njihovu prihvaćenost jer prihvaćenost ovisi o uzusu. Četvrti razlog podrazumijeva internacionalni status posuđenice. Peti je razlog različit kolokacijski potencijal prevedenice i posuđenice. Naime, iako se prevedenica i posuđenica rabe paralelno, samostalno i kao dio kolokacija, u neke kolokacije ulazi isključivo posuđenica. Šestim se razlogom pojave sinonimnih naziva, odnosno paralelne uporabe posuđenice i prevedenice, može smatrati činjenica da je normiranje "retrospektivna aktivnost, koja slijedi za imenovanjem"<sup>18</sup>. Kao sedmi razlog treba naglasiti da je izraze koji su usvojeni kao stručni nazivi vrlo teško mijenjati.

Riječi se najčešće posuđuju u značenju za kojim postoji potreba. Pretpostavi li se da su *biznis* (*business*), *broker* i *kliring* (*clearing*) posuđeni u značenju za kojim je postojala potreba, onda je jasno da se domaći izrazi *posao*, *posrednik* i *obračun* nisu rabili u tome značenju. Pročitaju li se definicije značenja stranih izraza<sup>19</sup>, može se utvrditi da strani izrazi imaju šire ili uže značenje od domaćih, odnosno u svoje definicije uključuju domaći izraz ili ga postavljaju<sup>20</sup> u određeni kontekst. Potreban je dulji vremenski raspon da bi se uz domaći izraz povezalo i ono značenje u kojem su strane riječi preuzete. Danas se i prevedenice rabe u navedenome značenju, ali su posuđene riječi još uvijek puno više u uporabi.

Zanimljivo je dodati da se izrazima *biznis* (*business*) i *posao*, osobito u posljednje vrijeme, pridružuju različite konotacije. Naime, u određenim kontekstima naziv *biznis* ima pejorativno značenje, tj. odnosi se na posao koji nije "baš uvijek posve u skladu sa zakonom" (Ljubičić, 1998: 29), dok je domaći izraz neutralan. Ta bi pojava mogla dovesti do potpunoga raslojavanja uporabe prevedenice i posuđenice i sve češće uporabe domaće riječi i u značenju u kojem je posuđen strani izraz. Osim toga, pridjev *poslovni* ulazi u velik broj sintagmatskih sveza: *poslovni* (~ sastanak, ~ dogovor, ~ partner, ~ kontakti, ~ plan); *poslovna* (~ transakcija, ~ klima); *poslovno* (~ upravljanje, ~ ulaganje).

<sup>18</sup> Usporedi A. Štambuk (2005: 30).

<sup>19</sup> *Business* je pojam koji obuhvaća svaku gospodarsku aktivnost, a sadrži poslovnost i zarađivanje – rad, *posao*, privređivanje, zarađivanje i gubitak, poslovni život.

*Broker* je ovlašten *posrednik* u trgovanju na burzi koji na temelju formalnog naloga provodi transakcije u ime i za račun klijenta (Poslovni savjetnik, srpanj/kolovoz, 2005., 23).

*Clearing* – 'obračun putem kliringa' (Bujas, 1999: 154). Kliring – 'obračunavanje u međunarodnom platnom prometu bez gotovine, pri čemu dolazi do prebijanja dugovanja i potraživanja između dvije zemlje ili između uvoznika i izvoznika iste zemlje' (Brozović Rončević i dr., 1996: 86).



U hrvatskome jeziku riječ *tajkun* (engl. tycoon) također ima pejorativno značenje: 'financijski moćnik koji se obogatio naglo bez novca i rada; novopečeni bogataš', a riječ *magnat* koristi se u neutralnome kontekstu<sup>20</sup>. U engleskome riječ označava veoma bogata i moćna poslovnog čovjeka.

Neki strani izrazi u jednome ekonomskom nazivu ostaju nekalkirani, a u drugome su nazivu prevedeni. Takvi su primjeri: **clearing** > korporacija za **kliring** opcija/**obračunske** kuće; **management** > provjera **menedžmenta/upravljanje** ciljevima; **business** > mali **biznis**/ugovaranje **poslova** izvan poduzeća. Drugim riječima, strani su se izrazi ustalili u jednim višerječnim nazivima, a domaći u drugima.

U sličnome su odnosu izrazi *gospodarstvo* i *ekonomija*. Iako se podjednako pojavljuju u tisku, samostalno i u kombinacijama s drugim riječima, u neke izraze za sada ulazi isključivo leksem *ekonomija* i adekvatne izvedenice: *ekonomska znanost*, *diplomirani ekonomist*, *makroekonomija*, *ekonomičan*.

U ovome se kontekstu čini primjerenim spomenuti načela<sup>21</sup> prema kojima prednost treba dati domaćem, kraćem, usklađenijem i proširenijem nazivu. U vezi s time treba reći da iako se svako načelo može zasebno potkrijepiti primjerom, lako je uočiti da jedan te isti naziv često ne zadovoljava istodobno različite kriterije, tj. pojedina su načela u opreci: prednost dana domaćim riječima, usklađenim sa sustavom hrvatskoga jezika nije uvijek i prednost dana proširenijim i korisnicima prihvatljivijim nazivima. Također, kraći je naziv često strana riječ ili je u obliku polusloženice, a to ne zadovoljava načela usklađenosti naziva i prednosti domaće riječi.

## 8. Zaključak

Na primjeru anglizama iz područja ekonomije vidljiva je svojevrsna briga za standardni jezik: nastoji se kontrolirati ogroman priljev posuđenica, naći adekvatne domaće zamjene, prilagoditi ih pravilima hrvatskoga jezika te upozoriti na slučajeve neprilagođenosti.

Ta briga većinom teško dolazi do izražaja kada se uzme u obzir ogroman utjecaj engleskoga na semantičkoj i leksičkoj razini hrvatskoga jezika. Velike društvene i ekonomske promjene kojima smo okruženi te komunikacijska povezanost i brz protok informacija koji prate te promjene mahom dovode do posuđenih riječi i struktura, za koje se smatra da bolje predstavljaju pojmove i predmete s (američko)engleskoga govornog područja no što to mogu domaći izrazi. To je naprije vidljivo u publicističkim tekstovima koji nastaju brzo i odraz su aktualnih zbivanja u svijetu.

Da bi jezik struke 'baratao' ekonomičnim, transparentnim i razumljivim nazivima važna je i jezična skrb jezikoslovaca i svijest o tome da se "jezik i njegova

<sup>20</sup> Usporedi A. Gluhak: "Tajkuni", Riječi o riječima (Večernji list, 10. 3. 1998., 18).

<sup>21</sup> Više o spomenutim načelima vidi u M. Mihaljević (1998: 77-107).

eksplicitna norma mijenjaju" (Haugen, 1966: 348). S obzirom na to da prihvaćenost naziva i struktura (npr. polusloženica) ovisi o govornicima, odnosno uzusu, propis bi se morao temeljiti na opisu, odnosno "faktičkoj upotrebi" (Kalogjera, 1998: 245-246). Uzmimo npr. oblik polusloženice: iako se taj tvorbeno-sintaktički obrazac ne uklapa lako u hrvatski jezični sustav, radi se o veoma plodnome tvorbeno-sintaktičkom modelu čijem širenju doprinosi engleski jezik. Mnogi su nazivi u hrvatski jezik ušli u tom obliku. Zbog proširenosti i prihvaćenosti polusloženica bi se mogla smatrati svojevrsnom inovacijom norme.

Umjereni se purizam ostvaruje u kompromisu između skrbi za pravilnost jezika i svijesti da se jezik sporo ali kontinuirano mijenja. Na tragu slična stava je i većina hrvatskih jezikoslovaca (usp. Babić, 1975/76; Vince, 1980; Filipović, 1986; Turk, 1996) kada naglašavaju da strane elemente treba prihvatiti ako su jeziku potrebni te izbjegavati nepotrebno i neprecizno opisivanje domaćim riječima. Na primjeru ekonomskoga nazivlja vidljivo je da inzistiranje na prevođenju može dovesti do dugih, nezgrapnih izraza (npr. *preuzimanje poduzeća uz pomoć aktive preuzetog poduzeća* prema engl. *leveraged buyout*) ili neprirodnih prevedenica (npr. *izvikivač*, *pretrgač* prema engl. *broker*; Šimundić, 1994: 15).

## RJEČNICI

- V. Anić (1994), "Rječnik hrvatskoga jezika", Novi liber, Zagreb.
- D. Brozović-Rončević i dr. (1996), "Rječnik novih riječi: mali vodič kroz nove riječi i pojmove u hrvatskim glasilima", Minerva, Zagreb.
- Ž. Bujas (1999), "Veliki englesko-hrvatski rječnik", Nakladni zavod Globus, Zagreb.
- Ž. Bujas (1999), "Veliki hrvatsko-engleski rječnik", Nakladni zavod Globus, Zagreb.
- Englesko-hrvatski poslovni rječnik (2000), ur. V. Špiljak, Masmedia, Zagreb.
- G. Filipi i F. Ionilă (2001), "Hrvatsko-rumunjski rječnik", Dominović d.o.o., Zagreb.
- L. Hadrovics i I. Nyomárkay (1996), "Hrvatsko-mađarski rječnik", Akadémiai Kiadó, Budimpešta.
- B. Klaić (1980), "Rječnik stranih riječi", Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb.
- D. Mazalin-Bøge (2003), "Hrvatsko-norveški rječnik", Školska knjiga, Zagreb.
- M. Moguš i N. Pintarić (2002), "Poljsko-hrvatski rječnik", Školska knjiga, Zagreb.
- A. P. Nussdorfer (2000), "Hrvatsko-švedski rječnik", SIMS books, Zagreb.
- Osmojezični enciklopedijski rječnik (1995), glavni urednik T. Ladan, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža", Zagreb.
- D. Profeta i A. Novosad (1999), Hrvatsko-češki rječnik, Informator, Zagreb.
- R. Simeon (1969), "Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva", Matica hrvatska, Zagreb.

- P. Skok (1971), "Etimologijski rječnik hrvatskoga ili srpskoga jezika", Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti, Zagreb.
- M. Šimundić (1994), "Rječnik suvišnih tuđica u hrvatskomu jeziku", Barka, Zagreb.
- F. Takač (1999), "Hrvatsko-slovački rječnik", Školska knjiga, Zagreb.

## LITERATURA

- S. Babić (1975/76), "Tražimo zamjene za neprihvatljive tuđice", Jezik, god. XXIII, 3-4, Zagreb, 119-120.
- S. Babić (1983/84), "Ljudi moji, postao sam nepismen: ne razumijem više hrvatski", Jezik, god. 31, 2, Zagreb, 55-59.
- S. Babić, B. Finka, M. Moguš (1994), "Hrvatski pravopis", Školska knjiga, Zagreb.
- L. Badurina, M. Kovačević (2000), "Publicistički stil – problematizacija pojma", Riječki filološki dani, zbornik radova 3, Rijeka, 19-27.
- E. Barić i D. Malić (1986), "O problemu polusloženica", Jezik 3-4, Zagreb, 90-104.
- E. Barić i dr. (1999), "Hrvatski jezični savjetnik" (HJS), Pergamena – Školske novine, Zagreb.
- E. Barić i dr. (2003), "Hrvatska gramatika", Školska knjiga, Zagreb.
- L. Bloomfield (1970), "Language", George Allen and Unwin Ltd, London.
- D. Brozović-Rončević, L. Sočanac (1998), "O nekim pitanjima vezanima uz izradbu rječnika novih riječi", Filologija, Zagreb, 31-34.
- Ž. Bujas (1957/58a), "Doslovno prevođenje s engleskog jezika", Jezik, god. VI, 1, Zagreb, 29-31.
- Ž. Bujas (1957/58b), "Utjecaj engleskih atributa", Jezik, god. VI, 2, Zagreb, 62-63.
- U. Busse (1996), "A Dictionary of Anglicisms – an outline of its history, content and objectives", Suvremena lingvistika 41/42, 103-114.
- Lj. Dabo-Denegri (1998), "Jezično posuđivanje: tipologija jezičnih posuđenica (anglicizmi u francuskom jeziku)", Filologija 30-31, Zagreb, 439-450.
- R. Filipović (1986), "Teorija jezika u kontaktu", JAZU – Školska knjiga, Zagreb.
- Govorimo hrvatski: jezični savjeti (1997), priredio M. Dulčić, Hrvatski radio – Naprijed, Zagreb.
- E. Haugen (1997), "Language Standardization", Sociolinguistics, Macmillan Press Ltd, djelomični pretpisak teksta iz 1966. "Dialect, Language, Nation".
- V. Ivir (1996), "Semantička neodređenost internacionalizama i njene posljedice za prevođenje", Suvremena lingvistika 41/42, Zagreb, 245-254.
- K. Juretić (1998), "Engleski jezik – ispunjenje sna o Babilonskoj kuli ili lingvistički imperijalizam", Jezična norma i varijeteti, Zagreb – Rijeka, 223-231.

- D. Kalogjera (1998), "Nezaobilaznost normi (norma) i kritika norme", *Jezična norma i varijeteti*, Zagreb – Rijeka, 241-249.
- A. Kovačec (2004), "Izazovi globalizacije i hrvatski jezični standard", *Jezik*, god. 51, 2, Zagreb, 60-66.
- M. Ljubičić (1998), "Bilješke o semantičkoj specijalizaciji posuđenica", *Suvremena lingvistika* 45-46, god. 24, sv. 1-2, Zagreb, 17-37.
- C. Maier (2004), "Dobar dan, lijenosti" (s francuskoga prevele Lj. Ješić i M. Jelinek), *Oceanmore*, Zagreb.
- M. Mamić (1996), "Jezični savjeti", *Hrvatsko filološko društvo*, Zadar.
- M. Mihaljević (1998), "Terminološki priručnik", *Hrvatska sveučilišna naklada*, Zagreb.
- M. Mihaljević, Lj. Šarić (1995), "Hrvatske istovrijednice stranih naziva", *Rasprave Zavoda za hrvatski jezik*, sv. 21, 157-171.
- V. Muhvić-Dimanovski (1986), "O paralelnoj upotrebi posuđenica i njihovih prevedenica", *Filologija* 14, Zagreb, 247-253.
- V. Muhvić-Dimanovski (1992), "Prevedenice – jedan oblik neologizama", *Rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti*, knj. 446, Zagreb, 94-205.
- V. Muhvić-Dimanovski (1996), "Njemački kao jezik posrednik pri posuđivanju iz engleskoga u hrvatski", *Suvremena lingvistika* 41-42, 457-464.
- V. Muhvić-Dimanovski (1998), "Neologizmi na razmeđu jezične otvorenosti i jezičnoga purizma", *Filologija* 30-31, Zagreb, 495-499.
- J. Silić (1997), "Znanstveni stil hrvatskoga standardnog jezika", *Kolo*, br. 2, Zagreb, 359-415.
- K. Sørensen (1988), "Sociolinguistic relations between English and Danish since 1945", *Languages in Contact, Proceedings of the Symposium 16.1. Languages in Contact of the 12th ICAEAS*, Zagreb, 30-32.
- M. Šimundić (1973/74), "Marketing i leasing", *Jezik*, god. XXI, 3-4, Zagreb, 122-124.
- A. Štambuk (2005), "Jezik struke i spoznaja", *Književni krug*, Split.
- M. Turk (1996), "Jezični purizam", *Fluminensia* 1-2, Rijeka, 63-79.
- M. Turk (2001), "Tvorbene značajke kalkiranih imenica", *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, knj. 27, 267-280.
- Z. Vince (1980), "I jezična čistoća i funkcionalnost", *Jezik*, god. 27, 2-3, Zagreb, 65-79.

## SUMMARY

Branka Drljača

### ANGLICISMS IN THE ECONOMIC TERMINOLOGY OF THE CROATIAN LANGUAGE AND THE STANDARD LANGUAGE NORM

The standard language norm fulfils two basic requirements: stability of language and its development. The former covers replacing of foreign terms with Croatian equivalents or at least their adaptation according to the rules of the Croatian language. The latter implies fulfilling new lexical needs. The economic power of the United States of America is reflected in the influence of the English language on term-formation in Croatian. Acceptance of lexical innovations is primarily gained due to the language of the media.

**Key words:** *anglicisms, economic terminology, language norm, Croatian, English*