

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Odsjek za kroatistiku

Katedra za hrvatski standardni jezik

Zagreb, srpanj 2015.

**PRILAGODBA ANGLIZAMA
U ODABRANIM HRVATSKIM
POPULARNOKULTURNIM ŽANROVIMA**

DIPLOMSKI RAD

8 ECTS BODOVA

Mentorica:

Doc. dr. sc. Tatjana Pišković

Studentica:

Vanja Jajić

SADRŽAJ

1. UVOD	3
2. JEZICI U KONTAKTU – DEFINICIJA I POVIJESNI PREGLED	5
3. RAZLOZI JEZIČNOG POSUĐIVANJA	8
4. GLOBALIZACIJA I (GLOBALNI) ENGLISKI JEZIK – ZAŠTO BAŠ ENGLISKI?	9
5. POSUĐENICE IZ ENGLISKOJ JEZIKU.....	13
6. PRILAGODBA POSUĐENICA.....	15
6. 1. PRILAGODBA NA FONOLOŠKOJ RAZINI – TRANSFONEMIZACIJA	15
6. 2. PRILAGODBA NA ORTOGRAFSKOJ RAZINI.....	18
6. 3. PRILAGODBA NA MORFOLOŠKOJ RAZINI – TRANSMORFEMIZACIJA	21
6. 3. 1. Adaptacija roda imenica	23
6. 3. 2. Adaptacija glagolskih kategorija.....	23
6. 3. 3. Prilagodba pridjeva	24
6. 4. PRILAGODBA NA SEMANTIČKOJ RAZINI	27
6. 5. PRILAGODBA NA SINTAKTIČKOJ RAZINI.....	31
6. 5. 1. Jukstapozicija/predatribucija i predapozicija	32
6. 5. 2. Ostale sintaktičke konstrukcije po uzoru na engleski model	35
7. STAVOVI JEZIKOSLOVACA I GOVORNIKA	39
7.1. JEZIČNI PURIZAM.....	39
7. 2. STAVOVI GOVORNIKA O UPOTREBI ANGLIZAMA.....	42
8. ZAKLJUČAK	44
LITERATURA.....	49
IZVORI	51
INTERNETSKI IZVORI – PORTALI.....	51
INTERNETSKI IZVORI – RJEČNICI	52
TISKOVINE.....	52
SAŽETAK.....	53
KLJUČNE RIJEČI	53

1. UVOD

Aktivno sudjelovati u životu hrvatskoga jezika u 21. stoljeću postalo je izazovno, zanimljivo, ponekad i začudno. Slušanjem, čitanjem i gledanjem modernih medijskih strujanja osjetljiviji govornici postaju svjedoci komunikacijske zbrke uzrokovane strelovito brzim razvojem tehnologije i mogućnošću informacija da u danu običu svijet, popularno nazivan globalnim selom. Najučinkovitiji i najjednostavniji način sporazumijevanja na globalnoj razini postao je engleski jezik, koji, internacionaliziran i globaliziran, danas broji više govornika koji se njime koriste kao drugim i stranim jezikom nego izvornih govornika (usp. Drljača Margić 2010: 12). Držanje koraka sa svjetskim novitetima i modernim civilizacijskim zbivanjima te potreba govornika, posebno mladih, za asimilacijom u svijetu otvorenih mogućnosti stvara specifičnu jezičnu situaciju i postavlja hrvatski jezik u zanimljiv položaj. Cilj ovoga rada skiciranje je stanja suvremenog hrvatskog jezika iscrtavanjem mape glavnih osobitosti zatečenih prilika te isticanje osnovnih problemskih pitanja.

Teorijsku okosnicu čine radovi o jezičnoj kontaktologiji, pa radi potpunije slike valja ponajprije uočiti nekoliko činjenica o njezinu razvoju i djelovanju. Definiranje razloga jezičnoga posuđivanja dovest će do nezaobilaznog pojma globalizacije, čije se opsežno značenje sukladno potrebama ovoga prikaza pokušava suziti i staviti u okvir jezične problematike. U potrazi za objašnjenjem svjetske rasprostranjenosti i prodora engleskoga jezika, većina će izvora uputiti na djelo Davida Crystala *English as a global language*, koje je postalo kapitalno pri tumačenju pojma globalnoga, odnosno svjetskoga jezika. Autora zanima zašto se baš engleski jezik nametnuo kao idealan kandidat za taj položaj te kako uspijeva održati svoju poziciju u svijetu. Ponudit će objašnjenje tumačenjem povijesnih, društvenih i političkih faktora te osvrtom na utjecaj današnje medijske situacije na njegovo održavanje na tom položaju. Zanimljivo je uzeti u obzir činjenicu da velik broj govornika opisuje engleski jezik kao lagan, tečan i zvučan te pokušati otkriti krije li se tajna njegove opće prihvaćenosti u samoj njegovoj strukturi i unutarjezičnim karakteristikama poput ekonomičnosti i sažetosti izraza. Važno je govoriti i o različitim sferama ili domenama u kojima se običava posuđivati iz engleskoga te propitati posljedice koje ono u svakoj od njih ima na „život“ jezika primatelja. Ipak, tema ovoga rada zadržat će se na jednoj od domena i usmjeriti na odabrane žanrove popularne kulture, a zbog širine popularnokulturnih područja u koja ulaze anglizmi (tehnologija, glazba, moda, razgovorni diskurz...) korpus rada crpit će se iz popularnih

modnih časopisa i tjednika tzv. žutog tiska te s internetskih portala sa savjetima o zdravlju i ljepoti (primjeri će se navoditi onako kako se pojavljuju u izvorniku).

Nakon što se rastumače razlozi posuđivanja i dopune slikom recentnih i aktualnih društvenokulturnih strujanja, usredotočit će se na proces prilagodbe riječi nakon njezina ulaska u hrvatski. S obzirom na to da se radi o ishodišnom djelu hrvatske grane jezične kontaktologije na koje se referira veći dio literature, ali i o jednom od rijetkih detaljnijih opisa posuđenica u hrvatskome jeziku, radovi Rudolfa Filipovića poslužit će kao osnovna teorijska nit ovoga rada. Autorova shema opisa prilagodbe anglizama na fonološkoj, morfološkoj, ortografskoj i semantičkoj razini pratit će se u osnovi, no zahvaljujući brzini odvijanja jezičnih promjena pojavit će se potreba za nadopunjavanjem uz pomoć novijih teorijskih radova. Stoga se oko Filipovićeve strukture nastoji isplesti mreža novijih teorijskih uvida A. Nikolić-Hoyt, J. Ajdukovića, N. Opačić, S. Babića, M. Samardžije, V. Muhvić-Dimanovski i drugih. Posebna pažnja posvetit će se sintaktičkoj razini adaptacije, čiji opis u Filipovićevu djelu izostaje, pa ga je također potrebno potražiti u novijim radovima. Sve češća pojava preslikavanja engleskih sintaktičkih struktura u hrvatski jezik, posebno u reklamnim natpisima odabranih žanrova, pokušat će se objasniti čimbenicima poput medijski zastupljenog obožavanja američke kulture i potrebe za kopiranjem američkih obrazaca ponašanja, djelovanja nekompetentnih prevoditelja, čije neznanje može utirati put slijepom preuzimanju engleskih modela, te usporedbe gramatičkih osobitosti koje odlučuju u korist engleskih oblika. Opis iznesenih kategorija prilagodbe posuđenica potkrijepit će se primjerima iz recentnih tiskovina i s aktualnih internetskih stranica, ne starijim od pet godina.

Naposljetku, neophodno se osvrnuti na stavove jezikoslovaca o problematici suvremene jezične situacije. Otkrit će se različiti pogledi na situaciju, komentari te stavovi o tome kako bi se s njom trebalo uhvatiti u koštac. Usto, treba pridati pozornost govornicima jer oni uobličuju jezik, čine ga živim, mijenjaju ga i odlučuju o sudbini određenih riječi i rečeničnih struktura.

2. JEZICI U KONTAKTU – DEFINICIJA I POVIJESNI PREGLED

U svrhu boljeg razumijevanja i pružanja što cjelovitije slike procesa posuđivanja i prilagođavanja engleskih riječi u suvremenome hrvatskom jeziku, prikaz valja započeti iznošenjem teorijske podloge, čiju će okosnicu činiti, kako navodi Filipović (1986: 35), prvi pokušaj da se prikaže teorija jezika u kontaktu na temelju dotad poznate literature, pri čemu autor dodaje rezultate svojih, tada inovativnih istraživanja (*ibid.*: 18). Područje znanosti o jeziku na koje se Filipović usredotočuje naziva se *kontaktnom lingvistikom* ili *lingvistikom jezičnih dodira*, a radi se o tada relativno mladoj, prema autorovim navodima novoj, grani znanosti, nastaloj zbog potrebe da se pri analizi krovnim pojmom objedine lingvistički faktori jezičnoga posuđivanja s njihovim neophodnim nelingvističkim čimbenicima i utjecajima koji zadiru na područja sociologije, psihologije, antropologije, pedagogije i dr. Prema tome, navedena je grana znanosti zadužena za proučavanje i istraživanje jezika u kontaktu, odnosno jezičnih dodira u njihovoj teoriji i u praksi, a uz pomoć tih disciplina usredotočuje se na važne lingvističke pojave poput bilingvizma, jezičnoga posuđivanja, usvajanja jezika, gubljenja jezika te jezičnoga planiranja (usp. Filipović 1986: 18). Spomenuti pojam, *jezici u kontaktu*, ustalio se kao termin nakon monografije Uriela Weinreicha iz 1953. godine pod naslovom *Languages in Contact* te s vremenom potpuno potisnuo stariji pojam *lingvističko posuđivanje* (*ibid.*: 17).

Istraživanja jezičnih dodira prije Weinreichove važne monografije datiraju s početka 19. stoljeća, kada lingvističke snage, počevši od A. Schleichera, W. D. Whitneyja te M. Müllera, teoretiziraju mahom o *miješanim* jezicima i o procesu *miješanja* jezika. Valja spomenuti Huga Schuchardta, koji je na tom području otišao dalje od svojih prethodnika te, kao suprotnost njihovim tvrdnjama da ne postoje miješani jezici, ponudio mogućnost da „uopće nema jezika koji je posve nemiješan (Schuchardt 1884: 5, prema Filipović 1986: 20).“ Prema mnogim je leksikolozima upravo Schuchardt utro put modernoj jezičnoj kontaktologiji zahvaljujući proučavanju fenomena *posuđenica – stranih riječi* uz pomoć sinkronijske i dijakronijske odrednice (*ibid.*: 20). Osim potonjeg, među devetnaestostoljetnim lingvistima jezične kontaktologije svakako treba spomenuti Ernsta Windischa, koji je naglasak stavio na dvojezičnost koja leži u srži svakog miješanja jezika, Radoslava Katičića, koji nudi opravdanja različitim teorijama o miješanim jezicima, te Hermanna Paula, koji se dotiče stupnja međusobnog utjecaja jezika, što će se pokazati vrlo zanimljivom temom u okviru ovoga rada. Naime, među ostalim, Paul razvija „načela jezičnog posuđivanja“ te objašnjava

ulogu civilizacijske razvijenosti kulture jezika koji posuđuju ili iz kojih se posuđuje. U nastavku rada pokazat će se kako je upravo taj odnos ključan u suvremenom odnosu hrvatskog i engleskog jezika.

Nadalje, Filipović ističe najvažnije lingviste 20. stoljeća, koji su na tragu spoznaja svojih prethodnika jezičnu kontaktologiju odveli korak naprijed te oblikovali znanost koja se danas označava spomenutim pojmom kontakne lingvistike. Kao najvažnija imena na području rasprava o jezičnom posuđivanju u tom se razdoblju ističu Einar Haugen, koji upozoravajući na slabosti dotadašnje terminologije predlaže i definira termin *posuđivanje* jezika umjesto dotadašnjeg *miješanja* jezika (Filipović 1986: 25), ranije spomenuti Uriel Weinreich te Edward Sapir i Leonard Bloomfield dajući svoj neosporan doprinos opisu jezičnih kontakata u cjelini, ne usredotočujući se izričito i isključivo na pojam bilingvizma, iako je on nezaobilazna i prema mnogima ključna pojavnost u procesu dodira jezika. Filipović ističe Sapirove i Bloomfieldove teze o kulturnom posuđivanju i difuziji, pri čemu se iz kulture u kulturu prenose predmeti, pojave i običaji, a s njima i njihovi nazivi (usp. Filipović 1986: 29). Bloomfield raščlanjuje lingvističko posuđivanje te govori o dijalekatskom posuđivanju, u kojemu se razmjena odvija među dijalektima, te o kulturnom i intimnom posuđivanju, među kojima je ključna razlika u činjenici da je kulturno posuđivanje obostrano, a intimno jednostrano i ovisno o ulozi moći između dva jezika – dominantan ili viši jezik pritom posuđuje nižem, npr. jezici emigranata u SAD-u posuđuju iz engleskog jezika (usp. Filipović 1986: 29). Na sličan način u nastavku će se govoriti o premoći engleskog jezika današnjice na globalnoj razini.

Usredotočivši se na odnos norveškog i engleskog jezika u bilingvalnim okolnostima, Haugen postavlja vrlo zanimljiva pitanja o procesu *miješanja jezika* i njime dobivenim *miješanim jezicima*. Zanima ga, primjerice, odražava li se miješanje na oba jezika u istoj mjeri ili je odraz ipak jednosmjernan. Propituje i u kojim će okolnostima miješanje jezika utjecati na temeljnu strukturu jezika te koliko su takve promjene trajne. Može li se dobivanje jezičnog hibrida, ukoliko se o takvome pojmu može govoriti, usporediti s nastankom nove životinjske vrste križanjem dviju različitih vrsta (usp. Haugen 1969: 10)? Filipović (1986: 26) na Haugenovu primjeru pokazuje svijest mnogih autora o potrebi da se jezični dodiri proučavaju u koordinaciji s drugim znanostima i disciplinama koje upotpunjuju sliku lingvističke dimenzije jezičnih dodira, poput etnologije, pedagogije, psihologije, sociologije itd. (usp. Filipović 1986: 26). Ipak, svoju studiju Filipović temelji na dotad nenadmašenim lingvističkim djelima na području kontakne lingvistike sljedećih četiriju autora: Wenera

Leopolda, Williama F. Mackeyja te dvojice autora na čijim je kapitalnim monografijama naglasak u Filipovićevoj analizi – Einara Haugena i Uriela Weinreicha (*ibid.*: 32). Navodi da se njihovim djelima služio kao osloncem, no reinterpreтираo je njihove teorije i dopunjavao ih, a kada o tome govori, teoriju objedinjuje nazivom „Haugen-Weinreichova (H-W-ova) teorija“ (Filipović 1990: 9). Ovaj će se rad služiti Filipovićevim postavkama i njegovom strukturom, no kako njegova dva teksta datiraju iz 1986. (*Teorija*) i 1990. godine (*Anglicizmi*), u nastavku će se pokušati obuhvatiti istraživanja novijega datuma te primjeri iz recentnih i aktualnih izvora.

3. RAZLOZI JEZIČNOG POSUĐIVANJA

Kad se pojave novi predmeti, pojmovi ili ideje, pojavljuje se i potreba za novim riječima, navodi u svom uvodnom razmatranju Rudolf Filipović te nastavlja objašnjavajući najjednostavnije načine popunjavanja praznih mjesta u vokabularu nekog jezika. Prvi je način stvaranje novih riječi od elemenata tog jezika, drugi i češći način jest posuđivanje riječi nekog stranog jezika, a treći mijenjanje značenja riječi koja postoji u jeziku upisivanjem novoga značenja (Filipović 1990: 15). Neologija, proces stvaranja ili dodavanja novih riječi, usko je povezana s procesom jezičnoga posuđivanja, a s njime dijeli i uzroke nastajanja. Naime, može se reći da su obje pojave usko povezane s jednim od vodećih čimbenika intenziviranja procesa proširivanja leksičkoga inventara (usp. Muhvić-Dimanovski 2005: 4) – fenomenom globalizacije. Zbog brzog i učestalog nastajanja novih predmeta, pojmova ili pojava te zbog razvoja tehnologije, sve se češće pojavljuje i potreba za njihovim imenovanjem, pri čemu se vrlo često uz preuzeti predmet preuzima i njegov naziv. Drugi razlozi dodavanja novih riječi jeziku mogu proizlaziti iz političkih ili povijesnih okolnosti te iz potrebe da se postojećim nazivima doda novi, ekspresivni ili stilistički naziv ili pak naziv nastao pod utjecajem nekih pragmatičkih faktora, poput jezične ekonomije, estetskih razloga, pomodnih trendova i sl. (Muhvić-Dimanovski 2005: 4).

4. GLOBALIZACIJA I (GLOBALNI) ENGLJSKI JEZIK – ZAŠTO BAŠ ENGLJSKI?

Fenomen globalizacije česta je tema suvremenih rasprava, a šarolikost znanstvenih područja unutar kojih se o njoj problematizira dokazuje širinu i dubinu njezina prodiranja. U jednom od radova naslovljenom tim pojmom Sue Wright (2010: 158) govori o fenomenu globalizacije u okviru proučavanja jezične politike i planiranja jezika, pri čemu propituje „koliko se ona može držati novim fenomenom koji nas uvodi u postnacionalno razdoblje u kojem nadnacionalne i transnacionalne strukture zamjenjuju nacionalno“ (Wright 2010: 158) te naglašava važnost definiranja pojma globalizacije. Postizanje konsenzusa pri izvođenju njegove definicije među društvenim znanstvenicima doima se nemogućim. Upravo suprotno, razvijaju se skupine vrlo različitih svjetonazora i suprotnih shvaćanja, navodi Wright. S jedne strane, neki je znanstvenici smatraju civilizatorskom silom koja promiče modernost i prosperitet, dok ju suprotstavljena skupina opisuje kao destruktivnu silu, posljedicu divljeg kapitalizma i dehumanizirajuće tehnologije (usp. Wright 2010: 158). Ipak, važno je naglasiti dimenziju globalizacijskoga procesa koja se ne poriče:

„Jedan se aspekt globalizacije, međutim, ne osporava. Grupa koja taj fenomen ocjenjuje kao osvajanje geografskog prostora i interakciju u stvarnom vremenu u globalnim razmjerima (usp. Giddens 1990; Mittleman 1996; Held *i dr.* 1999) posjeduje jasne dokaze koji pokazuju da se prekogranični tijek dobara, usluga, novca, ljudi, informacija i kulture u svim smjerovima kreće brže i seže dalje nego ikad prije. Razlika u opsegu i vrsti između kontakata koji prate globalizaciju i onih koje su nekad bili prouzročili imperijalizam i svjetska trgovina potpuno je jasna. Tijekovi iz jednoga dijela zemaljske kugle u drugi gotovo su trenutni; svi koji posjeduju uređaje i imaju pristup električnoj energiji koja omogućuje upotrebu audiovizualne i informacijske tehnologije stalno se informiraju o tome što se zbiva u drugim dijelovima svijeta“ (Wright 2010: 158).

Za potrebe prikaza utjecaja engleskoga jezika na hrvatski kojemu teži ovaj rad navedena je definicija procesa globalizacije sasvim dovoljna. Ona naglašava ulogu velike mobilnosti sredstava, ljudi i informacija diljem zemaljske kugle te važnost razvoja i velike dostupnosti tehnoloških inovacija i povezanosti putem internetske komunikacije koja je pretvorila svijet u globalno selo, kako ga se često naziva. Globalizacija je uzela maha u brojnim različitim društvenim sferama, poput ekonomije, znanosti, politike te kulture, a takvu situaciju duboko prožima jezično pitanje.

U osnovi potrebe za postojanjem svjetskog jezika, navodi David Crystal u svom djelu ključnom za razumijevanje fenomena engleskog kao globalnog jezika, stoji želja govornika različitih jezika za međusobnim razumijevanjem, a i ona je poprimila globalne razmjere.

Tradicionalno se problem nerazumijevanja rješavao nastajanjem takozvanih *lingua franca*, zajedničkih jezika ili pidžina, no oni su se koristili na određenim geografski manjim i ograničenim područjima, npr. za sporazumijevanje nekoliko etničkih skupina na području jedne zemlje. Pojam *lingua franca* odnosi se, dakle, na jezik koji je odabran za sporazumijevanje govornika kojima je taj jezik drugi jezik, no on uglavnom dobiva karakteristike materinskog jezika, pa čak i dijalekta govornika te ga treba razlikovati od engleskog jezika kojim se koriste govornici kojima je on materinski, od engleskoga koji se kao strani jezik uči u školama (usp. Jenkins 2007: 1) te od različitih lokalnih varijeteta engleskoga jezika, tzv. „world Englishes“ (*ibid.*). Pri pokušaju boljeg razumijevanja širenja engleskoga jezika Crystal se služi prijedlogom američkog lingvиста Braja Kachrua o postojanju triju koncentričnih krugova koji predstavljaju načine njegova širenja i govore o njegovoj upotrebi. Prvi, *unutarnji krug* (engl. *inner circle*)¹, odnosi se na zemlje u kojima je engleski prvi, odnosno materinski jezik (SAD, Velika Britanija, Irska, Kanada, Australija i Novi Zeland). *Vanjski se krug* (engl. *outer/extended circle*) odnosi na zemlje i teritorije, često prijašnje britanske kolonije, kojima engleski predstavlja drugi i službeni jezik u nekim domenama, poput politike, zakonodavstva, nekih medija i sl. Radi se o zemljama poput Indije, Singapura, Malte, Nigerije itd. Posljednji, treći krug naziva se *šireći krug* (engl. *expanding circle*), a uključuje velik broj zemalja, poput Kine, Japana i Saudijske Arabije, većine europskih zemalja, uključujući Hrvatsku, koje prepoznaju važnost engleskog kao globalnog jezika te ulažu napore u učenje engleskog kao stranog jezika u obrazovnim sustavima, i to u sve ranijoj dječjoj dobi. U Hrvatskoj se engleski počinje učiti već u vrtićima te se kroz cijeli tijek obrazovanja uči uglavnom kao prvi strani jezik, što se zasigurno može ubrojiti među čimbenike zaslužne za status engleskog jezika u Hrvatskoj (usp. Nikolić-Hoyt 2005: 182).

Status engleskoga jezika kao *lingue france* (ili *lingve franke*) nerijetko se uspoređuje s latinskim jezikom. Wright smatra kako dvojna uloga obaju jezika nije samo znakovita sličnost, već važan čimbenik za dostizanje njihova statusa. Dvojna se uloga odnosi na činjenicu da je nakon propasti britanskog kolonijalizma zavladao druga anglofona velesila, što je zasigurno zaslužno za status engleskog jezika u svijetu, baš kao što latinski duguje svoju premoć činjenici da je postao glavni jezik velike religije te „*lingva franka* znanja i svjetovnog prava u srednjovjekovnoj Europi“ (Wright 2010: 155).

Međutim, Nives Opačić smatra da engleskome jeziku njegovim određivanjem kao *lingue france* nesvjesno „odričemo sve attribute izgrađena jezika na kojem se može pisati i

¹ Prijevodi preuzeti prema Drljača Margić (2010: 7), a nazivi na engleskom prema Crystal (1997: 53).

govoriti o svakoj mogućoj temi – što je vrlo daleko od najjednostavnije trgovine na Sredozemlju u srednjem vijeku“ (Opačić 2014: 139).

U novije doba, otkako je svijetom zavladała globalizacija, područje potrebe za zajedničkim jezikom postao je cijeli svijet. Funkcioniranje uz pomoć prevoditelja ili pak računalnog prevođenja ograničeno je i nije uvijek izvedivo, što učvršćuje ulogu globalnog jezika i potrebu za njim (usp. Crystal 1997: 21). Crystal propituje zašto je baš engleski, a ne neki drugi jezik tako duboko prodro u sve društvene sfere svijeta te naglašava da se radi o zaista naročitom fenomenu, kojemu ćemo vjerojatno svjedočiti samo jednom (usp. *ibid.*: 22). Kao odgovor nudi tumačenje geografsko-povijesnih i sociokulturnih razloga koje smatra odgovornima za ulazak engleskoga u politički, poslovni, obrazovni, društveni i privatni svakodnevni život zajednica diljem svijeta. Prvim čimbenikom smatra ekspanziju britanskih kolonija sve do kraja devetnaestog stoljeća, a kao drugi čimbenik navodi uspostavljanje Sjedinjenih Američkih Država kao glavne svjetske ekonomske sile dvadesetog stoljeća (usp. *ibid.*: 53). Prema statističkim podacima i istraživanjima globalne razmjene dobara SAD mnogo više izvozi nego što uvozi, a vrtoglave brojke izvoza i distribucije američkih proizvoda diljem svijeta znatno su veće u odnosu na Ujedinjeno Kraljevstvo, Kinu, Japan i Njemačku (usp. Crystal 2010: 153). Wright ilustrira situaciju na primjeru filmske industrije unutar koje hollywoodski studiji dominiraju tržištem, a hollywoodske zvijezde uživaju globalnu popularnost i publicitet (usp. *ibid.*: 154). Također, naglašava Wright, najveći broj emisija koje se prikazuju diljem svijeta, a tako i u Hrvatskoj, upravo su američkog porijekla zahvaljujući niskim troškovima proizvodnje. Osim toga postoje mnogi komercijalni i kulturni razlozi epidemijskog širenja američkih proizvoda, trendova, prihvaćanja američkog stila življenja, mode i glazbe, za što je jedini preduvjet električna energija koja omogućuje televizijsku i internetsku povezanost. Istraživanje iz 1996. godine pokazalo je zanimljiv podatak – „jezično prenosivi kulturni proizvodi (filmovi, glazba, televizijske emisije, knjige, časopisi i računalni programi) postali su najveći američki izvozni sektor i prvi su put nadmašili sve ostale tradicionalne industrije, uključivši automobilsku, poljoprivrednu, zrakoplovnu i obrambenu“ (Crystal 2010: 155). Iznese čimbenice igraju ponajvažniju ulogu u tumačenju situacije u suvremenom razgovornom i popularno-kulturnom hrvatskom jeziku, posebno zato što su većinski nositelji suvremene jezične situacije mladi ljudi, ujedno i najveći konzumenti spomenutih američkih proizvoda. Upotreba engleskog približava ih svijetu, odašilje poruku o njihovu identitetu, mladosti, društvenoj i supkulturalnoj pripadnosti, upućenosti u suvremena tehnološka zbivanja itd. (usp. Drljača Margić 2010: 111).

Osim u prestižnosti i potrošačkoj privlačnosti američke kulture i jezika razlozi opće prihvaćenosti jezika traže se u samoj njegovoj strukturi. Tako se na prvo mjesto stavlja ekonomičnost izraza jer se kratki i sažeti engleski izrazi često upotrebljavaju umjesto svojih višesložnih ili opisnih ekvivalenata u drugim jezicima. Ova je osobina posebno izražena u reklamnom diskurzu i u oglašavanju, gdje manji broj riječi izravno smanjuje troškove (usp. Drljača Margić 2010: 104). Zatim, poželjna je neutralnost engleskih izraza jer su „oslobođeni tradicionalnih, kulturnih i emocionalnih konotacija“ (Drljača Margić 2010: 104). Kao domaći primjer Branka Drljača Margić navodi riječ *gay*, koja je neformalna naspram riječi *homoseksualac*, a nije uvredljiva kao riječ *peder*. Dok neki smatraju da engleski jezik omogućava preciznije izražavanje bitni pojma (što je vrlo čest slučaj među mlađim govornicima), neki jezikoslovci o tome raspravljaju i dokazuju da nije uvijek tako – riječ *cool* upotrebljava se umjesto cijelog niza pridjeva preciznijeg značenja, npr. *dobar*, *zabavan*, *super*, *zanimljiv*, *druželjubiv*, *privlačan*, *opušten*, *hladan*, *nesvakidašnji* (usp. Drljača Margić 2010: 109). Na spomenutu neutralnost nadovezuje se osobitost engleskih izraza da se lakše povezuju u kolokacije u raznolikim kontekstima.

5. POSUĐENICE IZ ENGLESKOG JEZIKA

Analizirajući riječi koje su ušle u hrvatski jezik iz engleskog, Filipović u predstavljenom korpusu razlikuje dvije skupine riječi: anglicizme i pseudoanglicizme.

Anglicizme definira kao riječi preuzete iz engleskog jezika kao strane, a zatim adaptirane i integrirane u sustav hrvatskog jezika, čime su dobile status posuđenica i punopravnih članica hrvatskog vokabulara. Preuzete riječi označavaju predmete, ideje ili pojmove „kao sastavne dijelove engleske civilizacije“, ali ne moraju nužno biti riječi engleskog porijekla, važno je da su integrirane u engleski vokabular. Drugim riječima, posuđivati se mogu punopravne članice engleskog vokabulara, bilo da se radi o domaćim anglosaksonskim riječima bilo o posuđenicama iz francuskog ili kojeg drugog jezika, npr. latinskog ili grčkog, pa se radi o internacionalizmima (usp. Filipović 1990: 17). Budući da su dobile status anglicizama, podrazumijeva se da su opisane posuđenice prošle sve potrebne razine prilagodbe te se potpuno integrirale u hrvatski jezik, zbog čega ih govornici više i ne osjećaju kao strane riječi. Slijedi nekoliko primjera iz aktualnih popularnokulturnih tiskovina i s internetskih stranica, potvrđenih i u Filipovićevu rječniku: *klub, tim, t-shirt, trailer/trejler, turizam, uniseks, tunel, tonik, španijel, šou, tabloid, spiker, pop, najlon, miss, fer* i mnogi drugi.

Drugu skupinu riječi analiziranoga korpusa Filipović naziva pseudoanglicizmima ili sekundarnim anglicizmima, a radi se o riječima koje nisu preuzete iz engleskog, već su u hrvatskom formirane od engleskih elemenata. One zapravo ne postoje u engleskom jeziku u preuzetom obliku. Pseudoanglicizmi mogu nastati kompozicijom (anglicizam + *man*), npr. *golman*, zatim derivacijom (anglicizam + *-er, -ist*), npr. *džezzer, vaterpolist*, te elipsom (ispuštanjem sufiksa *-ing*), npr. *erkondišn (air-conditioning), hepiend (happy ending)*. Dakako, zanimljivo se zapitati zbog čega se u jeziku stvaraju nove riječi od stranih, a ne od domaćih elemenata, što Filipović u nastavku tumači stvaranjem posebnog ozračja u Europi, koje naziva *anglomanijom* – pretjeranim interesom „za sve što je dolazilo iz Engleske u materijalnoj i duhovnoj sferi“ (Filipović 1990: 20). Upravo to ozračje, koje Filipović primjećuje u svoje vrijeme, do današnjeg je dana eskaliralo i rezultira sve većim brojem neprilagođenih engleskih riječi u hrvatskome jeziku, a može se pretpostaviti da će upravo one prevladavati u ovom radu. Iščitavanje članaka popularnih ženskih portala i časopisa otkrilo je raznovrsne primjere:

„Nova TV, nakon **mastergafa** u posljednjoj sezoni showa...”²

Ovoj skupini primjera pripada i naziv rubrike *trach* na portalu *dalje.com*, pri čemu bolji uvid u porijeklo riječi *trač* u hrvatskome jeziku upućuje na njezin izvor – njemačku riječ *der Tratsch*, a pokušaj pronalaženja riječi *trach* u engleskim rječnicima završava neuspjehom.

Riječ *ekskluziva* također ne postoji u engleskome jeziku, a ova tvorenica hrvatskih govornika duguje svoje porijeklo pridjevskom anglicizmu *ekskluzivan* (engl. *exclusive*), koji opisuje predmet ili događaj namijenjen samo za određene i povlaštene, kakav je primjerice parfem u članku pod naslovom „Mirisna **ekskluziva**”.³

Kada je riječ o posuđenicama iz engleskog jezika, može se primijetiti da se u lingvističkim radovima pojavljuju dva naziva – anglicizam i anglizam. Autorice *Hrvatskog terminološkog priručnika* obrazlažu svoju priklonjenost drugome terminu zbog njegove sličnosti s ustaljenim pojmovima *anglist* i *anglistika* te analogije prema ostalim nazivima za posuđenice (germanizam, talijanizam, latinizam) (usp. Mihaljević, Hudeček 1998: 335).

² <http://www.24sata.hr/domace-zvijezde/nada-rocco-zauvijek-je-ostala-bez-komadica-prsta-u-kuhinji-354708>

³ Story, 22. veljače 2012.

6. PRILAGODBA POSUĐENICA

Nakon što se strana riječ preuzme iz određenog jezika davatelja, ona prolazi proces jezičnoga posuđivanja, odnosno određenu adaptaciju i integraciju u jezik primalac, koje Filipović proučava u tri stupnja (usp. Filipović 1990: 15). Ponajprije utvrđuje porijeklo riječi, zatim sagledava njezin razvoj iz strane riječi u posuđenicu, a naposljetku uspoređuje njezino značenje u jeziku davatelju te značenje formirano u jeziku primatelju. U procesu svoje adaptacije model (strana riječ koja se preuzima) prolazi različite oblike tzv. kompromisne replike, sve dok se potpuno ne integrira, kada ga se može nazivati replikom (usp. Filipović 1986: 68). Pritom su na djelu dva procesa – supstitucija i importacija, od kojih je supstitucija (zamjena nekog aspekta modela nekim ekvivalentom iz jezika primaoca) češća i bolje potvrđena od importacije (preuzimanje aspekata modela), navodi u nastavku Filipović.

6. 1. PRILAGODBA NA FONOLOŠKOJ RAZINI - TRANSFONEMIZACIJA

Transfonemizacija jest supstitucija na fonemskoj razini, odnosno zamjena fonoloških elemenata modela fonološkim elementima jezika primaoca, a ta se zamjena može odvijati direktno, odnosno izravno, ili preko jezika posrednika te se bazirati na izgovoru ili ortografiji modela.

Novije pojave proučava Anja Nikolić-Hoyt (2005: 182) te uspoređuje riječi koje su u vrijeme prvog povećanog utjecaja engleskog jezika na hrvatski (nakon Drugog svjetskog rata) oblikovane karakterističnim načinom posuđivanja, npr. *gol, kontejner, ranč, vagon*, s riječima koje su u jezik ušle u drugom razdoblju, razdoblju „intenziviranog i masovnog utjecaja engleskog na hrvatski i druge jezike, poglavito od ranih devedesetih godina dvadesetoga stoljeća i tranzicijskih promjena pa sve do danas“ (*ibid.*), npr. *home page, lounge-bar, power nap, reality show*. Primjećuje tendenciju da se posuđenice novijega datuma sve manje prilagođavaju pravilima i normama hrvatskoga kao jezika primatelja (usp. *ibid.*: 183). Primijećenoj pojavi priznaje potrebu imenovanja novih predmeta i pojava koje svakodnevno ulaze u živote govornika, no smatra ju i tijesno povezanom sa stvorenom slikom prestižnosti „(angloameričkog) engleskog jezika i kulture“ (*ibid.*: 183). Osim masovnog preuzimanja autorica uzima u obzir i sve veću kompetenciju govornika koji engleski uče kao strani jezik, velik stupanj svakodnevne izloženosti engleskome, a dakako i dob samih govornika.

Istraživanje jezičnih kontakata europskih jezika s engleskim pokazalo je stanovite pravilnosti prilikom fonemskog prilagođavanja engleskih riječi (usp. Filipović 1986: 72) te rezultiralo vrijednim zaključcima za proučavanje adaptacije riječi iz raznih jezika. Jedan je od njih i podjela transfonemizacije na tri tipa.

Potpuna ili nulta transfonemizacija podrazumijeva zamjenu fonema jezika davaoca ekvivalentima u jeziku primaocu, odnosno fonemima koji imaju potpuno isti opis u oba jezika – samoglasnici isti otvor i mjesto artikulacije, a suglasnici isto mjesto i način artikulacije. U skupinu primjera potpune transfonemizacije s riječima *tim*, *ragbi*, *bar*, *golf* mogu se svrstati sljedeće riječi česte u popularnim žanrovima:

Engl.	Hrv.
freak /fri:k/	frik „Je li on preveliki kontrol frik?“ ⁴
trendy /'trendi/	trendi „Za žene koje ne odustaju od trendi suvremenih detalja...“ ⁵
stress /stres/	stres „Ono što ne znamo je da je stres najrasprostranjeniji i najveći problem današnjice...“ ⁶
weekend /,wi:k'end/	vikend „Najkvalitetnija vikend odredišta u Hrvatskoj“ ⁷

Djelomična ili kompromisna transfonemizacija označava da fonemi nemaju potpuno iste opise, odnosno da fonem jezika primaoca i model imaju samo djelomično zajednička obilježja. Ukoliko se radi o vokalima, oni se mogu razlikovati po otvoru, a imati isto mjesto artikulacije, a suglasnici npr. imati isto mjesto, ali ne i način artikulacije. Na primjer: *lift*, *džem*, *puding*, *start* (usp. Filipović 1986: 74). Na taj način prilagođene su sljedeće riječi:

⁴ http://zena.hr/clanak/ljubav_i_brak/je_li_on_preveliki_kontrol_frik/7714

Zanimljivo, prvi će dio sintagme svoje mjesto pronaći među primjerima slobodne transfonemizacije.

⁵ http://zena.hr/clanak/dodaci/za_zene_koje_ne_odustaju_od_trendi_suvremenih_detalja/13026

⁶ http://zena.hr/clanak/um_i_tijelo/meditacijom_do_punine_zivljenja/6336

⁷ Gloria IN, ožujak 2012.

Engl.	Hrv.
fan /fæn/	fan „Lewisa Hamiltona okružili su mnogobrojni fanovi“ ⁸
editorial /edi'tɔ:riəl/	editorijal „...profesionalno fotkanje za modni editorijal časopisa Story...“ ⁹

Treću skupinu čini slobodna transfonemizacija, koja pokazuje da u jeziku davaocu nema ni približnog ekvivalenta modelu te se prilagodba u tom slučaju provodi prema ortografiji modela ili prema nekom drugom izvanjezičnom faktoru, npr. *flert*, *pidžama*, *kanjon*, *Yorkshire* (usp. Filipović 1986: 75) te sljedeći primjeri:

Engl.	Hrv.
blog /blɑ:g/	blog „U slobodno vrijeme piše blog, jaše, plete...“ ¹⁰
control /kən'trɔʊl/	kontrol „Je li on preveliki kontrol frik?“ ¹¹
botox /'bəʊtɒks/	botoks „Unatoč njezinim tvrdnjama, govorilo se da se podvrgnula face liftingu i da koristi botoks...“ ¹²

⁸ <http://dalje.com/foto.php?id=8&rbr=8801&idrf=419897>

⁹ Story, 18. travnja 2012.

¹⁰ Story, 18. travnja 2012.

¹¹ http://zena.hr/clanak/ljubav_i_brak/je_li_on_preveliki_kontrol_frik/7714

¹² Story, 29. veljače 2012.

6. 2. PRILAGODBA NA ORTOGRAFSKOJ RAZINI

Kako će riječ *izgledati* kada se integrira u hrvatski jezik, određuje njezina prilagodba na ortografskoj razini. Drugim riječima, tumači Nikolić-Hoyt, razlika je u tome piše li se engleska riječ hrvatski ili engleski (usp. Nikolić-Hoyt 2005: 189). Kao što je ranije navedeno, četiri su načina ove vrste prilagodbe. Najprilagođenije ortografiji jezika primatelja, u ovom slučaju hrvatskoga, riječi su prilagođene prema izgovoru modela, poput riječi *buldog*, *najlon* ili *faul*. U tom se slučaju uz pomoć hrvatskih grafema bilježe engleski fonemi i na taj se način potpuno integriraju u sustav hrvatskog jezika, npr. *dizajner*, *dizajn*, *bend*, *spot*, *vikend*, *finale*, *top*, *tim*, *glamur*, *biznismen* i sl.

Druga mogućnost prilagodbe prilagodba je prema ortografiji modela, pri čemu replike zadržavaju osobine jezika davaoca i time već vizualnim identitetom odudaraju od sustava jezika u koji ulaze. Raniji citati Nikolić-Hoyt odnose se upravo na ovaj tip posuđenica, tipa *makeover*, *reality show* i *back-up*, koje bi svakako u tekstu trebalo naznačiti kurzivom, a i dovesti u pitanje njihov status posuđenica. Ne radi li se u tom slučaju ipak o stranim riječima? Autorica u citiranom tekstu naglašava promjenu koja se događa u korist takvih izraza, a u velikoj ih mjeri potvrđuje pogled u aktualne tiskovine i portale odabranih žanrova popularne kulture.

„New York Fashion Week predstavio je odličan **look** koji pogoduje zadnjim modnim trendovima.“¹³

„Ljubitelji kuhanja, naši **celebrityji** koje ćemo ovog proljeća upoznati u nešto drugačijem izdanju od kojeg smo navikli...“¹⁴

„Nova TV, nakon mastergafa u posljednjoj sezoni **showa**, kad su u dvije države prikazali različite snimke finala s različitim pobjednicima, pokušat će vratiti povjerenje gledatelja sa zvjezdanom inačicom **reality showa**.“¹⁵

„Bilo je i onih koji se nisu dali fascinirati pozivnicom na kojoj je istaknut **dress code**...“¹⁶

„U samo dva dana koliko traje, posjeti ga na tisuće ljudi u potrazi za pravnim uslugama, stručnjacima za **makeover**, trenerima samopouzdanja...“¹⁷

¹³ http://zena.hr/clanak/frizura/konjski_rep_na_5_razlicitih_nacina/12847

¹⁴ <http://novatv.dnevnik.hr/clanak/novosti/kandidati-celebrity-masterchefa-prvi-put-u-svojim-kuharskim-pregacama---324109.html>

¹⁵ <http://www.24sata.hr/domace-zvijezde/nada-rocco-zauvijek-je-ostala-bez-komadica-prsta-u-kuhinji-354708>

¹⁶ Story, 22. veljače 2012.

„Spa & Sport Resort Sveti Martin zauzeo je visoko 2. mjesto“¹⁸.

Postoji i mogućnost da se riječ prilagodi uzimajući u obzir oba elementa, izgovor i ortografiju pa nastaju primjeri poput *dilera* ili *intervjua*. U tom se slučaju dio replike formira prema izgovoru modela, a dio prema ortografiji i rezultat je jedna riječ, kao u primjeru: „Nakit s pedigreeom“¹⁹, čiji model u ortografiji izgleda kao *pedigree*, a čiji izgovor glasi /'pedigri/. Prvi slog engleske riječi *styling* prilagođen je prema izgovoru modela /'stairlɪŋ/, a drugi prema njegovoj ortografiji pa replika u hrvatskome često glasi *stajling*.

Primjer koji se može svrstati u ovu kategoriju iščitava se iz sljedeće rečenice:

„Nakon toga prešao je u Perry Ellis, a 1994. dobio je posao u Gucciju, a potom u Yves Saint Laurentu kao glavni dizajner te **art direktor**.“²⁰

Značenje i razloge upotrebe sintagme *art direktor* propitala je Nives Opačić, dotaknuvši pritom i zanimljivu ortografsku prilagodbu:

„No ovako napisan, pokazuje nešto zanimljivo – pola sintagme prilagođeno je *hrvatskom* pisanju. Mi, naime, riječ *direktor* pišemo (ako se ne želimo prenemagati) ovako: *direktor*. Ovo je lijep primjer *miješanja* hrvatskoga i engleskoga jezika (naravno, nipošto i jedini, v. *centar*, *center*, *centre*). Jer da je cijeli izričaj ostao napisan onako kako bi se pisalo u jeziku izvorniku, trebalo je pisati *art director*“ (Opačić 2012: 21).

A. Nikolić-Hoyt naglašava kako ovaj tip replika treba razlikovati od replika koje se pojavljuju u dvije varijante, poput *šoping* (prilagodba prema izgovoru modela) i *shopping* (prilagodba prema ortografiji modela), reflektirajući razlike u stupnju uklopljenosti riječi u jezik te podsjećajući na ranije procjene o uzrocima sve slabije uklopljenosti. Obje varijante potonjeg primjera potvrđene su i vrlo frekventne u popularnim tekstovima. Sličan primjer predstavlja pridjevski oblik riječi *šik* (engl. *chic*), pri čemu se u prvoj rečenici riječ preuzima prema ortografiji modela, a u drugoj prema njegovu izgovoru, a kao dopuna donosi se i original u zagradi.

„Max Factor Glossfinity – nova **chic** kolekcija sjajnih i trajnih lakova za nokte, posebno dizajniranih da kada ih nosite to svi primjete!“²¹

„Jeftino, a **šik** (frugal, but chic) je lajtmotiv onih koji nastoje ne pretjerivati s troškovima, ne ugrožavajući stil i način života.“²²

¹⁷ Story, 29. veljače 2012.

¹⁸ Gloria IN, ožujak 2012.

¹⁹ http://zena.hr/clanak/dodaci/nakit_s_pedigream/12984

²⁰ Story, 29. veljače 2012.

²¹ http://zena.hr/clanak/koza_i_tijelo/proizvodi_koje_vam_preporucujemo_za_kolovoz/8509

Također, riječi *styling* i *whiskey* pojavljuju se u dvije varijante.

„Pažnja! Aussie okreće **styling** naopačke!“²³

Ortografski neprilagođena inačica riječi *styling* često se čak i u poznatim tiskovinama pojavljuje neoznačena kao strana riječ:

„Bračni par Kovač možda se najviše potrudio oko **stylinga**...“²⁴

„Često se kombinira s klasičnim i elegantnim komadima te na taj način nastaje jedan poseban **stajling**.“²⁵

„Myken viski bit će prvi **viski** Artika.“²⁶

„...prvi veliki **whisky** sajam u regiji, koji je okupio neke od vodećih svjetskih brandova, proizvođače i hrvatske uvoznike te brojne ljubitelje whiskyja.“

Riječ *brand*, u gornjem primjeru odraz utjecaja ortografije modela, pojavljuje se i u drugoj varijanti:

„Glavna obilježja talijanskog modnog **brenda** su kvaliteta i kreativnost.“²⁷

Nadalje, u članku o jednom hrvatskom bendu koji je organizirao *remix contest* na svojoj internetskoj stranici „na kojoj se fanovi mogu dokazati kao pravi majstori **remiksanja**“ potvrđen je još jedan primjer dvostrukog načina bilježenja.

Četvrta mogućnost odnosi se na utjecaj jezika posrednika pri prilagodbi, kao u poznatom primjeru riječi *štrajk*, preuzetoj iz engleskog jezika (*streik*) posredstvom njemačkoga (*Streik*), koji je očigledno dao svoj doprinos u formiranju izgovora replike. S druge pak strane, u novije se vrijeme pojavio slučaj imenice *komfor* i iz nje izvedenoga pridjeva *komforan*. Te su riječi preuzete iz njemačkoga jezika prema riječi *der Komfort*, a transfonemizirane su prema njezinu izgovoru /komfo:'r/. Prema tome, pravilni su oblici u hrvatskome jeziku imenica *komfor* i pridjev *komforan*, a ne *komfort*, *komfortan*, njihove izvedenice i amerikanizirane rečenične tvorevine koje su se počele pojavljivati zahvaljujući

²² http://zena.hr/clanak/financije/frugal_sik_kreativni_otpor_recesiji/9450

²³ http://zena.hr/clanak/frizura/paznja_aussie_okrece_styling_naopacke/12835

²⁴ Story, 22. veljače 2012.

²⁵ http://zena.hr/clanak/trendovi/modni_trendovi_za_proljece_2015_2/510/11350

²⁶ http://zena.hr/luxe/clanak/lifestyle/prvi_artic_myken_viski/322

²⁷ http://zena.hr/luxe/clanak/moda/makamo_concept_store_predstavio_novu_proljetnu_kolekciju_modnog_brenda_luisa_spagnoli/657

engleskoj verziji – riječi *comfort* /'kʌmfət/, primjerice „Najteže je izaći iz komfort zone“,²⁸ „Može se spojiti u jedan veliki komfortan stan“.²⁹

6. 3. PRILAGODBA NA MORFOLOŠKOJ RAZINI – TRANSMORFEMIZACIJA

Oblik koji će replika poprimiti u jeziku primaocu ovisi o obliku i sastavu modela, ali i o strukturnim razlikama dvaju jezika u kategorijama roda, broja i padeža kod imenskih riječi te lica, broja, vremena, načina i vida kod glagolskih riječi. Što se tiče sastava riječi, supstitucija na razini morfema razlikuje se u tri varijante. U prvom slučaju supstitucija se zapravo ne događa jer nije potrebna, a takav se oblik prilagodbe naziva nultom transmorfemizacijom (usp. Filipović 1986: 119). Naime, riječi koje su ustrojene po principu slobodni morfem + nulti morfem i završavaju na konsonant preuzimaju se u tom obliku, npr. *chat*, *spam*, a vrlo su česte i u hrvatskom i u engleskom jeziku. U korpusu ovoga rada najčešće se pojavljuju: *trend*, *stres*, *film*, *brend*, *stil*, *top*, *bodi*, *ten* i dr. Imenice poput *buli*, koje završavaju na *-i* ili *-u* zadržavaju vokal kao dio osnove i imaju nulti morfem u N jd (usp. Nikolić-Hoyt 2005: 193).

Drugi stupanj supstitucije na razini morfema naziva se kompromisnom transmorfemizacijom, a označava prijelazan, nepotpuno prilagođen oblik ovoga tipa: slobodni morfem + strani vezani morfem, npr. *boks-er*, *farm-er*, *park-ing* (usp. Filipović 1986: 122). Sufiks koji zadržava oblik fonološki je prihvatljiv, no ne uklapa se u morfološki sustav hrvatskoga jezika i takav se oblik smatra inovacijom u sustavu jezika primatelja (usp. Filipović 1990: 32). Sufiks *-er* tvorbeni je formant jedne od najčešće spominjanih „titula“ hrvatske modne scene – *trendseter*:

„Deichmann aktivno sudjeluje u stvaranju trendova – kao generator impulsa za modu i stil života, te **trendseter** u razvoju mode.“³⁰

Također, sufiks *-ist* uglavnom sudjeluje u tvorbi izvedenica iz stranih jezika, koje „često označuju pristašu, sljedbenika kojega učenja, smjera, shvaćanja“ (Babić 2002: 351). Sukladno tomu, ne iznenađuje sve češća pojava imenica opisanog tvorbenog modela u popularnoj kulturi:

²⁸ <http://infozona.hr/news/treci-3p/7943>

²⁹ <http://www.zanni.hr/listing-stan-na-moru-100.html>

³⁰ http://zena.hr/clanak/dodaci/deichmann_kolekcija_za_proljece_ljeto_2012/6389

„Savjeta je pregršt jer se **frugalisti** neće zadovoljiti dijeleći s vama informacije o tome gdje da pronađete superjeftine i dobre stvari...“;³¹ „linije proizvoda Wella Pro Series, koje su inspirirane radom proslavljenih **stilista**...“³² itd.

Potpuna transmorfemizacija, treći stupanj supstitucije na morfološkoj razini podrazumijeva dodavanje vezanih morfema domaćega podrijetla. Ovaj način prilagodbe može se jasno oprimirati uz pomoć riječi *stjuardesa*. Od riječi *steward-ess*, sa stranim vezanim morfemom koji naznačava ženski rod, nastala je riječ s domaćim vezanim morfemom koji označava osobu ženskoga roda (usp. Filipović 1986: 125). Prilikom formiranja ženskoga roda imenice *trendseter*, ranije primjera tvorbe dodavanjem stranog vezanog morfema, dodaje se još i sufiks *-ica*, jedan od najplodnijih hrvatskih imeničkih sufiksa, kao u primjerima *partnerica*, *spikerica* (usp. Babić 2002: 168):

„No unatoč činjenici da Emma ima osebujan modni izričaj, ona sebe ne vidi kao modnu **trendsetericu**.“³³

Povrh toga, gramatički je morfem *-a* karakterističan za imenice ženskoga roda, što imenicu *trendseterica* čini primjerom potpune prilagodbe na morfološkoj razini. Potpuna transmorfemizacija može biti primarna ili sekundarna, ovisno o tome mijenja li se vrsta riječi replike u odnosu na model. Nikolić-Hoyt (2005: 194) primjećuje nedostatak primjera anglicizama novijega tipa s provedenom potpunom supstitucijom na morfološkoj razini.

Kako kompromisne replike ponekad imaju tendenciju prelaska u replike, može se dogoditi da ovi oblici ipak prođu i treći stupanj supstitucije, potpunu transmorfemizaciju. U tom slučaju riječ *boks-er* zamijenila bi sufiks stranoga porijekla hrvatskim sufiksom za vršitelja radnje te oformila riječ *boks-ač*. Ipak, teško je utvrditi čimbenike koji uvjetuju odvijanje procesa supstitucije. Neki oblici prolaze i kompromisnu i potpunu transmorfemizaciju, neki oblici odmah postižu oblik replike, a nekoliko njih uvijek se zadrži u jeziku kao kompromisna replika, navodi Filipović.

³¹ http://zena.hr/clanak/financije/frugal_sik_kreativni_otpor_recesiji/9450

³² Story, 16. svibnja 2012.

³³ <http://www.story.hr/emma-stone-ne-razmislijam-o-sebi-kao-o-modnoj-trendseterici-205996>

6. 3. 1. Adaptacija roda imenica

Osim što moraju prilagoditi morfološki sastav, riječi koje ulaze u jezik primatelj trebaju se uklopiti i u sustav drugih gramatičkih kategorija. Imenice ulaze u deklinacijski sustav, pri čemu im je važno odrediti rod, kategoriju u kojoj se engleski i hrvatski prilično razlikuju. U engleskom se jeziku rod određuje prirodno (rod ljudi određuje se prema spolu, a stvari i pojmovi srednjeg su roda), a u hrvatskom jeziku rod je gramatička kategorija i posuđenice treba prilagoditi odmah, tijekom samoga procesa prilagodbe (usp. Filipović 1986: 129). Nekoliko čimbenika utječe na određivanje roda posuđenica (Poplack *et al.* 1982: 1, 4–5, prema Pišković 2011: 173), a Tatjana Pišković (*ibid.*) ističe tri čimbenika koji najviše utječu na rod posuđenica u hrvatskom jeziku – spol referenta, utjecaj fonetskog oblika posuđenice i njegovo poistovjećivanje s oblikom skupine riječi u jeziku primatelju te tendenciju da se velikom broju posuđenica dodjeljuje rod koji je u jeziku primatelju neobilježen. Najmanje je problema pri određivanju roda posuđenica prema semantičkom kriteriju – sve posuđene riječi koje „označavaju žive muške referente (čovjeka, životinju i ostalo što se u kolektivnoj svijesti doživljava kao živo)“ muškoga su roda, a „sve posuđenice koje označavaju žive ženske referente (čovjeka, životinju i ostalo što se u kolektivnoj svijesti doživljava kao živo) u hrvatskome su jeziku ženskoga roda“ (*ibid.*: 175). Kada se rod posuđenice ne može odrediti prema semantičkom kriteriju, imenice dobivaju rod prema formalnom kriteriju, odnosno prema rodu zadanom sklonidbenoj vrsti kojoj posuđenica pripadne nakon morfološke adaptacije (usp. *ibid.*). Pritom se posebno ističe princip dodjeljivanja muškog roda većini posuđenica, tzv. „tendencija muškog roda (masculine tendency)“ (Filipović 1986: 130). Činjenica da je muški rod u hrvatskom jeziku neobilježen te da mu pripada najveći broj domaćih riječi, treći je važan čimbenik u dodjeljivanju roda posuđenicama (Pišković 2011: 176).

6. 3. 2. Adaptacija glagolskih kategorija

Prilikom preuzimanja glagola iz engleskog jezika problem prilagodbe postaje vidljiv već pri utvrđivanju osnovnoga oblika. Budući da se u engleskom jeziku glagoli u infinitivu ne razlikuju gramatičkim dočetakom, prilagodba glagola hrvatskom gramatičkom sustavu započinje izborom jednog od infinitivnih tvorbenih formanata (npr. *-a-ti*, *-ira-ti*, *-ova-ti*).

Kategorija glagolskoga vida također predstavlja razliku između dvaju jezika. Engleske glagolske posuđenice, navodi Filipović (1986: 141), imaju mogućnost izražavanja glagolskoga vida kontekstom (nemaju morfološku oznaku) ili pak prefiksom ili infiksom. Tako se prilikom prilagodbe određenog glagola može primarnom adaptacijom, dakle pri formiranju replike, odrediti neki glagolski vid, a zatim sekundarnom adaptacijom uključiti glagol u sustav jezika primaoca, težnjom da ga se ipak jače aspektno označi, često dodavanjem prefiksa, npr. *predriblati*, *prepisati*, *istrenirati*, *odblefirati* i sl. (usp. Filipović 1986: 143). Filipović registrira zanimljive pojave – povećanje broja dotad ograničene skupine dvovidnih glagola u hrvatskom jeziku, poput *telefonirati*, čija pojava jača pod utjecajem internacionalizama i sve većeg broja stranih riječi, te slabljenje potrebe da se oni jače aspektno označe. Filipović ostavlja otvorenu mogućnost da se upravo ta potkategorija glagola pod pritiskom stranog utjecaja nametne kao važna skupina.

Slijedi nekoliko primjera:

„Nova linija uključuje dvije pjene i dva spreja, a svaki ima dvostruko djelovanje (da, da čak i proizvodi **multi-taskaju**)“³⁴

„Ne **twittam**“³⁵.

„Prestanite **guglati** simptome, to je opasno!“³⁶

6. 3. 3. Prilagodba pridjeva

Pridjevske posuđenice, navodi Filipović, mogu se podijeliti u dvije glavne skupine. Prvoj skupini pripadaju pridjevi koje se prema stupnju primarne adaptacije može smatrati kompromisnim replikama – iako je njihov osnovni oblik transfonemiziran i transmorfemiziran s nultim vezanim morfemom i time jest u skladu s osnovnim oblikom hrvatskih pridjeva, oni nisu preuzeli gramatičke osobine hrvatskih pridjeva (određenost roda, broja i padeža prema imenici koju pobliže određuju), već su zadržali nepromjenjivost karakterističnu za engleski jezik. Takvi su primjeri sljedeće riječi: *fit*, *seksi*, *fer* itd.

„Izgedala je kao i tema koju je obrađivala u svom dugometražnom prvijencu – **seksi**.“³⁷

³⁴ http://zena.hr/clanak/frizura/paznja_aussie_okrece_styling_naopacke/12835

³⁵ Cosmopolitan, listopad 2011.

³⁶ <http://www.tportal.hr/lifestyle/zdravlje/358735/Prestanite-guglati-simptome-to-je-opasno.html>

³⁷ Story, 22. veljače 2012.

„**Hot, hot, hot**“³⁸.

Ovoj Filipovićevoj kategoriji Nikolić-Hoyt (2005: 196) dodaje neadaptirane, *nove anglicizme*, potpuno neprilagođene hrvatskome jeziku (*dry, fake, juicy*), koji se i u ovome uvidu potvrđuju kao najzastupljenija pridjevska kategorija:

„Zašto **skinny** hlače?“³⁹

„Izbjegavajte kombinacije **stonewashed** trapera i čizmica s uzorkom.“⁴⁰

„Za **trendy** izgled birajte pripijene haljine s cvjetnim uzorkom.“⁴¹

„Za ovu sezonu, nijansa crvene kombinirana je s **najtrendi** frizurom ove sezone, side-sweptom.“⁴²

„Max Factor Glossfinity – nova **chic** kolekcija sjajnih i trajnih lakova za nokte.“⁴³

„Raspon cijena nove **bridal kolekcije** kreće se od 6.490 kn do 9.490 kn, a već je dostupna u eNVy room showroomu. Svoj termin za razgledavanje i narudžbu **custom made** vjenčаницe buduće mladenke mogu rezervirati na broj mobitela...“⁴⁴

U drugu se skupinu ubrajaju pridjevi koji su prošli sekundarnu adaptaciju, odnosno izvedeni su od riječi koja je proizvod primarne adaptacije, potpune transmorfemizacije. Drugim riječima, pridjevi s hrvatskim vezanim tvorbenim morfemima *-sk, -ov* i *-an* u poziciji atributa dobivaju gramatička obilježja karakteristična za pridjeve u hrvatskome jeziku, rod, broj i padež imenice na koju se odnose. Filipović navodi kako se u ovom slučaju radi većinom o riječima imenske osnove, na temelju koje se dobiva vrlo velik broj pridjeva. Neki su primjeri: *barski, bestselerski, boksterski, trenerski, lordov, bardov, bokserov, rekordan, standardan, startan* te:

„Frontmen grupe Bon Iver koja je na ovogodišnjim Grammyjima osvojila dva **prestižna** kipića...“⁴⁵

Iako hrvatski rječnici bilježe francusko-latinsko porijeklo ovoga pridjeva, u suvremenom popularnom diskurzu on većinom opisuje zbivanja, događanja i dodjele američkog filmskog tržišta.

³⁸ Story, 16. svibnja 2012.

³⁹ http://zena.hr/clanak/trendovi/gumene_cizmice_kako_ih_najbolje_kombinirati_s_odjecom/2556

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ http://zena.hr/clanak/trendovi/kratko_krace_najkrace/4976

⁴² http://zena.hr/clanak/frizura/otkrijte_najnovije_trendove_frizura_1_or_al_professionel_it_looks_proljece_ljeto_2014-15/9928

⁴³ http://zena.hr/clanak/koza_i_tijelo/proizvodi_koje_vam_preporucujemo_za_kolovoz/8509

⁴⁴ http://zena.hr/clanak/moda/voditeljica_mia_kovacic_novo_zastitno_lice_envy_room_bridal_kolekcije/11445

⁴⁵ Story, 22. veljače 2012.

„Kreacija je zapravo njezina kompilacija raznih odjevnih predmeta koje je stilizirala besprijeckorno, naglasivši ih **perfektnim** modnim dodacima.“ Anglizam *perfektan* zastupljen je u popularnim modnim časopisima, pri čemu zamjenjuje svoje hrvatske ekvivalente: *savršen, potpun, besprijeckoran*.

„...oslobođen potrebe dokazivanja kroz **konvencionalan** modni izražaj.“⁴⁶

„Za Zagreb je ostavila **decentniju** kombinaciju.“⁴⁷

Zanimljivo je da se upravo u ovoj kategoriji u suvremenom jeziku popularnih žanrova nalazi mnogo nepravilnosti, koje se uglavnom očituju u pogrešnom prevođenju nekoliko pridjeva. Tako, pogrešno prevedeni, postaju razmjerno česta pojava u suvremenom hrvatskom jeziku, uključuju se u vokabular zadržavajući značenje nastalo kao rezultat neznanja. Slijedi jedan od primjera:

„Uz proslavu 20 godina ljetnih **limitiranih** mirisa, iznova su lansirani oni voćni koji su inspirirali najljepše ljetne trenutke.“⁴⁸

Pažljiviji čitatelj mogao bi ostati zbunjen pitajući se u čemu se krije ograničenost predstavljenih mirisa. Autorov pokušaj prenošenja informacije o puštanju u prodaju ograničene količine određene linije parfema „prevođenjem“ engleske sintagme *limited edition*, nespretan je i neprecizan.

Sličan se primjer nedvojbeno otkriva u riječi *ultimativan*. Slijedi jedan od tipičnih primjera njegove upotrebe u popularnom diskurzu:

„Razigrana moda: Točkice na svemu **ultimativni** su stilski hit“⁴⁹.

Međutim, pridjev *ultimativan* u hrvatskom jeziku nosi značenje – 'koji sadrži ultimatum, koji je ultimatum; konačan, krajnji' te supostavljen engleskom pridjevu *ultimate* (u ovom slučaju znači 'najbolji, vrhunski, najmoderniji') pripada skupini poznatijih lažnih parova, koji zadaju poteškoće manje iskusnim prevoditeljima ili manje osviještenim govornicima često im izmičući⁵⁰. Miješanje značenja moglo bi se izbjeći odabirom neke od dobrih hrvatskih zamjena, navodi Nives Opačić (2006: 43) u svom osvrtu „Ultimativno i definitivno“. Tako se i hrvatsko značenje pridjeva *definitivan* – 'konačan, neopoziv; presudan,

⁴⁶ <http://www.zenskikutak.hr/ra-design-by-romina-anzek-nakit-za-svaku-zenu-i-ponekog-muskarca/920>

⁴⁷ Story, 22. veljače 2012.

⁴⁸ Story, 22. veljače 2012.

⁴⁹ <http://www.24sata.hr/moda/razigrana-moda-tockice-na-svemu-ultimativni-su-stilski-hit-420074>

⁵⁰ <http://bujicarijeci.com/2012/09/ultimativan>

konačan, odlučan' – (pre)često miješa sa značenjem engleskih pridjeva *definitive* – 'određen, konačan, jasan, sigurno, svakako, u svakom slučaju'; te *definite* – 'određen, jasan, točan, nedvojbjen'. Stoga pravilna varijanta rečenice „On je definitivno najpametniji u razredu“ glasi „On je nedvojbjeno/svakako/zasigurno najpametniji u razredu“.

6. 4. PRILAGODBA NA SEMANTIČKOJ RAZINI

Prilagodba značenja anglizama naziva se transemantizacijom. Na semantičkoj razini prilagodbe posebno je naglašena potreba za razlikovanjem primarne i sekundarne adaptacije. Cilj je analize, tumači Filipović, utvrditi kako posuđenice formiraju svoje značenje, dolazi li pritom do kakvih promjena i zašto te kakav je odnos značenja posuđenice i njezina modela (usp. Filipović 1986: 153).

Primarna adaptacija razlikuje se u tri varijante. Nulta semantička adaptacija podrazumijeva prenošenje značenja s modela na repliku, pri čemu ona zadržava sva značenja modela. Filipović u ovoj kategoriji navodi primjere poput *trans*, *kilt* i *televizija*, a primjećuje i činjenicu da anglizmi ove kategorije semantičke prilagodbe najčešće pripadaju „uže specijaliziranom području“ poput hrane i pića, sportskih izraza, plesova, kartaških igara, odjeće, imena pasmina i sl. (npr. *biftek*, *tonik*, *bokser*, *čarlston*, *poker*, *pulover*, *terijer*) (Filipović 1990: 38). Nikolić-Hoyt primijenit će podjelu na noviju situaciju te uočiti sve veći broj primjera nulte semantičke adaptacije spram donedavno najčešćeg tipa adaptacije, suženja značenja. Uočenu pojavu pripisuje pripadnosti posuđenih izraza određenim stručnim terminologijama i žargonima, poput računalne tehnologije, sporta, mode i medicine (usp. Nikolić-Hoyt 2005: 198), ali i činjenici da su modeli od kojih nastaju posuđenice zapravo neologizmi pa nisu niti stigli razviti dodatna značenja, a nastali su najčešće slaganjem. Najplodnijim područjima nastanka i kolanja ovog tipa anglizama smatra (računalnu) tehnologiju, sport i rekreaciju, glazbu i ples, modu, reklamu i kozmetiku, zdravlje i kulturu življenja te društvene pojave u širem smislu, a koje svjedoče „o interesima i prioritetima modernoga potrošačkog, globalnog i globaliziranog društva“ (*ibid.*: 198–200). Opisanoj skupini dopast će velik broj primjera iz korpusa prikupljenog preplitanjem semantičkih polja o kozmetici, savjetima o ljepoti, kulturi življenja, zdravlju, modi i reklami.

Aktualniji primjer zabilježen u engleskim internetskim rječnicima, no ne i u hrvatskima, jest imenica *selfie*, npr.

„Ovoga puta objavila je sanjivi ranojutarnji 'selfie' iz svoje spavaće sobe.“⁵¹

Prema internetskom izvoru njezina prva zabilježena upotreba datira iz 2002. godine, a kako se radi o neologizmu, u hrvatski je jezik preuzeto njezino jedino značenje – značenje autoportreta koji osoba napravi mobitelom ili fotoaparatom i stavi na društvenu mrežu.⁵² Odgovor na pitanje koje zanima osvještavanje govornike hrvatskoga jezika: „Hoće li i hrvatski govornici skovati kakav neobičan prijevod za ovaj izraz ('sebić') ili ćemo prisvojiti englesku riječ?“⁵³ svakom je sljedećom upotrebom sve jasniji i svjedoči o uklopljenosti hrvatske popularnokulturne scene u angloamerička zbivanja. Novonastale engleske riječi koje prate nastajanje novih proizvoda u trenu obilaze svijet i uključuju se u život i vokabular svoje publike.

Aktualan je i primjer s društvenih mreža – mogućnost postavljanja *hashtaga*:

„Znači, ako netko objavi tuit s *hashtagom #epic* (kojim želi staviti naglasak na nešto izvanredno i vrijedno pažnje), klikom na njega izlistat će vam se i ostali najnoviji tuitovi s istim *hashtagom*.“⁵⁴

Dakle, na hrvatskim je internetskim stranicama objašnjeno što je *hashtag* i kako se koristi, no njegov naziv preuzet je upravo takav kakav je u engleskome – ortografski neprilagođen, fonološki preuzet prema izgovoru modela. Nove riječi poput *selfieja* još nisu zabilježene u engleskim rječnicima, kamoli u hrvatskima. Najsuvremeniju sliku američkih jezičnih strujanja među mladima, čini se, pružaju engleski internetski rječnici poput urbanog rječnika,⁵⁵ koji pišu i dopunjavaju sami govornici. Prema tome, iako predstavlja uvid u suvremenu situaciju „iz prve ruke“, ne može ga se smatrati pouzdanim znanstvenim izvorom.

Sličan je slučaj preuzetog pojma *opinion-maker*:

„Tog glavnog **opinion-maker**a na području Raw Food pokreta podupire tvrtka...“⁵⁶

Pojam se pojavljuje kopiran, neprilagođen normi hrvatskoga jezika te nije zabilježen u hrvatskim i engleskim tiskanim rječnicima. Internetski rječnik www.learnersdictionary.com, opisuje značenje te riječi kao – 'osoba čije je mišljenje važno i utječe na mišljenja i stavove

⁵¹ <http://dnevnik.hr/showbuzz/celebrity/severina-objavila-novu-seksi-fotografiju-bez-sminke-kako-vam-izgleda-bolje---346212.html>

⁵² <http://www.books.hr/vijesti/sve/selfie-je-rijec-godine-1385030127>

⁵³ <http://www.books.hr/vijesti/sve/selfie-je-rijec-godine-1385030127>

⁵⁴ http://planb.tportal.hr teme/249882/Hashtag-i-kako-ga-koristiti.html#.VW1rAc_tmko

⁵⁵ <http://www.urbandictionary.com>

⁵⁶ Zdrav život, listopad 2005.

drugih' – „a person whose opinion influences the opinions of many other people – usually plural (bloggers, journalists, and other *opinion makers*)“⁵⁷.

Odnedavno sve rjeđa varijanta primarne semantičke prilagodbe odnosi se na slučaj suženja broja značenja replike u odnosu na broj značenja modela. Dakle, u jezik primatelj prenosi se jedno, specifično značenje posuđenice. Nikolić-Hoyt (2005: 201) ovu pojavu, mnogo češću od suženja polja značenja, oprimjeruje riječju *attachment*, koja u engleskom jeziku ima četiri značenja, kojima su dodana tri nova značenja, a u hrvatskom ta posuđenica označava dokument, odnosno *file*, koji se šalje u *e-mailu*. Borbu protiv *attachmenta* hrvatskim riječima prilog ili dodatak Nives Opačić (2012: 23), „ljeta gospodnjega 2012.“, proglašava uzaludnom i izgubljenom.

Protivno predočenoj nepotrebnosti riječi *attachment*, čije značenje odgovara hrvatskim ekvivalentima i koji bi sasvim dostojno mogli pokrivati traženo značenje, pojavljuju se primjeri malo zamršenije situacije, ne tako uvjerljive u korist domaćih izraza. Konkretno, čini se da su određene osobitosti često viđena izraza *banner/baner* prepoznate među govornicima i korisnicima jezika i povoljno utječu na čestotnost njegove upotrebe. Ponašanje te riječi u hrvatskome komentira i Nives Opačić pitajući se zašto oglas nije dovoljno dobra zamjena. Kao odgovor nudi modernu tendenciju davanja prednosti engleskome izrazu. *Baner*, čak i ortografski prilagođen prema izgovoru modela, ipak nije potpuni ekvivalent riječi oglas, već bi ga svakako trebalo pobliže odrediti kao internetski oglas, posebno u zaglavlju ili u podnožju internetske stranice, ili pak kao reklamni natpis na ceradama kamiona, tramvajima itd. (usp. Opačić 2012: 35). Budući da je hrvatski izraz u tom slučaju opisne prirode ili višestran, ekonomičniji će izraz prevladati u svakodnevnoj uporabi.

Također, opisani tip semantičke adaptacije potkrepljuje ranije istaknuti pridjev *decentan*, čije se jedno od četiriju značenja opisanih u engleskome ustalilo u hrvatskom popularnokulturnom diskurzu – 'neupadljiv, prikladan, suzdržan, koji se ne ističe' (engl. '*acceptable to people in a particular situation*', npr. *That dress isn't decent*.⁵⁸) – pri čemu najčešće opisuje odjevne predmete.

Nadalje čitajući tekstove predmetne skupine moguće je primijetiti pojavljivanje specifičnoga značenja riječi *print*. Među sedam glagolskih značenja i šest imenskih u hrvatskom popularnom modnom diskurzu najčešći je imenički oblik riječi *print*, nepotvrđen u

⁵⁷ <http://www.learnersdictionary.com/definition/opinion%20maker>

⁵⁸ Hornby (2005).

tom značenju u hrvatskim rječnicima. On upućuje na uzorak otisnut na odjevnim predmetima (usp. engl. '*cotton cloth that has pattern printed on it; this pattern: a cotton print dress, a floral print*'⁵⁹), npr.:

„Boemski vintage dobitna je kombinacija dizajnerskog dvojca koji su za iduću sezonu uspjeli postaviti floralni **print** u sasvim novom izdanju.“⁶⁰

Riječ *cover*, ponekad, iako rjeđe, u hrvatskim medijima prilagođena prema svojoj ortografiji kao *kaver*, primjer je posuđivanja jednoga od inih značenja modela. Od glagola *pokriti* i *prekriti* preko imenica *zaštita*, *zaklon* i slično, u hrvatski je jezik preuzeto značenje 'omot gramofonske ploče, kompaktnog diska, knjige; naslovna strana, ovitak',⁶¹ npr.:

„Njezin najnoviji **cover** postao je viralni hit i pokrenuo rasprave o ljepoti i u poodmakloj životnoj dobi...“⁶².

Treća je varijanta transsemantizacije već spomenuto suženje polja značenja, koje Filipović objašnjava na primjerima *pentri* i *tanker*. Dok model *pantry* znači smočnicu, njegova replika *pentri* odnosi se isključivo na smočnicu na brodu. Ista pojava vidljiva je na primjeru *tankera* – model u engleskom jeziku obuhvaća i druga vozila za prijevoz nafte, avion i cisterne, bilo u vlaku bilo u kamionu, dok se značenje replike ustalilo samo za brod koji služi za prijevoz nafte.

Uvjet za pojavu sekundarne adaptacije prvotna je potpuna integracija riječi u sustav jezika primaoca, gdje se ona tada može dalje razvijati lišena utjecaja svojega izvora, a za to je pak potreban određeni vremenski odmak kako bi se izgubio intenzitet utjecaja i preciznost značenja (usp. Filipović 1990: 40). Njezino očitovanje Filipović potkrepljuje primjerima: riječ *korner* – u značenju udarca i prostora izvan gol-linije u nogometu – primjer je proširenja značenjskoga polja, a riječ *najlon* – u značenju sintetičkoga materijala, ali i plastične vrećice – reprezentativan primjer proširenja broja značenja. Opažanja Nikolić-Hoyt i ovdje pružaju uvid u noviju situaciju. Naime, autorica primjećuje da je slučaj proširenja broja i polja značenja postao rjeđi zato što u novije vrijeme sve češće izostaje potpuna integracija preuzetih riječi, pa one ne uspiju dobiti nova značenja. One rijetke riječi koje se integriraju, a zatim i dobiju nova značenja, uglavnom nisu zabilježene u hrvatskim rječnicima. Isto tako najviše je dotičnih slučajeva u razgovornom jeziku i u publicističkom stilu, što znatno otežava njihovo precizno

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ Story, 22. veljače 2012.

⁶¹ http://hjp.novi-liber.hr/index.php?show=search_by_id&id=f1xvWhM%3D

⁶² <http://www.vecernji.hr/moda-i-ljepota/ona-je-najstariji-model-na-svijetu-necete-vjerovati-koliko-ima-godina-1007601>

bilježenje. Govoreći o toj kategoriji, autorica se dotiče skupine riječi koju Filipović na samome početku izlaganja o anglicizmima određuje kao pseudoanglicizme, dakle riječi koje nastaju u hrvatskome jeziku od engleskih elemenata, no u tom obliku ne postoje u engleskom, npr. *darker*, *darkerica* i *darkerski* u engleskom nisu potvrđeni, samo pridjev *dark* u kojem se nalazi njihova ishodišna točka, a značenje mu se proširilo na vrstu glazbe i stil odijevanja (usp. Nikolić-Hoyt 2005: 203).

6. 5. PRILAGODBA NA SINTAKTIČKOJ RAZINI

Analizu Rudolfa Filipovića, kojoj nedostaje opis utjecaja jezika davatelja na sintaktičkoj razini na jezike koji se u njega ugledaju, dopunio je Jovan Ajduković u knjizi *Uvod u leksičku kontaktologiju* (2004), gdje prema Filipovićevu nacrtu definira transsintaktizaciju i dijeli je na tri podtipa. Sintaktičkom se adaptacijom, ističe Ajduković, utvrđuje utjecaj sintaktičke norme jezika davaoca na normu jezika primaoca, pri čemu se u njegovu slučaju dijagnosticira djelovanje ruskog jezika na srpski, makedonski, bugarski, češki, slovački i hrvatski jezik. Ajduković precizira Weinreichova opažanja o tome da sintaktička interferencija obuhvaća promjene na planu reda riječi, modulacije (akcent, intonacija, pauza) i slaganja pa odstupanja od norme na sintaktičkoj razini uočava pri upotrebi glagolskih vremena, imenske i glagolske rekcije, glagolske konstrukcije i elipse (usp. Ajduković 2004: 250).

U okviru sličnosti i razlika u izražavanju glagolske rekcije Ajduković iznosi tri tipa transsintaktizacije, analognih Filipovićevim podjelama na fonemskoj, morfemskoj i semantičkoj razini. Nulta sintaktička adaptacija obuhvaća replike iste rekcije kao i model, a među ostalima naveden je primjer hrvatskih rusizama *dozvoliti (što)*, *glasovati (za koga, za što)*, koji, baš poput njihovih modela u ruskome jeziku, traže dopunu u akuzativu s prijedlogom ili bez njega (usp. Ajduković 2004: 255). Pri djelomičnoj transsintaktizaciji model i replika (rusizam) upotrebljavaju se u konstrukciji s imenskom riječi u istome padežu, a djelomičnost se odnosi na različitu upotrebu prijedloga. Odgovarajući je primjer hrvatski rusizam *prisustvovati*, koji traži dopunu u dativu, za razliku od modela, koji traži dopunu u lokativu, dakle neophodni su prijedlozi *v* ili *pri* (usp. *ibid.*: 256). Posljednji, treći stupanj sintaktičke prilagodbe Ajduković naziva slobodnom transsintaktizacijom glagolske rekcije. Ona označava različitu rekciju modela i replike, poput one u odnosu rusizma *pospješiti (+A)* i

njegova modela, koji se upotrebljava s dativom i genitivom (usp. *ibid.*: 257). Istraživanje zaključuje statističkim podatkom o čestotnosti triju tipova transsintaktizacije, koja je u hrvatskom jeziku sukladna redoslijedu njihova opisa te otkriva najslabiju zastupljenost slobodne transsintaktizacije (5%, spram 30% djelomične i 65% potpune transsintaktizacije) (usp. *ibid.*: 258).

Ipak, zbog strukturalne naravi engleskog i hrvatskog jezika i njihovih velikih različitosti, izneseni opis nije u potpunosti primjenjiv u analizi anglizama u hrvatskome, stoga sustavniji opis valja potražiti u drugim izvorima. Utjecaj sintakse engleskog jezika može se prepoznati vrlo često, posebno u popularnokulturnim tekstovima i nekvalitetnim prijevodima. Naime, engleske rečenične konstrukcije nerijetko se slijepo preslikavaju u hrvatski jezik doslovnim prevođenjem „riječ za riječ“, čime tvore neprirodne i nekorektne oblike. Takva je pojava najčešće posljedica rada nekompetentnih prevoditelja, koji na taj način iznevjeravaju osnovni princip prevoditeljskoga posla – prilagođavanje teksta duhu jezika uz pomoć cjelokupne društveno-kulturološke slike društva obaju jezika. Sintaktička razina pokazuje se izrazito zanimljivim područjem pri prevođenju s engleskog jezika na hrvatski, a autorice Lana Hudeček i Milica Mihaljević pozabavile su se i njome te nabrojale, oprimjerile i rastumačile najčešće prevoditeljske pogreške.

6. 5. 1. Jukstapozicija/predatribucija i predapozicija

Jukstapozicija, kako ju naziva, iako ne oprimjeruje, još R. Filipović, danas je jedna od medijski najzastupljenijih jezičnih tvorevina pod utjecajem engleskog jezika. Sintaktički model u kojem imenica određuje imenicu te se one nalaze u usporednom položaju, odnosno jukstapoziciji, epidemijски se proširio hrvatskim jezikom, pa se pojavljuje ne samo u pogrešno sročnim prijevodima, već i kao neprijevodni oblik vrlo čest u reklamnom diskurzu i popularnoj kulturi. Ovaj je oblik, navode Hudeček i Mihaljević (2005: 122), osobito čest „u naslovima manifestacija“ poput *Dubrovnik film festival*, iako bi prijevod imena manifestacije u duhu hrvatskog jezika glasio Dubrovački filmski festival. Autorice navode sličan primjer iz nelektoriranih tekstova: „U Harvard katalogu ta se uputa proširuje“ (*ibid.*). Prema pravilima hrvatskog jezika u tom bi se slučaju moralo raditi o harvardskom katalogu ili katalogu Harvard. Navedena konstrukcija toliko je učestala pojava u popularnim tiskovinama i na portalima da ju mnogi govornici uopće ne doživljavaju kao pogrešku ili kao tvorevinu netipičnu za hrvatski jezik.

Navedenom se pojavom bavila ili ju je primijetila nekolicina jezikoslovaca – R. Filipović (1966) spominje jukstapoziciju, Ž. Bujas (1957/58) određuje ju kao plod snažnog utjecaja engleskoga, E. Barić, D. Malić i S. Babić govore o polusloženicama, „svezama dviju riječi čija su glavna obilježja atributivnost prve imenice u odnosu prema drugoj, nesklanjanje prve imenice, čuvanje obaju naglasaka, njihovo nesudjelovanje u tvorbi, sintaktička cjelovitost i stilska obilježenost“ (Barić i Malić 1986: 94, prema Horvat, Štebih Golub 2010: 10), a A. Starčević prikazuje atributivnu i apozicijsku ulogu tog sintaktičkog odnosa (usp. *ibid.*). Prema engleskim nazivima za ostvarivanje atribucije postavljanjem atributa ispred glave imeničkog skupa (engl. *premodification*) ili iza nje (engl. *postmodification*) A. Starčević (2006: 647) uvodi nazive predatribucija i zaatribucija, odnosno predatribut i zaatribut, predapozicija i zaapozicija. U nastavku nabroja neka značenja koja u engleskom jeziku može izražavati imenica u predatributivnom odnosu: sastav (*glass windows*), svrhu (*pencil case*), identitet (*women doctors*), sadržaj (*market report*), objektnost (*egg production*), subjektnost (*child development*), vrijeme (*summer conditions*), mjesto (*church square*), partitivnost (*family member*), specijalizaciju (*finance director*). Izdvaja strukturu u kojoj se predapozicijom označava naziv – *the Sheraton hotel* (hotel Sheraton) – jer se ona pokazala jednom od najplodnijih tvorbenih shema u hrvatskim popularnim tiskovinama. U hrvatskom jeziku, izlaže autor, atributi mogu biti pridjevski i imenički, a potonji se pojavljuju većinom kao zaatributi, u tolikoj mjeri da se u gramatikama ne raspravlja o njihovu položaju (*ibid.*: 649). Novina u suvremenom hrvatskom svakako su imenice u ulozi nesročnih predatributa, zaključuje autor i niže primjere različitih odnosa izraženih predatribucijom:

a) posvojnost – *Billa usluge* (Billine usluge)

Izražavanje posvojnosti postavljaajući nesročnu imenicu kao predatribut izrazito je frekventan oblik, posebno u reklamnoj industriji:

„...koristeći upravo proizvode koji se mogu pronaći na policama u **Bipa dućanima**.“⁶³

b) tipičnost – *Zvijezda kvaliteta, Coca cola okus*

c) mjesto – *spa usluge*

„Odjeća koju biste u običnom dućanu možda platili punu cijenu u **outlet centrima** može koštati duplo jeftinije.“⁶⁴

d) sredstvo – *internet veza*

⁶³ <http://www.jutarnji.hr/tajna-savrsenog-make-up-a-nas-najbolji-vizazist-sasa-jokovic-pokazat-ce-vam-kako-se-nasminkati-za-proljece/1335524/>

⁶⁴ http://zena.hr/clanak/financije/frugal_sik_kreativni_otpor_recesiji/9450

„Ako ste vični korištenju interneta, svakako utrošite nešto vremena pretražujući **internet trgovine**.“⁶⁵

e) svrha – *shopping kartica*

„Beauty tretmani za svaku mladenku“⁶⁶.

f) sadržaj – *Crtani romani show*

„Prvi regionalni Whisky Sajak ZG015 posjetiteljima predstavio vrhunske svjetske **whisky brandove**“⁶⁷

Neko su vrijeme u Zagrebu stajale reklame u obliku velikih plakata za novi film u Cinestarovim kinima, a na njima je stajalo:

„Paddington. Od producenata **Harry Potter filmova**“.⁶⁸

Primjer je to kopiranja engleskog rečeničnog ustrojstva u hrvatski jezik, u kojemu bi pravilan ustroj glasio: „filmova o Harryju Potteru“.

g) sastav – *jagoda cocktail*.

„TERRA. Muška ili ženska **hiking** obuća. **Softshell** materijal.“⁶⁹

„...i skijašku **flis jaknu** službenog dobavljača.“⁷⁰

Nabrojenu popis Marijana Horvat i Barbara Štebih Golub (2010: 13) dodaju sljedeće kategorije te ih oprimjeruju sintagmama sveprisutnim u popularnom diskurzu:

h) materijal (*najlon vrećica, tuna sendvič, višnja čaj*)

i) ciljnu skupinu (*chick literatura, gay ikona, gay knjižara, gay odjeća, gay priča, gay turizam*)

j) pripadnost kakvoj skupini (*gay frajer, gay mladež, gay muškarac, macho mladoženja*)

k) osobinu (*bofl roba, gay lik, macho kultura, trač baba*).

Baš poput zaatributa, zaapozicija pod stranim utjecajem mijenja svoj tradicionalni položaj i postaje predapozicija, posebno kada se radi o nazivu, npr. *Dacia automobil* umjesto *automobil Dacia* (Starčević 2006: 650). Primjeri su brojni:

„**Diesel kolekcija** za proljeće-ljeto 2013.“

⁶⁵ http://zena.hr/clanak/financije/frugal_sik_kreativni_otpor_recesiji/9450

⁶⁶ <http://www.budi.in/beauty/beauty-tretmani-za-svaku-mladenku-2055>

⁶⁷ http://zena.hr/luxe/clanak/lifestyle/prvi_regionalni_whisky_sajak_zg015_posjetiteljima_predstavio_vrhunske_svjetske_whisky_brandove/626

⁶⁸ Izvor: veliki (*džambo*) plakat u Zagrebu, reklamira aktualni film u kinima.

⁶⁹ Katalog Hervisa za razdoblje od 15. 4. do 21. 4. (www.hervis.hr)

⁷⁰ http://zena.hr/clanak/vjezbanje/damski_kup_u_subotu_na_sljemenu/1409.aspx

„...i popularne **L'Oreal Paris proizvode**“⁷¹

„**EFFIE konferencija**, koja predstavlja najučinkovitije primjere oglašavanja i marketinške ideje koje donose stvarne rezultate, održat će se 16. travnja u Zagrebu u Maloj dvorani Lisinski u organizaciji Best Marketinga Hrvatska.“⁷²

„Ruska dizajnerica Natalia Rumyantseva projektirala je **Kozmos krevet** – komad namještaja koji pruža iskustvo spavanja pod otvorenim nebom u vlastitoj spavaćoj sobi.“⁷³

„Sinoć, u petak 20. rujna, je u prostorijama zagrebačkog **Kolding cluba** održana premijera najpoznatije drame Miroslava Krležje *Gospoda Glembajevi*.“⁷⁴

„Pokušajte, recimo, sa **Stella Artois božićnom edicijom piva**...“⁷⁵

„Ona se odlučila za prilično sličan outfit, ali s **Versace potpisom**“⁷⁶

U nekim se modnim časopisima, unatoč navedenoj intervenciji lektora, ova konstrukcija pojavljuje kao pravilo, a ne kao iznimka:

„Ice Watch ženski sat (880 kn); Guess model (631 kn); Adidas sat (449 kn)“⁷⁷.

6. 5. 2. Ostale sintaktičke konstrukcije po uzoru na engleski model

Pogreška u glagolskoj rekciji, o kojoj govori Ajduković (2004), vidljiva je na primjeru prijedložnog i besprijedložnog instrumentala. Engleski glagol *to deal with* često se prevodi kao *baviti se s*, čime se umjesto besprijedložnog instrumentala pogrešno upotrebljava prijedložni (usp. Hudeček, Mihaljević 2005: 124). Često se griješi pri upotrebi glagola različitih valencijskih modela, ističu Hudeček i Mihaljević (*ibid.*: 127), a iako takve pogreške obično ne utječu na razumijevanje, u hrvatskome treba ponoviti imenicu u određenom obliku ili dopuniti glagol odgovarajućom zamjenicom, npr. *with or without formal attributes* umjesto *sa ili bez formalnih atributa* treba glasiti *s formalnim atributima ili bez njih* (*ibid.*). Isto tako, konstrukcije *bez obzira* i *s obzirom* često ostaju bez obavezne dopune *na + A*, a u primjeru:

⁷¹ <http://www.jutarnji.hr/tajna-savrsenog-make-up-a-nas-najbolji-vizazist-sasa-jokovic-pokazat-ce-vam-kako-se-nasminkati-za-proljece/1335524/>

⁷² http://zena.hr/clanak/marketing/3_effie_konferencija_o_ucinkovitosti_marketinga/641

⁷³ http://zena.hr/luxe/clanak/lifestyle/kozmos_krevet_s_pogledom_na_zvijezde/633

⁷⁴ <http://dalje.com/hr-scena/foto--odrzana-premijera-predstave-gospoda-glembajevi/484258>

⁷⁵ Gloria IN, 17. prosinca 2011.

⁷⁶ <http://www.story.hr/polugole-jennifer-lopez-i-beyonce-pomele-konkurenciju-248029>

⁷⁷ Gloria IN, ožujak 2012.

„Također, možemo razgovarati što se moglo...“ pod utjecajem engleskog modela „Of course, we can discuss what might have...“ nedostaje dopuna *o tome*. Ponekad se u hrvatskim tekstovima engleski prilog *where* prevodi doslovno kao *gdje*, iako bi rješenje valjalo potražiti u odnosnoj zamjenici u odgovarajućem padežu (mjesto *u kojem* se škola nalazi umjesto mjesto *gdje* se škola nalazi) (*ibid.*: 122), a pogreška je pod utjecajem engleskoga, kao i sve ranije navedene, postala česta i u neprijevodnim tekstovima:

„Otkrijte Vichyjeve tajne lijepe kože u najbližoj ljekarni, **gdje** će vam prilikom kupnje odabranog proizvoda darovati...“⁷⁸

U kategoriju najzastupljenijih shema po uzoru na engleski pripadaju i sheme koje autorice oprimjeruju u nastavku: superlativ + *ikad* (*ever*) te *sebe sama* (*himself*) – „Za najnježniju kožu **ikad**“; „Znanje je to koje se odnosi na sebe sama“. U popularnim je tiskovinama posebno česta prva konstrukcija s pojačivačem značenja *ikad*:

„...sljedećeg dana na fejsu kaže da je to bio „**najbolji ikada**“ događaj u njegovu životu, no već sljedeću večer počinje još bolji.“

Slijedi primjer nespretnog novinarskog prevođenja:

„– Vau, Antonija Mišura je vjerojatno **najljepša košarkašica ikad** koja je obula tenisice – napisao je Robinson.“⁷⁹

Sasvim prirodna u engleskom, pasivna konstrukcija udomaćila se i u hrvatskom jeziku, i to ne samo u prijevodnim tekstovima. Iako se preporučuje zamjena pasivne konstrukcije aktivnom, snažan utjecaj engleskog u suradnji sa slabom potrebom za lekturom čine pasivne konstrukcije razmjerno čestom pojavom u hrvatskim tekstovima popularnokulturnoga karaktera, primjerice:

„Da su žene paranoične zaista nije čudno budući da su većinu vremena brojčano nadjačane od strane muškaraca...“⁸⁰.

Među pasivnim konstrukcijama Hudeček i Mihaljević (2005: 126) ističu upravo konstrukcije *od* ili *od strane* nastale kao prijevod engleskog prijedloga *by* kada uvodi vršitelja radnje. Npr. „The number of NPs required by a verb is the valency of that verb.“

⁷⁸ Story, 22. veljače 2012.

⁷⁹ <http://www.24sata.hr/kosarka/nba-zvijezda-snimila-misuru-najljepša-je-kosarkasica-ikad-276374>

⁸⁰ <http://www.index.hr/vijesti/clanak/zbog-cega-zene-ne-podrzavaju-druge-zene-na-poslu/614305.aspx?mobile=false>

Nelektorirani prijevod glasi: „Broj NP zahtijevanih od glagola je valencija tog glagola.“ Autorice nude rješenje u obliku aktivne konstrukcije: „Broj imenskih skupina koje glagol zahtijeva valentnost je toga glagola.“

Osim pasivnih konstrukcija i participne su postale frekventnije zahvaljujući prijevodima s engleskog jezika, iako bi ih prema normi hrvatskog jezika trebalo izbjegavati te zamijeniti odgovarajućom zavisnom rečenicom. Taj se tip pogrešaka može pronaći i u neprijevodnim tekstovima popularnih žanrova:

„...djeluju na smanjenje dubokih bora i potiču obnavljanje kože usporavajući starenje“⁸¹.

Svoje mjesto među najfrekventnijim konstrukcijama doslovno prevedenih s engleskoga ili stvaranih po uzoru na popularne angloameričke sheme postojano održava ovaj tip opisnih konstrukcija:

„Razbarušena kosa, smrknut pogled, **ma-tko-šljivi-pravila stav**...“⁸²

„Vizažist Saša Joković kaže da su vam za izgled '**slučajno-sam-lijepa-tek-sam-se-probudila**' potrebna samo tri proizvoda.“⁸³

Zamjetan je i stanovit broj pravopisnih pogrešaka nastalih zbog preslikavanja engleskih pravopisnih pravila na hrvatski jezik. Iako taj segment utjecaja engleskoga nije predmet ovoga rada, treba ga spomenuti radi zaokruživanja teme. Hudeček i Mihaljević (2005: 110-121) opimjeruju najčešće slučajeve preslikavanja engleskih pravopisnih pravila u hrvatski jezik: pisanje velikog slova na mjestima na kojima hrvatski pravopis propisuje malo (Internet, Europska Unija i sl.), upotreba zareza prema pravilima za engleski jezik (primjerice ispred posljednjeg elementa u nizu nabiranja, odvajanjem priložne oznake na početku rečenice ili pak uvođenjem upravnoga govora uz pomoć zareza), pogrešna upotreba točke i spojnice, (ne)postavljanje razmaka prema pravilima engleskog jezika (J.R.R. Tolkien), pogrešno pisanje brojeva (manji i okrugli brojevi u hrvatskom se ispisuju), naziva jezika i egzotizama (u hrvatskom se jeziku pišu fonološki prilagođeno) te izostavljanje sklonidbe brojeva i kratica prema pravilima engleskoga jezika. Autorice za te slučajeve navode primjere loših prijevoda, no većina primjera zastupljena je i u neprijevodnim tekstovima, posebno u popularnokulturnim žanrovima. Tendencija autora tih tekstova da se što više približe,

⁸¹ <http://www.specchiasol.hr/verattiva/IntSerum.html>

⁸² Cosmopolitan, listopad 2011.

⁸³ <http://www.cosmopolitan.hr/clanci/ljepota/make-up-u-dive-minute>

odnosno da što manje odudaraju od modernog američkog stila zanemarujući pritom pravila hrvatskoga jezika, izrazito je vidljiva na planu pravopisa.

7. STAVOVI JEZIKOSLOVACA I GOVORNIKA

7.1. JEZIČNI PURIZAM

Jezični purizam, prisutan od početaka hrvatske pismenosti kao tendencija propitivanja unosa tuđica u jezik i izbacivanja nepotrebnih tuđica iz jezika, vrlo je važan element u standardizaciji hrvatskoga jezika i očuvanju nacionalnog identiteta jer se „nacionalni identitet velikim dijelom izražava kao lojalnost prema vlastitu jeziku i svijest da prvi jezik ima dovoljno leksičkih sredstava kojim bi se mogle zamijeniti (gotovo) sve posuđenice (Fishman 1972a, prema Drljača Margić 2010: 7). Neophodno je promatrati jezični purizam u povijesnom kontekstu jer tada otkriva jezičnu sastavnicu kao suštinsku u otporu hrvatskoga njegovim pretendentima, koji su ga doveli u nepovoljan položaj. U drugoj polovici 18. stoljeća puristi se odupiru prodoru turcizama, u 19. na red dolaze germanizmi, talijanizmi i latinizmi, u 20. stoljeću purističke težnje usredotočuju se na izbacivanje germanizama i srbizama, a u novije doba u središtu su pozornosti anglizmi (usp. Turk 1996: 68).

Kronologija zapaženijeg utjecaja engleskoga na hrvatski jezik, navodi B. Drljača Margić (2010: 137), bilježi svoj početak pedesetih godina dvadesetog stoljeća okretanjem naraštaja tzv. *krugovaša* književnim utjecajima Zapada, obnavljajući usto i gospodarske i umjetničke veze. Pojačani kontakt između engleskog i hrvatskog jezika sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća rezultat je praćenja znanstvenog i tehnološkog napretka, a ulazak velikog broja internacionalizama devedesetih godina posljedica je tranzicije i prilagodbe „ekonomskim i političkim preokretima“ (*ibid.*) koji uključuju „prilagođavanje kapitalističkome poretku i demokraciji, okretanje Hrvatske Zapadu i upoznavanje s novim institucijama, idejama i pojmovima, njezino uključivanje u svjetsko tržište te konvergenciju s civilizacijskim i kulturnim sustavima na globalnoj razini“ (*ibid.*).

Radovi hrvatskih jezikoslovaca purističkih nazora, posebno oni nastali posljednjih petnaestak godina, odišu sveopćom zabrinutošću zbog položaja hrvatskoga u svjetlu globalizacije i angloameričke jezične i kulturne dominacije, zbog situacije koju Nives Opačić (2014: 151) u jednom od svojih osvrtu opisuje ovako:

„Ovako su Sjedinjene Američke Države svoj materinski jezik (kao samo po sebi razumljivo) nametnule ostalim jezicima kao *lingua franca*, ne u prvom redu iz poliglotskih pobuda (da svi ljudi na svijetu nauče engleski), nego zato da ih i preko jezika učine ovisnima o svekolikoj svojoj tehnologiji (vojnoj, svemirskoj, komunikacijskoj, medijskoj i sl.), što će onda povući za sobom i oponašanje obrazaca ponašanja (radno vrijeme, promjena prehrambenih navika – brzo pripremljena ili gotova

kupljena hrana – vožnja automobilom u udaljenija mjesta rada iz onih u kojima ljudi stanuju, čega u Europi, s obzirom na slabiju mobilnost, nije prije bilo, prekrajanje običaja – Božić sve više s reklamnim kokakolinskim Djedom Mrazom nego s prijašnjim malim Isusom kao darivateljem, Noć vještica, Valentinovo i sl.), što u konačnici opet ima poticanje amerikaniziranoga konzumerizma (u Hrvatskoj se to više i ne zove drukčije nego *shoppingiranje*, a ako se baš žurimo, pa ne znamo dobro englesko slovkanje, šopingiranje).“

Glavni problem, ističe autorica, nekritičko je kopiranje „na svim područjima javnoga života“ (*ibid.*: 142) koje dovodi do stvaranja *jezičnih nakaza* s kojima se autorica godinama ustrajno bori. Glavni krivac tome, smatra autorica, ipak nije sveprisutna i stalno spominjana globalizacija, već u medijima sveprožimajuća „glupost i guranje glave u pijesak (nemara i nerazumijevanja)“ (*ibid.*: 143) spram jezičnih pitanja, začudna za narod koji voli „vajkati kako su im kapu – pa i jezičnu – stoljećima krojili stranci“ (*ibid.*: 140). S činjenicom da bi Hrvati trebali sustavnije provoditi brigu o jeziku slažu se mnogi jezikoslovci te naglašavaju ključnu ulogu institucija, čije je nedjelovanje, smatraju, jedan od glavnih činitelja suvremene situacije. M. Samardžija (2006: 144) ističe kako je brzina prodiranja engleskih riječi (zanimljiva je studija H. Galinskog o tome koliko vremena treba nekom američkom neologizmu da na bilo koji način bude prihvaćen u njemačkom jeziku – u nekim slučajevima riječ je samo dva dana nakon prve evidentirane upotrebe u engleskome evidentirana u njemačkom)⁸⁴ onesposobila sredstva purističkoga djelovanja jer su mnogi uhvaćeni nespremni:

„Ta brzina, ta „vremenska stiska“ najrječitije objašnjava zašto je hrvanje s anglizmima (amerikanizmima) u hrvatskome, uz nešto iznimaka, danas teško i uglavnom neuspješno. (Dio te neuspješnosti jamačno potječe i od neodgovarajuće, tj. neinstitucionalne skrbi za hrvatski standardni jezik. Jezici o kojima se vodi takva skrb, npr. finski, mađarski, slovenski, ipak su u tome uspješniji od hrvatskoga).“

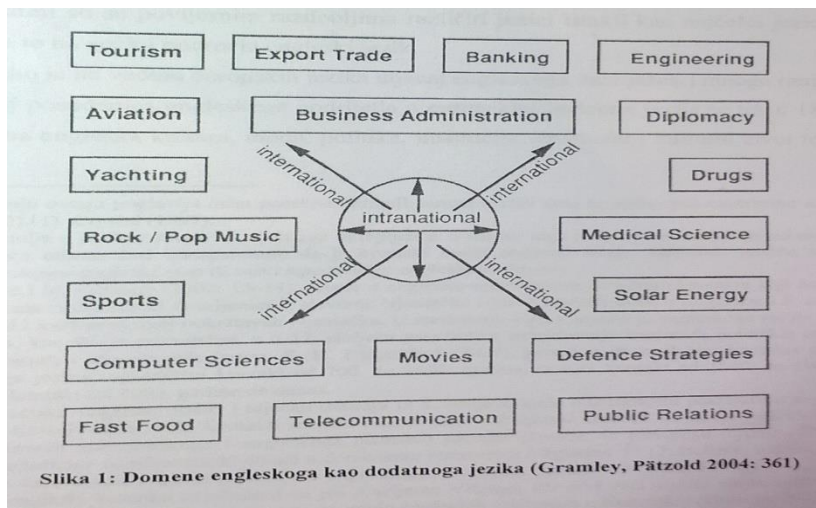
Mediji, naglašava M. Samardžija, „nemilosrdno, neprestano i svakodnevno“ (*ibid.*: 187) iskušavaju mnoge jezike, pa tako i hrvatski, a osnivanje stručnoga mjesta koje bi oblikovalo standardnojezičnu strategiju i odgovaralo na globalizacijske jezične izazove zasigurno bi pomoglo u očuvanju svijesti o hrvatskome jeziku (usp. Samardžija 2004: 235 prema Drljača Margić 2010: 144). Stoga bi trebalo reagirati brzo:

„Sve su to za jezikoslovnu kroatistiku, a navlastito za njezinu standardologiju veliki izazovi na koje bi, konačno, morala početi reagirati institucionalno, stručno argumentirano i dogovorno. Bude li (za)kasnila, ne bi se smjela čuditi ako budućnost bude imala malo razumijevanja za njezine današnje propuste“ (Samardžija 2006: 187).

⁸⁴ Muhvić-Dimanovski (1992: 94).

U novije vrijeme uložen je određen trud u razvijanje kreativnog potencijala jezika tvorbom hrvatskih ekvivalenata engleskim riječima te njihovim objavljivanjem u časopisu *Jezik*, pri čemu se istaknuo S. Babić, obradom teme anglizama u jezičnim savjetnicima, čak i problematiziranjem u nekim rubrikama dnevnih novina (usp. Drljača Margić 2010: 139). Iako je potrebno kritički se postaviti prema invazivnim anglizmima te im doskočiti upotrebom ukorijenjenih hrvatskih izraza, purističke tendencije ponekad su pretjerane te postaju predmet ismijavanja i ruganja, na što reagira S. Babić nakon natječaja za najbolju hrvatsku riječ 2008. godine, na kojemu pijevac postaje *zoroklik*, a ovca *okolohižno četveronožno travočupkalo* (Babić 2009: 150). N. Opačić (2007: 68) tvrdi da je jezik dobro „osvježavati novim riječima, no bit će kontraproduktivno ako se to čini nasilno i ako se previše novih riječi želi uvesti odjednom.“

Prema riječima M. Turk (1996: 74) većina se hrvatskih filologa ipak priklanja „umjerenom stavu o jezičnoj čistoći“, koji dobro opisuje citatom Lj. Jonkea: „Kao što je zbog kulturne povezanosti s ostalim narodima nemoguće prihvatiti načelo da iz književnog jezika valja ukloniti sve tuđe riječi, isto je tako zbog čuvanja naravi i duha našega jezika neprihvatljivo i načelo, da se tuđe riječi mogu primati bez ikakva ograničenja.“ Ravnoteža se postiže djelovanjem triju strujanja: purističkih, umjerenih purističkih strujanja te suprotnošću purizmu, točnije težnjom da se posuđenice iz engleskog jezika prihvate i dobro opišu – tada ih se može smatrati jezičnim bogatstvom. Tomu valja dodati zanimljivo stajalište s pozicije suprotne jezičnome purizmu – naime, A. Peti-Stantić smatra kako će kompetentniji govornik biti svjestan jezičnoga raslojavanja nastaloga zbog zahtjevnoga komunikacijskoga sustava te će moći primjereno odabrati podsustav standardnoga jezika (usp. Drljača Margić 2010: 148). B. Drljača Margić (*ibid.*: 119) izdvaja pojam domene iz radova G. Schmidta-Rohra i J. A. Fishmana o višejezičnosti, pri čemu svaka domena uvjetuje izbor jezika ili jezičnog varijeteta: „Domenu određuju sudionici, društvene uloge, kontekst i tema o kojoj se razgovara, a govornici daju prednost jednome jeziku ili jezičnome varijetetu.“ Engleski je jezik ušao uglavnom u domene „poslovanja, oglašavanja, popularne kulture, komunikacijske tehnologije, znanosti i obrazovanja“ (*ibid.*: 120), a zbog njihove različite uloge i važnosti u društvu, svaki bi govornik trebao pristupiti tom jezičnom pitanju svjesno i oprezno, u skladu s normom i standardom vlastitoga jezika.



Slika 1. Prikaz različitih domena u kojima je u velikoj mjeri zastupljen engleski jezik: turizam, zrakoplovstvo, jedrenje, pop-glazba, *rock*-glazba, sport, informatika, brza prehrana, trgovina, bankarstvo, poslovanje, filmovi, telekomunikacije, inženjerstvo, diplomacija, farmaceutska industrija, medicina, solarna energija, obrana i sigurnost, odnosi s javnošću (Drljača Margić 2010: 13).

7. 2. STAVOVI GOVORNIKA O UPOTREBI ANGLIZAMA

Istraživanje koje je provela Branka Drljača Margić pokazalo je da ispitanici u Hrvatskoj doživljavaju engleski kao vrlo važan element u osobnom razvoju, neophodan za postizanje poslovnog uspjeha. Čini im se da je engleski jezik razvijeniji, napredniji i moderniji od hrvatskoga, a doživljavaju ga vrlo bliskim zbog stalne izloženosti engleskim, posebno američkim medijima i popularnoj kulturi. Ipak, pokazali su svijest o tome da engleski prodire u različite domene hrvatskoga jezika i da upotreba posuđenica nije u svakoj od njih jednako poželjna ili zastupljena. Tako su upotrebu anglizama u svakodnevicu, u informatici, modernoj tehnologiji i industriji zabave ocijenili sasvim prihvatljivom, no osudili su korištenje engleskih izraza u formalnim oblicima komunikacije poput političkih govora (usp. Drljača Margić 2010: 226). Stavovi ispitanika podijeljeni su kada je riječ o prisutnosti engleskoga u stručnim domenama. Informatičari većinom shvaćaju englesku terminologiju kao neodvojivu sastavnicu struke, što je objašnjivo činjenicom da se zbog brzine nastanka tehnoloških inovacija uglavnom uz predmet ili pojavu preuzima i njezin naziv. Drugi pak osjećaju potrebu za osnivanjem „terminoloških odbora“ koji bi pravovremeno nudili domaće

zamjene (*ibid.*). Rješenja ponuđena na natječajima za najbolju hrvatsku riječ posljednjih godina neki su ispitanici ocijenili kao smiješna i isforsirana te izrazili sumnju u sustavnost i trud uložen u njihovo smišljanje. Također, smatraju da se dobre zamjene premalo promoviraju i da ih govornici uglavnom nisu svjesni te da im svakako treba omogućiti mogućnost izbora. Prema suvremenoj situaciji u odnosu dvaju jezika ispitanici su iskazali neutralan stav – engleski je sveprisutan, prodoran na raznolikim područjima i više neizbježan nego što predstavlja ozbiljnu prijetnju hrvatskome jeziku. Autorica ističe važnost stjecanja uvida u stavove prema upotrebi posuđenica za sve koji se bave jezičnom politikom, a primjećuje i nedostatak detaljnijih istraživanja toga tipa (usp. Drljača Margić 2010: 228).

8. ZAKLJUČAK

U drugoj polovici dvadesetog stoljeća i s promjenom društveno-političkih okolnosti nov izazov stavljen je pred jezike Europe i svijeta – širenje engleskog jezika. Usporedno s porastom utjecaja engleskog jezika razvijala se grana lingvistike o jezičnim dodirima te 1986. svjedočila prvom prikazu dotadašnjih saznanja o jezicima u kontaktu na hrvatskom jeziku u knjizi Rudolfa Filipovića *Teorija jezika u kontaktu: Uvod u lingvistiku jezičnih dodira* (1986). Taj je važan rad dopunio 1990. godine u knjizi *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku: porijeklo – razvoj – značenje* ponudivši jednu od najdetaljnijih analiza anglizama u odnosu s hrvatskim ili srpskim jezikom.

Svaki pokušaj opisivanja današnje jezične situacije, posebno segment posuđivanja iz engleskog jezika nužno polazi od dvaju navedenih radova, koji otkrivaju razloge i načine jezičnoga posuđivanja te vrlo precizno opisuju tijekom prilagodbe određenih riječi hrvatskom jezičnom sustavu. Međutim, brzo se uviđa opširnost promjena koje su se otad odvile i svakodnevno se zbivaju u hrvatskom jeziku. Iako su vrijedan doprinos sustavnom opisivanju riječi uvezenih u hrvatski, Filipovićeви su radovi zastarjeli – u svrhu dobivanja suvremene slike neophodno ih je osuvremeniti i upotpuniti recentnijim radovima istaknutih filologa. O velikoj promjeni u kratkom vremenskom razdoblju svjedoči komentar Rudolfa Filipovića o tome kako se barem još ne može govoriti o *Croanglishu*⁸⁵ dok u novije vrijeme redovno kolaju pojmovi poput pidžinizacije, *hrengleskoga*, *McLanguagea* (Drljača Margić 2010: 9) i sl. Brze i prodorne promjene rezultat su djelovanja aktualnog svjetskog globalizacijskog procesa, čija je ključna osobitost činjenica da se „prekogranični tijek dobara, usluga, novca, ljudi, informacija i kulture u svim smjerovima kreće brže i seže dalje nego ikad prije“ (Wright 2010: 158). Točnije, svi koji imaju električnu energiju i pristup internetu mogu na dnevnoj bazi biti u tijeku s informacijama iz bilo kojeg područja zemaljske kugle. Za potrebe ovoga rada definicija globalizacije prilagođena je i sužena na jezičnu sastavnicu, pri čemu se kao glavni izazov ističe potreba govornika kao nositelja jezičnih promjena i sudionika u suvremenim društvenim zbivanjima za asimilacijom ili barem za držanjem koraka s promjenama na društvenoj, političkoj, kulturnoj i popularnoj globalnoj sceni. Upravo činjenica da svake sekunde nastaju novi predmeti i započinju novi pokreti te se prenose s jednoga kraja svijeta na drugi u svom originalnom obliku predstavlja velik izazov za jezik. Iako je danas teško pronaći područje na koje engleski ne utječe, a neka su područja čak i

⁸⁵ <http://www.matica.hr/vijenac/344/Komu%20pripada%20jezik%3F/>

potpuno ovisna o njemu (Čepon 2010: 155), nastanak ovoga rada potaknuli su komercijalnost, konzumerizam te miješanje i preplitanje masovnih kulturnih proizvoda u sferi popularne kulture. Postavljeni cilj rada bilo je stjecanje uvida u stanje u suvremenom hrvatskom popularnokulturnom diskurzu praćenjem teorijske podloge Rudolfa Filipovića, polazeći od pretpostavke da će se zahvaljujući vremenskom razmaku otkriti zanimljive promjene. U prvom redu treba sagledati autorovu podjelu engleskih riječi koje su ušle u hrvatski na anglicizme i pseudoanglicizme. Anglicizmi su, može se reći, „prave“ posuđenice, riječi koje su integracijom u hrvatski jezik dobile status punopravnih članica hrvatskog vokabulara i govornici ih nerijetko uopće ne osjećaju kao strane riječi. Pseudoanglicizmima naziva riječi koje su nastale u hrvatskom jeziku, a zapravo nisu u tom obliku potvrđene u engleskom. Dakle, tvorene su u hrvatskom od engleskih elemenata. Upravo se ova kategorija otkrila kao vrlo plodno tvorbeno područje u popularnom govoru i pismu, za razliku od anglizama, kojih je, čini se, sve manje. Pseudoanglicizmi se u lingvističkoj literaturi uglavnom proučavaju i opisuju u okviru neologizama, stoga su u ovome radu tek potkrijepljeni s nekoliko aktualnih primjera. Opis fonemske i ortografske razine prilagodbe anglizama pokazao je razliku u vidu puno većeg broja riječi neprilagođenih hrvatskoj normi, odnosno tendenciju zadržavanja originalnih engleskih oblika. Engleske riječi zastupljene u popularnim žanrovima najčešće već vizualno odudaraju od hrvatskog jezičnog sustava (*make-up, reality show* i sl.), a pri njihovom izgovaranju govornici se često trude oponašati model, što Anja Nikolić-Hoyt pripisuje sve većoj kompetenciji govornika u engleskom jeziku, dobi glavnih nositelja popularne kulture te svakodnevnoj izloženosti mladih engleskom jeziku putem medija, ali i u školskom sustavu, koji propisuje sve raniji početak učenja engleskog kao stranog jezika. Kada je riječ o morfološkoj razini adaptacije, primjetno je sve slabije prilagođavanje hrvatskom sustavu – tako se imenice sve češće tvore uz pomoć stranih tvorbenih formanata i ostaju u obliku kompromisnih replika, pridjevi pokazuju tendenciju nepotpunog uklapanja u sustav preuzimanjem oblika, ali ne i ostalih gramatičkih osobina pridjeva (sklonjivosti), a glagoli većinom gube kategoriju vida prema engleskim univerzalnim modelima. Na semantičkoj razini istaknuta je novija pojava preuzimanja svih značenja modela (spram dosad češćeg sužavanja broja značenja), što jasno objašnjava činjenica da su riječi koje se preuzimaju zapravo aktualni neologizmi i u engleskom jeziku pa nisu niti stigle razviti nova značenja.

Preuzimanje iz stranih jezika može obogaćivati leksik ako riječi „služe značenjskom razlikovanju ili pojednostavljenju, promjeni u izrazu i drugim stilističkim nastojanjima“, slaže se Vesna Muhvić-Dimanovski (1992: 118) s M. Dietrich, no problem se javlja kada se neprilagođene riječi nepovratno ukorjenjuju u jezik. Problem u vezi s preuzimanjem engleskih

riječi pomaže olakšati nekoliko normativnih savjeta (prema Mihaljević, Hudeček 1998: 340): 1. englesku riječ uvijek treba pokušati zamijeniti domaćom ili internacionalizmom latinskoga porijekla; 2. ukoliko se riječ ne može zamijeniti, valja ju napisati fonetizirano prema izgovoru u engleskom te od nje tvoriti izvedenice prema hrvatskim tvorbenim pravilima; 3. „U posebnim se slučajevima, npr. iz stilskih razloga izvorno pisana engleska riječ može naći u hrvatskom tekstu, ali tada treba biti pisana kurzivom »Ona je tako *cool*«.“ U aktualnim popularnim tekstovima očito je iznevjeravanje svih, pa i posljednjeg savjeta norme u vezi s preuzimanjem engleskih riječi – one se vrlo često donose grafijski neprilagođene i neistaknute kurzivom. Opređenje za isticanje ili neisticanje riječi kurzivom nerijetko je primjetno na razini časopisa ili tvrtke, kao da se radi o odašiljanju poruke. Naime, ponekad se i riječi koje su se adaptirale u hrvatski iznose u svom neprilagođenom obliku jer tako postižu drugačiji efekt kod publike i konzumenata određenih proizvoda, navodi Nives Opačić (2007: 227) u jednom od svojih osvrtu na odnos medija i jezika. Izgleda da poruka koju u medijima nosi zadržavanje neprilagođenih engleskih oblika izriče modernost, prestižnost, upućenost i nezaostajanje za američkim popularnim, zabavnim i kulturnim strujanjima. Nakon iščitavanja internetskih i tiskanih popularnokulturnih tekstova očita je i njihova velika međusobna sličnost, što ukazuje na to da u toj domeni kolaju iste riječi i strukture. Razvoj takvog jezičnog hibrida, kojim vlada odabrana skupina govornika u točno određenim i specifičnim komunikacijskim situacijama, jedno je od mogućih objašnjenja situacije današnjice koje se razmatra u literaturi, a njemu u prilog govore stavovi dijela govornika otkriveni u ispitivanju Branke Drljače Margić. Neki tvrde da je prisutnost anglizama u svakodnevnom govoru u privatnoj komunikaciji prihvatljiva i normalna te kako ne predstavlja prijetnju za hrvatski jezik. Upozoravaju, međutim, na nepažnju u formalnoj komunikaciji i u tom segmentu ocjenjuju neophodnim korištenje isključivo hrvatskoga standardnog jezika. S druge strane, iz nebrojenih primjera u radovima Nives Opačić, Stjepana Babića, Marka Samardžije i drugih lingvista koji revnosno prate suvremenu situaciju, može se iščitati istinska zabrinutost za znanje govornika koji slijepo i nekritički kopiraju iz engleskog u hrvatski, što je posebno vidljivo na spomenutoj ortografskoj razini (ne)prilagodbe te pri sve učestalijem preslikavanju sintaktičkih struktura karakterističnih za engleski jezik.

Rudolf Filipović ne govori o purističkom aspektu jezičnog posuđivanja te u svom radu detaljno opisuje fonološku, ortografsku, morfološku i semantičku razinu prilagodbe engleskih riječi, a jedan element sintaktičkog utjecaja engleske gramatike ostaje tek spomenut – jukstapozicija. Dopunu Filipovićeve rada na području transsintaktizacije ponudio je Jovan Ajduković opisavši utjecaj ruskog jezika na ostale jezike na primjerima glagolske rekcije, no i

taj je opis ostao nedostatan za analizu suvremenog englesko-hrvatskog odnosa. Njegovom sintaktičkom razinom pozabavila se većina autora citiranih u ovome radu te pokazala da se upravo o ovoj kategoriji može mnogo raspravljati zahvaljujući svakodnevnoj produkciji obilja materijala za proučavanje. Jedno od mogućih objašnjenja povećanja frekventnosti kopiranja engleskog rečeničnog ustroja polazi od „okrivljavanja“ rada nekompetentnih prevoditelja, koji na neki način siju sjeme neznanja među jednako neinformirane govornike. Tako su se strukture karakteristične za engleski, a prenesene u hrvatski doslovnim prevođenjem „riječ za riječ“ polako i prema nekim mišljenjima podmuklo udomaćile u hrvatskom i postale tvorbeni obrazac i u neprijevodnim tekstovima. S druge strane, dio jezikoslovaca smatra prodor jezičnih struktura poput pojavljivanja imenica u atributivnom odnosu vrijednom inovacijom u sustavu hrvatskog jezika. Govornici su izgleda prepoznali kombinaciju ekonomičnosti te forme i njezina širokog značenjskog raspona, posebno u sferama poput reklamnog i oglašivačkog diskurza, u kojima su privlačnost i sažetost izraza ključne odrednice.

Iako se jezike u kontaktu kroz povijest najviše promatralo u okviru bilingvizma, globalni engleski jezik iz kojeg se crpi i na kojem se ponajviše stvara dobiva specifična obilježja i broji više govornika kojima je on drugi ili strani jezik, nego izvornih govornika. Zanimljivo je zapitati se kako je i zašto upravo engleski jezik postigao status globalnog jezika, prvog jezika različitih struka, medija i popularne kulture. Povijesni razvoj fenomena globalnog engleskog iznosi David Crystal objasnivši dva ključna čimbenika: ekspanziju britanskih kolonija do kraja devetnaestog stoljeća te uspostavu Sjedinjenih Američkih Država kao glavne svjetske velesile u dvadesetom stoljeću. Takve su povijesne, političke i društveno-kulturne okolnosti doprinijele njegovu današnjem položaju. Usto prikaz statističkih podataka o globalnoj razmjeni dobara dokazuje nenadmašivu prevlast SAD-a u izvozu širokog spektra proizvoda. U popularnokulturnoj domeni taj je podatak posebno važan – Sue Wright ističe dominaciju američkih popularnih emisija zbog niskih troškova proizvodnje, što, u suradnji s činjenicom da je jedini uvjet dostupnost interneta, dovodi do preuzimanja američkih kulturnih obrazaca, kopiranja stila življenja, praćenja modnih i glazbenih trendova itd. Brzina kolanja informacija stavlja hrvatski jezik i jezikoslovce pred kušnju i izaziva oprečne stavove – jedni priljev engleskih riječi i pojmova smatraju obogaćivanjem, dok se drugi pokušavaju ljutito othrvati ponekad napadno namećući jezično čistunstvo, što je mjestimice ostvarilo i suprotan učinak. Pogled u suvremene radove jezikoslovaca otkrio je kako većina ipak zauzima stav između purizma i njegove potpune suprotnosti. Aktivnost jezikoslovaca različitih stavova i mišljenja, poput Nives Opačić, Marka Samardžije, Stjepana Babića, Anje Nikolić-Hoyt i drugih (citiranih u ovome radu, ali i onih čiji radovi nisu bili navedeni, a zaista ih je mnogo)

zasigurno pridonosi buđenju prividno zaspale svijesti hrvatskih govornika o važnosti i ljepoti vlastitoga jezika, ali i razvijanju potrebe za poboljšanjem institucionalne skrbi za jezik. Promatranje situacije u hrvatskom dovodi do spoznaje o važnosti stručnog praćenja aktualnih zbivanja kako bi se invazivne engleske riječi detektirale i opisale, kako bi se razmotrila potreba za njihovim preuzimanjem te, ako je moguće, govornicima ponudila i mogućnost izricanja na hrvatskom jeziku. Širenje svijesti i znanja te razvoj kompetencije govornika u upotrebi obaju jezika djeluje kao potencijalno rješenje za održavanje postojanog statusa i hrvatskog i engleskog jezika.

Zaključno, nada se polaze u učenje, koje dovodi govornike do osvještavanja raslojenosti funkcionalnih stilova jezika te omogućava kvalitetan odabir i prilagodbu idioma određenim komunikacijskim situacijama. Marko Samardžija (2006: 186) ističe učenje kao temelj uspjeha:

„Tek potom, kad se ispuni taj uvjet, brzo će se usvojiti temeljne postavke suvremenoga jezikoslovlja među kojima važno mjesto zauzima ona o funkcionalnoj razgođenosti hrvatskoga jezika i o tome kad je kojim hrvatskim idiomom prikladno komunicirati, jer je očito da se nitko ne služi tim idiomom u svim komunikacijskim situacijama. Tu bi neka vrsta »zlatnoga pravila« mogla biti: dopušteno je ono što je primjereno, otprilike: dijalekt u obitelji, žargon s vršnjacima, razgovorni jezik u neslužbenoj komunikaciji, a standardni jezik u službenoj pisanoj i govorenoj komunikaciji. Kad se to usvijesti, utjecaj raznih loših izvora i predložaka koje spominjete bit će zanemariv.“

LITERATURA

AJDUKOVIĆ, Jovan (2004) *Uvod u leksičku kontaktologiju. Teorija adaptacije rusizama*. Beograd: Foto Futura.

BABIĆ, Stjepan (2009) Ruganje – nova pojava u prijedlozima za najbolju riječ. *Jezik* 56., br. 4. Str. 150 – 153.

CRYSTAL, David (1997) *English as a global language*. Cambridge: Cambridge University Press.

ČEPON, Slavica (2006) English language globalism. U: *Jezik i mediji - jedan jezik: više svjetova : zbornik*. Uredila: Jagoda Granić. Str. 155–163. Zagreb – Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.

DRLJAČA MARGIĆ, Branka (2010) *Engleski u hrvatskome: stavovi i uporaba. Doktorska disertacija*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

FILIPOVIĆ, Rudolf (1986) *Teorija jezika u kontaktu. Uvod u lingvistiku jezičnih dodira*. Zagreb: Školska knjiga.

FILIPOVIĆ, Rudolf (1990) *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku: porijeklo – razvoj – značenje*. Zagreb: Školska knjiga.

HAUGEN, Einar (1969) *The Norwegian Language in America. A Study in Bilingual Behaviour*. Oslo: American Institute, University of Oslo.

HORNBY, Albert Sidney (2005) *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Seventh edition: Oxford University Press.

HORVAT, Marijana; ŠTEBIH GOLUB, Barbara (2010) Posljedice internacionalizacije u hrvatskome jeziku. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*. Knj. 36/1. Str. 1–21.

Hrvatski jezik u dodiru s europskim jezicima. Prilagodba posuđenica (2005) Uredila: Lelija Sočanac. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

HUDEČEK, Lana; MIHALJEVIĆ, Milica (1998) Anglizmi u hrvatskom jeziku – normativni problemi i leksikografska obradba. U: *Jezična norma i varijeteti*. Uredili: Lada Badurina, Boris Pritchard, Diana Stolac. Str. 335–341. Opatija: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.

HUDEČEK, Lana; MIHALJEVIĆ, Milica (2005) Nacrt za višerazinsku kontrastivnu englesko-hrvatsku analizu. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*. Knj. 31. Str. 107–151.

HUDEČEK, Lana; MIHALJEVIĆ, Milica; NAHODA, Bruno (2009) *Hrvatski terminološki priručnik*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.

JENKINS, Jennifer (2007) *English as a lingua franca: Attitude and Identity*. Oxford: Oxford University Press.

JENKINS, Jennifer (2009) English as a lingua franca: interpretations and attitudes. *World Englishes*, Vol. 28. No. 2. Str. 200–207.

Jezik i mediji - jedan jezik: više svjetova : zbornik. (2006) Uredila: Jagoda Granić. Zagreb – Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.

JONKE, Ljudevit (1965) *Književni jezik u teoriji i praksi. Drugo, prošireno izdanje*. Zagreb: Znanje.

Lice i naličje jezične globalizacije (2009) Uredila: Barbara Kryžan-Stanojević. Zagreb: Srednja Europa.

MUHVIĆ-DIMANOVSKI, Vesna (1992) Prevedenice – jedan oblik neologizama. *Rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti. Razred za filološke znanosti*. Knj. 23. Str. 93–205.

MUHVIĆ-DIMANOVSKI, Vesna (2005) *Neologizmi. Problemi teorije i primjene*. Zagreb: FF Press.

NIKOLIĆ-HOYT, Anja (2005) Hrvatski u dodiru s engleskim jezikom. U: *Hrvatski jezik u dodiru s europskim jezicima. Prilagodba posuđenica*. Uredila: Lelija Sočanac. Str. 180–205. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

OPAČIĆ, Nives (2006) *Hrvatski u zgradama. Globalizacijske jezične stranputice*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

OPAČIĆ, Nives (2012) *Hrvatski ni u zgradama. Globalizacijska jezična teturanja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

PIŠKOVIĆ, Tatjana (2011) *Gramatika roda*. Zagreb: Disput.

STARČEVIĆ, Ante (2006) Imenice kao atributi – nove strukture u hrvatskom jeziku. U: *Jezik i mediji – jedan jezik: više svjetova : zbornik*. Uredila: Jagoda Granić. Str. 645–656. Zagreb – Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.

TURK, Marija (1996) Jezični purizam. *Fluminensia*. God. 8. Br. 1–2. Str. 63–79.

WRIGHT, Sue (2010) *Jezična politika i jezično planiranje: Od nacionalizma do globalizacije*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u zagrebu.

IZVORI

INTERNETSKI IZVORI – PORTALI

<http://bujicarijeci.com/2012/09/ultimativan/>

<http://www.matica.hr/vijenac/344/Komu%20pripada%20jezik%3F/>

<http://dalje.com/foto.php?id=8&rbr=8801&idrf=419897>

<http://dalje.com/hr-scena/foto--odrzana-premijera-predstave-gospoda-glembajevi/484258>

<http://dnevnik.hr/showbuzz/celebrity/severina-objavila-novu-seksi-fotografiju-bez-sminke-kako-vam-izgleda-bolje---346212.html>

<http://infozona.hr/news/treci-3p/7943>

<http://novatv.dnevnik.hr/clanak/novosti/kandidati-celebrity-masterchefa-prvi-put-u-svojim-kuharskim-pregacama---324109.html>

<http://www.24sata.hr/domace-zvijezde/nada-rocco-zauvijek-je-ostala-bez-komadica-prsta-u-kuhinji-354708>

<http://www.24sata.hr/kosarka/nba-zvijezda-snimila-misuru-najljepša-je-kosarkasica-ikad-276374>

<http://www.24sata.hr/moda/razigrana-moda-tockice-na-svemu-ultimativni-su-stilski-hit-420074>

<http://www.booksa.hr/vijesti/sve/selfie-je-rijec-godine-1385030127>

<http://www.cosmopolitan.hr/clanci/ljepota/make-up-u-dive-minute>

<http://www.index.hr/vijesti/clanak/zbog-cega-zene-ne-podrzavaju-druge-zene-na-poslu/614305.aspx?mobile=false>

<http://www.jutarnji.hr/tajna-savršenog-make-up-a-nas-najbolji-vizazist-sasa-jokovic-pokazat-ce-vam-kako-se-nasminkati-za-proljece/1335524/>

<http://www.specchiasol.hr/verattiva/IntSerum.html>

<http://www.story.hr/emma-stone-ne-razmislijam-o-sebi-kao-o-modnoj-trendseterici-205996>

<http://www.story.hr/polugole-jennifer-lopez-i-beyonce-pomele-konkurenciju-248029>

<http://www.vecernji.hr/moda-i-ljepota/ona-je-najstariji-model-na-svijetu-necete-vjerovati-koliko-ima-godina-1007601>

<http://www.zanni.hr/listing-stan-na-moru-100.html>

<http://www.zenskikutak.hr/ra-design-by-romina-anzek-nakit-za-svaku-zenu-i-ponekog-muskarca/920>

http://zena.hr/clanak/dodaci/nakit_s_pedigroom/12984

http://zena.hr/clanak/dodaci/za_zene_koje_ne_odustaju_od_trendi_suvremenih_detalja/13026

http://zena.hr/clanak/financije/frugal_sik_kreativni_otpor_recesiji/9450

http://zena.hr/clanak/frizura/konjski_rep_na_5_razlicitih_nacina/12847
http://zena.hr/clanak/frizura/otkrijte_najnovije_trendove_frizura_1_or_al_professionnel_it_loo_ks_proljece_ljeto_2014-15/9928
http://zena.hr/clanak/frizura/paznja_aussie_okrece_styling_naopacke/12835
http://zena.hr/clanak/frizura/paznja_aussie_okrece_styling_naopacke/12835
http://zena.hr/clanak/koza_i_tijelo/proizvodi_koje_vam_preporucujemo_za_kolovoz/8509
http://zena.hr/clanak/ljubav_i_brak/je_li_on_preveliki_kontrol_frik/7714
http://zena.hr/clanak/marketing/3_effie_konferencija_o_ucinkovitosti_marketinga/641
http://zena.hr/clanak/trendovi/gumene_cizmice_kako_ih_najbolje_kombinirati_s_odjecom/2556
http://zena.hr/clanak/trendovi/kratko_krace_najkrace/4976
http://zena.hr/clanak/trendovi/modni_trendovi_za_proljece_2015_2/510/11350
http://zena.hr/clanak/um_i_tijelo/meditacijom_do_punine_zivljenja/6336
<http://www.budi.in/beauty/beauty-tretmani-za-svaku-mladenku-2055>

INTERNETSKI IZVORI – RJEČNICI

<http://www.urbandictionary.com>
<http://www.merriam-webster.com/>
<http://www.thesaurus.com/>
<http://www.learnersdictionary.com>

TISKOVINE

Budi In (odabrani brojevi iz 2012. i 2013. godine)
Cosmopolitan (odabrani brojevi iz 2011. i 2013. godine)
Gloria (odabrani brojevi iz 2011., 2012. i 2013. godine)
Gloria IN (odabrani brojevi iz 2011., 2012. i 2013. godine)
Grazia (odabrani brojevi iz 2013. godine)
Katalog Hervisa za razdoblje od 15. 4. do 21. 4. (www.hervis.hr)
Story (odabrani brojevi iz 2012. godine)
Veliki (*džambo*) plakat u Zagrebu

SAŽETAK

U radu se prikazuje suvremena situacija u jeziku hrvatskih popularnokulturnih žanrova. Temeljnu teorijsku nit rada čine kapitalna djela s područja jezične kontaktologije osuvremenjena i dopunjena uvidima iz radova novijega datuma. Prikaz započinje propitivanjem razloga jezičnoga posuđivanja, što dovodi do potrebe definiranja pojma globalizacije i naglašavanja njezine ponajvažnije sastavnice – mogućnosti informacija i kulturnih dobara da u trenu obiđu svijet, čime prisiljavaju velik broj jezika da se uhvate u koštac s globalnim engleskim jezikom. Svakodnevni prodor engleskih riječi u hrvatski promatra se na području odabranih popularnokulturnih žanrova, prateći istraživanja provedena u navedenim radovima. Opisuje se prilagodba posuđenica na fonološkoj, morfološkoj, ortografskoj, semantičkoj i sintaktičkoj razini, pri čemu se potonjoj, najslabije opisanoj u starijoj literaturi, pridaje posebna pažnja. Primijećene pojave pokušavaju se objasniti uvidom u povijesne činjenice, sagledavanjem aktualne društveno-popularnokulturne situacije, ali i pregledom strukturalnih unutarjezičnih osobina engleskoga jezika. Budući da govornici jezika igraju ključnu ulogu u njegovu životu, predstavljeni su i rezultati istraživanja o njihovim stavovima prema preuzimanju velikog broja engleskih riječi. Osim stavova govornika neophodan je glas jezikoslovaca, čije su reakcije na suvremenu situaciju podijeljene, no predstavljaju važan faktor u pokušajima podizanja svijesti govornika o potrebi učenja obaju jezika te o nužnosti institucionalne brige za vlastiti jezik.

KLJUČNE RIJEČI

anglizam, jezično posuđivanje, popularna kultura, globalizacija, prilagodba posuđenica

anglism, linguistic borrowing, popular culture, globalisation, loanword adaptation