

# Modno nazivlje u suvremenim modnim časopisima

---

Ripić, Katarina

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:423042>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-18**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Filozofski fakultet  
Odsjek za kroatistiku

**KATARINA RIPIĆ**

**MODNO NAZIVLJE U SUVREMENIM MODNIM ČASOPISIMA**

Diplomski rad

Pula, rujan, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Filozofski fakultet

Odsjek za kroatistiku

**KATARINA RIPIĆ**

**MODNO NAZIVLJE U SUVREMENIM MODNIM ČASOPISIMA**

Diplomski rad

**JMBAG:** 0303043888, redovan student

**Studijski smjer:** Hrvatski jezik i književnost

**Predmet:** Leksikologija hrvatskoga standardnoga jezika

**Znanstveno područje:** humanističke znanosti

**Znanstveno polje:** Filologija

**Znanstvena grana:** Kroatistika

**Mentorica:** izv. prof. dr. sc. Blaženka Martinović

**Sumentorica:** doc. dr. sc. Vanessa Vitković Marčeta

Pula, rujan, 2020.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Katarina Ripić, kandidat za magistra hrvatskog jezika i književnosti ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, rujna 2020. godine



## **IZJAVA**

### **o korištenju autorskog djela**

Ja, Katarina Ripić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom MODNO NAZIVLJE U SUVREMENIM MODNIM ČASOPISIMA koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, rujan 2020. godine

Potpis

---

# SADRŽAJ

1. Uvod	2
2. Definiranje pojma – moda	4
3. Povijest modnih časopisa	6
3.1. Povijest modnih časopisa u Hrvatskoj	7
3.2. Modni časopisi koji su obilježili hrvatsku modu	8
3.2.1. <i>Parižka moda</i>	8
3.2.2. <i>Domaće ognjište</i>	11
3.2.3. <i>Modni svijet</i>	12
3.2.4. <i>Ilustrovani list</i>	13
3.2.5. <i>Praktični modni list</i>	15
3.2.6. <i>Ženski list</i>	16
3.3. Odnos slike i teksta u koncepciji hrvatskih modnih časopisa	18
3.4. Suvremeni časopisi	19
4. Jezična analiza modnih časopisa	20
4.1. Časopis <i>Elle</i> (E)	20
4.2. Časopis <i>Buro 24/7</i> (B)	21
4.3. Časopis <i>Cosmopolitan</i> (C)	21
4.4. Časopis <i>Story</i> (S)	22
4.5. Časopis <i>Fashion.hr</i> (F)	23
4.6. Odlike modnoga nazivlja u modnim časopisima	23
4.6.1. Metodologija istraživanja	24
4.6.2. Posuđenice	24
4.6.3. Prilagođenice	30
4.6.4. Tuđe riječi	37

4.6.5. Tuđice	53
4.6.6. Superlativni oblik u modnim časopisima	61
4.6.7. Intenzifikatori u modnim časopisima	62
4.6.8. Neologizmi u modnim časopisima	66
4.6.9. Sklonidba stranih riječi i pokrata	70
4.6.10. Jezične pogreške	71
5. Zaključak	75
6. Literatura	77
Sažetak	84
Summary	85

## 1. Uvod

Moda je odraz životnoga stila i društvenih odnosa. „Moda je za čovjeka sredstvo identifikacije i socijalizacije, prijepor s okolnim svijetom, simbolička komunikacija, obveza prestiža, predmet užitka i primijenjena umjetnost.“<sup>1</sup> Naime, današnja je suvremena moda uzbudljiv svijet dizajniranja samoga života u sklopu i suživotu između tradicionalnoga odijevanja, antimode i visoke mode diljem svijeta.<sup>2</sup>

U radu želimo uočiti kako je znanstveno istraživanje mode složeno i vrlo razvijeno područje mnoštva orijentacija i disciplina, a mi ćemo se orijentirati na jezik. Dakle, bazirat ćemo se na jezičnim odlikama u modnim časopisima.

Struktura ovoga diplomskoga rada sastoji se od šest točaka, gdje ćemo ponajprije definirati pojam – mode te ćemo navesti nekoliko definicija iz različitih rječnika da bismo uvidjeli na koje se sve načine definira i objašnjava pojam mode. Zatim ćemo se ukratko osvrnuti na povijest modnih časopisa te na one u Hrvatskoj koji su je obilježili, poput *Parižka moda*, *Domaće ognjište*, *Modni svijet*, *Ilustrovani list*, *Praktični modni list* te *ženski list* i dr. Proučit ćemo odnos slike i teksta u koncepciji modnih časopisa, a zatim će se prijeći na suvremene časopise. U samoj jezičnoj analizi proučit ćemo obujam posuđenica u modnim časopisima *Elle*, *Buro*, *Cosmopolitan*, *Story* te *Fashion.hr*. te ćemo prikupljene primjere najprije analizirati, zatim ćemo utvrditi podrijetlo prikupljenih riječi te ih podijeliti prema stupnju uklopljenosti u hrvatski jezični sustav na tuđe riječi, tuđice i prilagođenice. U analizi ćemo se osvrnuti na sve važnije jezične elemente karakteristične za ovakve tipove teksta.

Jezik postaje bogatiji s novim riječima, a posuđivanjem riječi proširujemo jezično bogatstvo, no napomenimo kako u tome treba biti umjeren. Većina je posuđenica u jeziku mladih korištena u svakodnevnoj komunikaciji zbog velike upotrebe časopisa te tako dolazi do komunikacije, a tad posuđenice postaju svakodnevicom.

---

<sup>1</sup> Ž. Paić i K. Purger, *Teorija i kultura mode: discipline, pristupi, interpretacije*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2018., str. 9., dostupno na: [https://bib.irb.hr/datoteka/974832.ZBORNIC\\_PDF\\_Teorija\\_i\\_kultura\\_mode.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/974832.ZBORNIC_PDF_Teorija_i_kultura_mode.pdf), (pristupljeno 19. travnja 2020.)

<sup>2</sup> *Ibidem.*, str. 8.



Kroz stranu terminologiju koja se provlači kroz hrvatske modne časopise, zanima nas zašto su posuđenice 'bolje' od domaće riječi te postavljamo pitanje: zašto i danas u hrvatskim modnim časopisima upotrebljavamo posuđenice ako ima pregršt domaćih naziva?

## 2. Definiranje pojma – moda

Moda od samih početaka svojega nastanka, prikazuje novi ponajprije vlastiti estetski identitet čovjeka, zatim društvenu moć te čitav koncept odnosa u kojem ljudsko tijelo prolazi povijest svojega oslobađanja od svih okvira tradicije i prirode. Nadalje, ćemo navesti nekoliko definicija mode kako bismo pokazali koje sve teškoće donosi suvremeni fenomen.

Paić i Kruger definiraju modu kao „trag slobode u kreativnome dizajnu tijela.“<sup>3</sup> Dok, Anić, Klaić i Domović u *Rječniku stranih riječi* donose nastanak pojma te da dolazi od „francuske riječi *mode* i od latinske riječi *modus* – način. Moda zapravo označava ćud, ukus, običaj, način nošnje i odijevanje nekog vremena; *a la mode* (fr.) po modi, po sadašnjem običaju, po najnovijem ukusu“.<sup>4</sup> Nadalje, Loschek definira modu kao „vrst i način vanjskog životnog držanja koje počiva na nagonu za imponiranjem, važenjem i oponašanjem, na potrebi za ukrasom, erotskoj privlačnosti, od povijesnog vremena na očitovanju socijalnih, od novijeg vremena financijska razlika, na ukusu vremena, ćudoređu, religiji i političkim društvenim formama. Moda je samoprikazivanje isto tako kao i izraz načina života i mišljenja najmanje jedne grupe ljudi u nekom vremenu.“<sup>5</sup> U knjizi *Moda – zatiranje i otkrivanje*, pojam se prikazuje kao „sredstvo identifikacije i socijalizacije, prijepor s okolnim svijetom, simbolička komunikacija, obveza prestiža, predmet užitka i primijenjena umjetnost.“<sup>6</sup> Anić i Goldstein definiraju modu kao „određen način života, odijevanja, ponašanja, svojstven jednom razdoblju, društvu, grupi“<sup>7</sup> te isto tako navode kako dolazi od francuske riječi *mode* < lat. *modus*: način. Navode i pridjev *moderan* kojega definiraju kao „koji je u modi, u skladu s modom, zatim koji je u duhu ovoga vremena; suvremen, današnji, nov; fr. *moderne* < lat. *modernus*, modo; skorašnje, upravo sad“<sup>8</sup> Dok se prema Klaiću, pojam mode definira ovako: „*franc.*

<sup>3</sup> Ž. Paić i K. Purger, *op. cit.*, str. 7.,

<sup>4</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *Rječnik stranih riječi*, Zagreb, SANI-PLUS, 2002., str. 905, dostupno na: <http://os-gripe-st.skole.hr/> (pristupljeno 25. travnja 2020.)

<sup>5</sup> Z. Paić i K. Purger, *op. cit.*, str. 7.

<sup>6</sup> M. Galović, *Moda - zastiranje i otkrivanje*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001., str. 11.

<sup>7</sup> V. Anić i I. Goldstein, *Rječnik stranih riječi*, Novi Liber, Zagreb, 2009., str. 872.

<sup>8</sup> *Ibidem.*, str. 873.

(moda *od lat.* modus – način) ono što odgovara ukusu vremena, naročito u pogledu odijela i običaja; uopće običaj, navika, adet, omiljelost, popularnost.“<sup>9</sup>

Ono što možemo uočiti da se način definiranja pojma mijenja od autora do autora te da svatko od nas ima zamisao što je moda te kako je definirati. Moda, zapravo pripada svima. Ona prikazuje identitet pojedinca i njegovo postajanje u trenutku, može se prikazati kao simbol te komunikacija s ostatkom svijeta. Budući da smo definirali pojam mode, kratko ćemo se osvrnuti na povijest modnih časopisa.

---

<sup>9</sup> B. Klaić, *Rječnik stranih riječi, tuđice i posuđenice*, Školska knjiga, Zagreb, 2007., str. 896.

### 3. Povijest modnih časopisa

Možemo reći kako je moda uvijek imala veliku ulogu u razvoju svakoga društva. Naime, prikazivala je klasni status te je tako u srednjem vijeku u Francuskoj cipela na štiklu bila znak da osoba koja ih nosi pripada nekom visokom društvu. Ono što je bilo financijski nedostupno nižim klasama, nije bilo nedostupno pripadnicima aristokratskih krugova koji su uživali u bogatstvu te u skupocjenim stvarima koje su bile simbol visoke mode.<sup>10</sup>

Moda se pomoću trgovaca prenosila preko cijele Europe. No, kako je bilo teško predočiti razne boje i tkanine pojavljuje se ideja letaka na kojima bi slikama prikazivali što je u modi u Parizu ljudima diljem Europe. Smatra se kako je prvi modni časopis odnosno letak objavljen u Frankfurtu oko 1586. godine. Iako se smatraju prvim časopisima to su zapravo bili jednostrani letci u crno-bijeloj boji koji su prikazivali ilustracije haljina, cipela i drugih odjevnih predmeta. U osamnaestome stoljeću, točnije sredinom osamnaestoga stoljeća započinje štampa modnih časopisa gdje su prikazivane obojene ilustracije odjevnih predmeta te su takvi objavljivani do kraja 20-ih godina dvadesetoga stoljeća, kada se razvija fotografija koja omogućuje slikanje lutki s modnim kreacijama. Tijekom razvoja fotografije u boji, modni časopisi postaju estetski privlačniji.<sup>11</sup> Pariz će tako biti sve do početka devetnaestoga stoljeća među glavnim oglašivačima modnih časopisa, a kada nova žarišta mode poput Milana, Beča, Berlina itd. pokrenu vlastite, bit će to samo preslikavanje pariških modnih letaka.<sup>12</sup> Dakle, glavni čimbenik postaje slika dok tekst dolazi na drugo mjesto, ali ostaje i dalje jednako važan.

---

<sup>10</sup> *Moda*, The Columbia Electronic Encyclopedia [website], 2012. <https://www.infoplease.com/>, (pristupljeno 20. travnja 2020.)

<sup>11</sup> *Loc.cit.*

<sup>12</sup> V. Štimac Ljubas, *O riječima, leksikografski*, Zagreb, Durieux, 2017., str. 96.

### 3.1. Povijest modnih časopisa u Hrvatskoj

Na samome početku dvadesetoga stoljeća modni listovi namijenjeni su isključivo ženama iz viših društvenih staleža te se dijele na jeftine i skupe. Kako navodi Štimac Ljubas „Oni tad predstavljaju dovoljno velik i reprezentativan korpus iz kojega se mogu ekscerptirati podaci za obradbu (riječi/leksemi, sintagme, dijelovi rečenice).”<sup>13</sup> Osim toga modni listovi tako postaju među važnijim dokumentima jezika kao polifunkcionalnoga komunikacijskog koda i slikovnih komunikacija toga doba.<sup>14</sup>

Dakle, ženski časopisi izlaze jednom mjesečno te ponekad i tjedno, ali tek u novije doba kako navodi Štimac Ljubas. Teme koje možemo zapaziti u modnim časopisima s početka dvadesetoga stoljeća: “angažiranost sa zahtjevima o ekonomskoj, političkoj i kulturnoj emancipaciji žene, česti su praktično-savjetodavni sadržaji i kontakt-rubrike, ljubavno-sentimentalne teme, portreti poznatih osoba, tematika nesreće i sudbine te oglasi i reklame o čijem prostoru ovisi i broj stranica pojedinih ženskih časopisa.”<sup>15</sup> Možemo uočiti kako se i danas istovjetne teme provlače kroz modne časopise te kako se kroz godine sužava ili proširuje njihov opus u modnim časopisima.

Među brojnim stranicama modnih časopisa naglašava se i održava stalni kontakt s čitateljima kroz stil i jezik te ankete s temama iz svakodnevnoga života. Ono što Štimac Ljubas ističe jest važnost vizualnoga čimbenika više nego tekstualnoga te sporo održavanje jezično-pravopisnih promjena u časopisima.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> *Ibidem.*, str. 95.

<sup>14</sup> *Loc. cit.*

<sup>15</sup> *Loc. cit.*

<sup>16</sup> *Ibidem.*, str. 96.

## 3.2. Modni časopisi koji su obilježili hrvatsku modu

U vrijeme kada se šire nova modna žarišta, u Hrvatskoj se ne pojavljuju vlastita izdanja modnih listova, ali se nabavljaju bečka i peštanska izdanja pariških modnih žurnala.<sup>17</sup> Međutim, tijekom godina se situacija mijenja kako navodi Balog te naglašava da se tijekom druge polovice devetnaestoga stoljeća bude zahtjevi na narodnome jeziku i da se konačno pokušava osmisliti hrvatska moda. Upravo se time Hrvatska približava pomodnoj Europi. Dakle, preko lajpciškoga *Illustrierte Zeitung* časopisa ilustrirane novine *Dom i svijet* preuzimaju strukturu, dok ilustracije i tekstove kupuju od stranih nakladnika.<sup>18</sup>

### 3.2.1. Pariška moda

Godine 1895. pokreće se modni žurnal *Pariška moda* koji će se izdavati narednih trinaest godina, a najavljen je kao prilog borbi za narodni jezik i kao potreba koja će potisnuti njemački modni žurnali zbog kojega se, kako se tada smatralo, hrvatski jezik sporo širi. *Pariška moda* je dakle, časopis koji je u potpunosti posvećen modi, „s raznim redovnim i povremenim priložima, krojni arak, prilog za ručni rade, oglasnik, kolorirana modna grafika... *Pariška moda* objavljuje sve vrste modela za žensko i dječje odijevanje, haljine, kostime, sportsku odjeću, rublje, odjeću za posebne prilike ...“<sup>19</sup>

Crno-bijele fotografije umetale su se neposredno u tekst, gdje se najčešće naglašavala naslovna, srednja i zadnja stranica. Ilustracije su najčešće prekupljivane od berlinskoga nakladnika I. H. Schwerina. Tijekom godina obuhvaća izmjene značajnih stilskih opredjeljenja. Budući da u prvim godinama vlada historicizam, slike su još

---

<sup>17</sup> *Loc. cit.*

<sup>18</sup> Z. Balog, „Modni žurnal u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća“, *Peristil*, vol. 31-32, no.1, 1988, str. 313. dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=225930](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=225930) (pristupljeno 21. travnja 2020.)

<sup>19</sup> *Loc. cit.*

tamne, što možemo vidjeti na slici broj 1. te su slobodno raspoređene po stranicama, dok tekst slabo prati linije slika kako je prikazano i na slici broj 2.<sup>20</sup>

**Slika 1.** *Pariška moda, Zagreb 1. 10. 1898.*



**Slika 2.** *Pariška moda, 1. 1. 1907.*



Izvor: Z. Balog, „Modni žurnal u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća“, *Peristil*, vol. 31-32, no.1, 1988.

Tijekom vremena se mijenjaju slike te odnos slike i teksta. Slike sada postaju svjetlije, a od teksta ih dijeli karakteristički okvir.<sup>21</sup> Naime, u zadnjoj godini izlaženja *Pariške mode* dolazi do promjena. Žene koje su prikazane na ilustracijama sada više nisu jednodimenzionalne te se čini kako su ilustracije prikupljene iz različitih izvora, a time je i ono što je na njima prikazano raznolikije. Tada se prvi puta u hrvatskome tisku prikazuje modna fotografija koja je preuzeta iz pariških ateljea. Časopis prestaje izlaziti 1907. godine – iako nam razlog nije poznat, pa se tako gubi daljnji razvoj grafičkoga

---

<sup>20</sup> *Ibidem.*, str. 315

<sup>21</sup> *Ibidem.*, str. 316

dizajna. No, nova slikovitost i raznovrsnost ukazuju na mogućnost bržega prihvaćanja novih, nadolazećih revolucionarnih trendova.<sup>22</sup>

Sve od 1907. do 1911. godine Zagrepčanke nisu imale modni časopis na hrvatskome jeziku. Balog u svome promatranju stranih časopisa ističe kako „naše tržište ponovno preplavljaju atraktivna izdanja iz Beča, pa možda u tome vidimo razlog kratkom zadržavanju pojedinih vlastitih izdanja.“<sup>23</sup> Naime, u razdoblju prije *Pariške mode* te nakon 1907. godine, časopis *Wiener mode* pružat će Zagrepčankama modne informacije. Ono što možemo uočiti ako bismo usporedili *Parišku modu* i *Wiener mode*, su primjeri sličnih tipova žena, vrlo slične modne ilustracije i likovni jezik kojim su opisane modne kombinacije (slika 3. i 4.). Ono što je važno istaknuti da je ovdje riječ gotovo o istoj formi, dizajnu i tipu prikazane odjeće. Međutim, ne možemo sa sigurnošću reći koliko je jak bio utjecaj vodećega bečkog modnog časopisa na zagrebačku modu.<sup>24</sup>

**Slika 3.** *Winer mode*, veljača 1899.



**Slika 4.** *Pariška moda*, siječanj 1900.



<sup>22</sup> M. Škulac, *Utjecaj pariške mode na kulturu odijevanja žena u Zagrebu od 1890. do 1918. godine*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2018., str.18–19., dostupno na:

<http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf> (pristupljeno 11. svibnja 2020.)

<sup>23</sup> Z. Balog, *Sto godina*, 1995., str 106.

<sup>24</sup> M. Skulac, *op.cit.*, str. 21.



Izvor: *Wiener mode* 3, veljača 1899., str. 5.

Izvor: *Pariška moda* 2, siječanj, 1900., str. 14.

### 3.2.2. Domaće ognjište

Časopis *Domaće ognjište* izlazi četrnaest godina od 1900. do 1914. godine te je od prvoga broja izvještavao o modi s Parizom kao modnim središtem. Tijekom prve godine izlaženja, časopis ima naslov *Na domaćem ognjištu* te se u drugoj godini mijenja u *Domaće ognjište*. Časopis u proljeće 1907. uvodi modni prilog koji će tijekom dvije godine izvještavati o modnim promjenama. Časopis je prikazivao modne ilustracije koje su bile poprilično skromne, bile su preuzete iz različitih izvora te su bile različite kvalitete (slike 5., 6. i 7.). Njegove urednice Marija Jabrišak, Milka Pogačić te Jagoda Truhelka, vješto su prevodile pariške i bečke modne tekstove te su još uz vlastito modno opažanje pridonosile hrvatskom modnom novinarstvu.<sup>25</sup>

**Slika 5.** *Domaće ognjište* 1907.

(Prikaz modnih ilustracija)



**Slika 6.** *Domaće ognjište* 1907.

(Prikaz modnih ilustracija)



**Slika 7.** *Domaće ognjište* 1907.

(Prikaz modnih ilustracija)



<sup>25</sup> K. N. Simončić, *op. cit.*, str. 22.

Izvor: darhiv.fflzg.unizg.hr.

Osim ozbiljnih tema koje je časopis sadržavao, moglo se pronaći i lako štivo te pripovijetke i ljubavni romani. Tekstovi su sadržavali moralne poruke koje su prvenstveno bile namijenjene Hrvatima, majkama, domaćicama i učiteljicama. Naravno osim jasne težnje prema nacionalnom, *Domaće ognjište* je usmjeravalo i poruku prema modi „Elementi narodnog [...] su u jednom trenutku predstavljali odjevni iskaz nacionalne pripadnosti i sredstvo političke propagande, dok su u drugome predstavljali dogovor na duh orijentalizma koji je zahvatio modu europskih metropola.“<sup>26</sup>

### **3.2.3. Modni svijet**

Godine 1911. godine izlazi *Modni svijet*. Taj je časopis po strukturi bio sličan *Parižkoj modi*. Uočava se da su slike svjetlije i čitkije što možemo vidjeti na slici broj 8.<sup>27</sup> Cilj je časopisa bio izvještavati o modernome životu te poticati na zanimanje za ono što je naše, narodno i hrvatsko. Osim modnih ilustracija u časopisu se pojavljuje lako, ali hrvatsko štivo gdje se veliča ženstvenost te se raspravlja o ulozi žene. Ono što je važno naglasiti da *Modni svijet* spaja ilustracije slobodnih i otvorenih žena pariškoga modnog razdoblja s ukočenijom, ozbiljnijom ali elegantnom ženom.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> *Ibidem.*, str. 13.

<sup>27</sup> Z. Balog, *Modni žurnal u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća*, op. cit., str. 316.

<sup>28</sup> M. Skulac, op. cit., str. 22.

**Slika 8.** *Modni svijet*, 1. 6. 1911.



Izvor: Z. Balog, „Modni žurnal u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća“, *Peristil*, vol. 31-32, no.1, 1988.

### **3.2.4. Ilustrovani list**

U ratnim godinama modni svijet nam donosi *Ilustrovani list* koji je prikazan na slici broj 9. Ono što je ovdje zanimljivo sa socijalnoga gledišta jest „sukob ratnog stanja i bijede koje ono neminovno donosi i mode kao luksuzne pojave.“<sup>29</sup> Ako proučimo ista godišta časopisa i *Wiener Mode* možemo uočiti kako se poistovjećuju brojni savjeti za „od starog – novog, kako jednim detaljem osvježiti garderobu i precizne upute za izradu štaka(!).“<sup>30</sup> Od prvog broja list nam donosi ženske dodatke poput *Ženski svijet* i rubrika *Moda*. Možemo reći kako su modne informacije u *Ilustrovanom listu* bili koristan izvor, ali oni su bili neredoviti te od osmoga broja 1914. do sedamnaestoga broja 1915.

<sup>29</sup> Z. Balog, *op.cit.*, str. 316.

<sup>30</sup> *Loc. cit.*

godine potpuno izostaju. U modnim se rubrikama vidi jasan pokušaj kritike pariške mode i pomodnosti, ali je pokušaj bezuspješan.<sup>31</sup>

**Slika 9.** *Ilustrovani list, Zagreb 50/1915.*



Izvor: Z. Balog, „Modni žurnal u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća“, *Peristil*, vol. 31-32, no.1, 1988.

---

<sup>31</sup> M. Skulac, *op.cit.*, str. 23-24.

### 3.2.5. Praktični modni list

Jedna od bitnih značajki u našem modnom svijetu pripada časopisu *Praktični modni list* koji je prikazan na slici broj 10., a pokreće se 1919. godine. Za ovaj časopis većinu ilustracija izrađuje Anka Krizmanić, a u to doba u Zagrebu cvate modna ilustracija koja je bila na vrhunskom nivou te je većina velikih autorskih modnih ilustratora okupljeno oko *Gazette du bon ton* i *Voguea*.<sup>32</sup>

**Slika 10.** *Praktični modni list*, Zagreb 1. 10. 1919.



Izvor: Z. Balog, „Modni žurnal u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća“, *Peristil*, vol. 31-32, no.1, 1988.

---

<sup>32</sup> Z. Balog, *op.cit.*, str. 316.

### 3.2.6. *Ženski list*

*Ženski je list* mjesečnik, koji možemo vidjeti na slici 11. U Jugoslaviji je obilježio modno novinarstvo, a izlazio je od 1925. do 1938. godine.<sup>33</sup>

Slika 11. *Ženski list*



Izvor: Stare hrvatske novine

Uređivala ga je Marija Jurić Zagorka, a svoj prinos nastavlja i u časopisu *Novi ženski list* koji je izlazio od 1938. do 1939. godine. Pod Zagorkinim uredništvom javlja se i časopis *Hrvatica* čiju naslovnu stranu možemo vidjeti na slici 12., a svoj značaj u hrvatskoj modi obilježava od 1939. do 1949. godine te je u njemu prisutna stalna modna rubrika.<sup>34</sup>

<sup>33</sup> V. Štimac Ljubas, *op. cit.*, str. 98.

<sup>34</sup> *Loc.cit.*

Slika 12. *Hrvatica*



Izvor: Stare hrvatske novine

Tjednik *Ilustrovane novosti* koji izlazi 1918. i 1919. godine sadrži povremene ženske teme s priložima iz francuskih časopisa i redovitim modnim prilogom, a uređuje ga Lj. Z. Kara. Drugi je tjednik kršćanska obiteljska revija *Obitelj*, koji izlazi od 1920. do 1944. godine, koji također ima povremeni skroman modni prilog. Zatim slijedi mjesečnik koji također ima povremene modne rubrike, a javlja se pod nazivom *Ženski svijet, mjesečnik za kulturu socijalne i političke interese jugoslavenskih žena* te mu je izdavačica i urednica Zofka Kveder-Demetrović. Nadalje, ponovno počinje izlaziti *Ženski svijet, list za zabavu i pouku*, urednice i izdavačice Katje Galić. Javlja se u veljači 1939. godine, a izlazi do 1941. godine, također ima povremene modne priloge i dodatke.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> *Loc. cit.*

### 3.3. Odnos slike i teksta u koncepciji hrvatskih modnih časopisa

Štimac Ljubas napominje kako je stanje s modnim novinarstvom posebno te je već uočeno kako su u našoj modi uvijek bile uzor Francuska, Engleska i Njemačka. Naši prvi časopisi pretežno prate društveno-povijesne okolnosti. Bitnost je *Pariške mode* što pojedini dio novina zauzimaju samo fotografije pariških modnih noviteta. Istaknuti su slikovni odjevni predmeti, zatim slijedi nekoliko opisa tih fotografija na hrvatskome jeziku. Dalje se uočava kako časopis ima sve više reklama i rubrika koje su povremene ili stalne. U *Ženskome se listu* uočava, osim savjeta za modu, njegov podnaslov za *modu, zabavu i kućanstvo* koji nas upućuje da su prisutne i druge teme osim mode. Zagorkin časopis sadrži nekoliko modnih ilustracija na prvim stranicama te se krojni arak donosi prema potrebi. Zanimljivo je što se u ovome časopisu objavljuju Zagorkini romani te se može uočiti kako se u njemu najviše provlači tematika u vezi s obitelji, kućni savjeti s podnaslovom „kućni liječnik“, spominje se dječja moda i tekstovi iz svakodnevnoga života žene.<sup>36</sup>

„Upravo jezik opisane fotografije u koncepciji modnog časopisa jest ono što čini verbalnu strukturu određena odjevnog predmeta. Modna fotografija definira, uspostavlja vlastiti jezik koji posjeduje svoj leksik i sintaksu, svoja izražajna sredstva.“<sup>37</sup> Zaključuje se kako se karakter pismovnoga odjevnoga predmeta ne mijenja ako se promijeni jedan izraz u iskazu. Tako Štimac Ljubas navodi primjer „ljeti nosite svilu“<sup>38</sup> ili „svila je dobra ljeti“<sup>39</sup> u kojemu uočavamo da imaju jednak smisao te se verbalno opisuje fotografija u kojoj različitost iskaza ne mijenja identitet.<sup>40</sup>

---

<sup>36</sup> *Ibidem.*, str. 100–101.

<sup>37</sup> *Loc. cit.*

<sup>38</sup> *Loc. cit.*

<sup>39</sup> *Loc. cit.*

<sup>40</sup> *Loc. cit.*



### 3.4. Suvremeni časopisi

Suvremeni modni časopisi jesu vrsta magazina koji se izdaju tjedno ili jednom mjesečno te prate modne trendove diljem svijeta u kojima se reklamiraju proizvodi vezani za svijet visoke mode. Modni su časopisi svakodnevno prisutni i postaju sve čitaniji te se u toj mjeri širi opseg tema, boja i modnih kreacija. Kako je već poznato svjetski se časopisi objavljuju diljem svijeta, a tako i u Hrvatskoj. Časopisi se objavljuju i na različitim jezicima te možemo uzet primjer časopisa *Elle* što na francuskom jeziku znači *Ona*. Naime, taj se časopis objavljuje u preko pedeset zemalja na pedeset različitih jezika te tako i u Hrvatskoj. Nadalje ćemo navesti nekoliko suvremenih časopisa koji su namijenjeni ženskoj publici kao što je prikazano na slici 13.: *Elle*, *Cosmopolitan*, *Curve*, *Glamour*, *Vogue*, *In Style*, *Marie Claire*, *Bazaar*, *Glamour* itd.<sup>41</sup>

**Slika 13.** Suvremeni modni časopisi



Izvor: WordPress

<sup>41</sup> *Moda*, The Columbia Electronic Encyclopedia [website], 2012. <https://www.infoplease.com/>, (pristupljeno 20 travnja 2020.)

## 4. Jezična analiza modnih časopisa

Očekivanja su velika kada su u pitanju časopisi i novine, a novinari bi trebali biti uzor jezične kulture. Primjerima ćemo u jezičnoj analizi pokušati pokazati koliko se mijenja upotreba hrvatskoga jezika i koliko su zapravo posuđenice uvučene u naš jezik. Ali to je realnost bez koje ne možemo, napomenimo da bez nekih ne bismo mogli ni funkcionirati.

Nadalje ćemo reći nešto o svakom časopisu kojega ćemo jezično analizirati, a kako bismo lakše pratili jezičnu analizu modnih časopisa u daljnjem će tekstu časopis *Elle* biti označen oznakom (E), časopis *Buro.* (B), *Cosmopolitan* (C), *Story* (S), *Fashionhr* (F).

### 4.1. Časopis *Elle* (E)

*Elle* je svojevrsan magazin koji, kako sami kažu, na hrvatskome tržištu nema konkurenciju u estetskom i vrijednosnom smislu. Sam naziv *Elle* dolazi od francuske riječi što znači *Ona* te nam tako sam naziv ukazuje kako je časopis prvenstveno namijenjen čitateljicama. Bitna stavka ovoga časopisa je njihov naglasak na osnovnu misiju<sup>42</sup> – „biti izrazito prodajno orijentiran i pružiti čitateljima najpotpuniju informaciju, bilo da je riječ o kupovanju i trendovima u modi i ljepoti, tekstovima vezanim uz karijeru i znanost ili pak najnovijim vijestima iz svijeta životnog stila, gledano, u najširem smislu“.<sup>43</sup>

Mjesečnik možemo pronaći u tiskanom i digitalnom obliku, predstavlja uredničke i novinske trendove te uvijek donosi vrhunska grafička i dizajnerska rješenja.<sup>44</sup> „Stoga se za *Elle* u svim njegovim izdanjima i kanalima može reći kako nije samo trendseter nego i sam predstavlja – trend.“<sup>45</sup>

---

<sup>42</sup> <http://www.adriamedia.hr/izdanja/elle/>

<sup>43</sup> *Ibidem.*

<sup>44</sup> *Ibidem.*

<sup>45</sup> *Ibidem.*

Elle čitaju mlade zaposlene žene, natprosječnih prihoda i naglašenoga interesa za modu.<sup>46</sup> „Kako to rekapitulira urednica američkog Ellea Roberta Myers: ‘Naše su čitateljice dovoljno mlade da doživljavaju život kao pustolovinu, ali i dovoljno imućne da si takvu pustolovinu mogu priuštiti!’“<sup>47</sup>

#### 4.2. Časopis *Buro 24/7* (B)

BURO. je suvremena platforma za životni stil koju je osnovala modna zvijezda i poslovna žena Miroslava Duma. Na dnevnoj bazi BURO. svojim čitateljima donosi najrelevantnije vijesti iz područja mode, životnoga stila, kulture. Za Buro. pišu utjecajni stručnjaci i oblikovatelji javnoga mišljenja iz cijeloga svijeta,<sup>48</sup> a glavna je urednica portala Ana Pavić.

#### 4.3. Časopis *Cosmopolitan* (C)

Cosmopolitan je modni časopis broj jedan namijenjen mladim ženama koji putem tiskanih i digitalnih izdanja te društvenih mreža dopire do 78 milijuna ljudi diljem svijeta, a u Hrvatskoj je na tržištu prisutan dvadeset i dvije godine. Jezikom pop-kulture, Cosmopolitan je „zarazna pjesma, energetska piće, GPS za mlade, jedini legalni podizač samopouzdanja koji se vodi maksimom 'Better an oops than a what if'“.<sup>49</sup> *Cosmo*, kako ga nazivaju čitateljice, je najzabavnija i najpraktičnija uputa za život s posebnim fokusom na prva iskustva – „prva ljubav, prvi spolni odnos, prvi fakultet, prvi posao, prva štednja, prvi kredit, prvi auto, prvi stan, prvo dijete, a o svim važnim temama piše hrabro, otvoreno i zabavno. Stoga ne čudi što smo marka koji ima najveće dosege na hrvatskome tržištu te smo najbliže mladim generacijama Y i Z, kao i onima koji tek dolaze. Generaciju alpha, čekamo te!“<sup>50</sup>

---

<sup>46</sup> *Ibidem.*

<sup>47</sup> *Ibidem.*

<sup>48</sup> <https://www.buro247.hr/misc/about-us.html>

<sup>49</sup> <http://www.adriamedia.hr/house-of-magazines/cosmopolitan/>

<sup>50</sup> *Loc.cit.*

#### 4.4. Časopis *Story* (S)

Story je također među vodećim modnim hrvatskim časopisima koji na dopadljiv i opuštajući način prikazuje život poznatih osoba. Dakle, časopis je tjednik koji želi prikazati širok raspon iz životnoga stila, što obuhvaća: „od manjih društvenih događanja preko ekskluzivnih priča iz privatnih života zvijezda, modnih i beauty editorijala i bogatih modnih i beauty izloga i trendova, njege, vježbanja, prehrane i stanovanja do bogatog pregleda kulturnih noviteta iz svijeta kazališta, filma, glazbe, slikarstva te najglamuroznijih večernjih događanja“.<sup>51</sup>

Tjednik redovito prati i otkriva nove detalje iz privatnih života svjetskih zvijezda, no prvenstveno domaćih. Detaljno nam prikazuju njihov život, njihove karijere i poslovne pomake. Ono što nam Story pruža je raznolik i širok raspon informacija, prikaz modnih fotografija, reportaža sa zabava, opširnih feljtona i kompozitnih tema, emocija, inspiracije i razonode.<sup>52</sup> „Pitak, ležeran i zabavan, informativan, ekskluzivan i provjeren sadržaj kojem čitatelj vjeruje, koji ga opušta i inspirira.“<sup>53</sup>

Zanimljivo je što Story pokreće brojne kreativne događaje na kojima su zadali visoke kriterije u produkciji i sadržaju te je na njima prisustvo zvijezda prioritet i znak prepoznavanja. Nadalje ćemo navesti nekoliko najvećih i najglamuroznijih događaja s crvenog tepiha u zemlji – „Story Hall of Fame, na kojem već tradicionalno dodjeljujemo nagrade najboljima među pjevačima, glumcima, modnim dizajnerima, redateljima, zatim atraktivne sezonske Story Shopping Festivale, Story Green dan posvećen brizi o ekologiji te Story Pink dan posvećen borbi protiv karcinoma dojke“<sup>54</sup>.

Prvo izdanje Storyja pokrenuto je 1974. godine u Nizozemskoj te je dostiglo prosječnu prodanu nakladu od 350 000 primjeraka po broju. Tijekom šesnaest godina postojanja hrvatskoga modnog časopisa Story uspostavljen je odnos povjerenja i poštovanja sa zvijezdama, a prvi broj je izašao 17. travnja 2002.<sup>55</sup> „Važno je napomenuti da je hrvatski Story autentičan koncept hrvatske redakcije koji su, nakon što se potvrdio

---

<sup>51</sup> <http://www.adriamedia.hr/izdanja/story/>

<sup>52</sup> *Loc.cit.*

<sup>53</sup> *Loc.cit.*

<sup>54</sup> *Loc.cit.*

<sup>55</sup> *Loc.cit.*

kao uspješna formula, preuzele redakcije izdanja u Srbiji, Rumunjskoj, Bugarskoj i Ukrajini.<sup>56</sup>

#### 4.5. Časopis *Fashion.hr* (F)

Fashion.hr Style Community jedan je od najčitanijih modnih časopisa kojemu je osnovna zadaća prikazati najnovije vijesti iz svijeta mode, recenzije hrvatskih i svjetskih tjedana mode, uvesti nas u nove trendove, ekskluzivne intervjue te reportaže s crvenoga tepiha kako bi nam predstavili nova i poznata lica hrvatske i svjetske modne scene.<sup>57</sup>

U njihovim kolumnama mogu se pronaći stručni savjeti od uvaženih stručnjaka iz svijeta mode, ljepote i zdravlja. Sve novosti mogu se saznati preko društvenih mreža i to na Facebooku, Twitteru i Instagramu.<sup>58</sup>

„Budite u tijeku s događanjima, prvi saznajte sve zanimljivosti i provjerite zašto nas mjesečno čita više od 200.000 unikatnih korisnika.“<sup>59</sup>

#### 4.6. Odlike modnoga nazivlja u modnim časopisima

Modni časopisi imaju svoje specifičnosti i na jezičnome planu te ćemo ih najprije pokušati opisati, a potom i dokazati istraživanjem. U prvom redu se na leksičkome planu izdvajaju posuđenice, zatim tuđe riječi, tuđice te prilagođenice.

---

<sup>56</sup> *Loc.cit.*

<sup>57</sup> <https://www.fashion.hr/o-nama.aspx>

<sup>58</sup> *Loc.cit.*

<sup>59</sup> *Loc.cit.*

#### 4.6.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno je časopisima *Elle*, *Buro.*, *Cosmopolitan*, *Story*, *Fashion.hr* tijekom svibnja 2020., a analizom je prikupljeno 159 leksema raznih obilježja, koji su potom razvrstani u nekoliko kategorija.

Nadalje ćemo reći nešto o posuđenicama, jezičnome posuđivanju. Definirat ćemo i navesti razloge jezičnoga posuđivanja. Napominjemo kako su danas anglizmi, tj engleske riječi među brojnijim posuđenicama u hrvatskome jeziku, a to će se svakako moći uvidjeti i u jezičnoj analizi modnih časopisa.

#### 4.6.2. Posuđenice

Za početak ćemo reći nešto o jezičnome posuđivanju te ćemo najprije dati nekoliko definicija te pojave koja se definira na više naziva.

Jezično je posuđivanje prema Lj. Dabo-Denegri „...lingvistički fenomen čije proučavanje ide ukorak s poviješću razvoja jednog jezika“.<sup>60</sup> Prema M. Samardžiji definira se kao „...svako preuzimanje neke jezične jedinice iz jednog leksika u drugi ...“<sup>61</sup> U novije vrijeme Frančić, Hudeček i Mihaljević jezično prosuđivanje definiraju kao „svako preuzimanje neke jezične jedinice iz jednog jezika u drugi. Jedinice koje se posuđuju najčešće su riječi, ali mogu se posuđivati i višerječne sveze ili čitave sintaktičke konstrukcije. Posuđena se jedinica naziva posuđenica.“<sup>62</sup>

Dok, Sočonac i ostali kažu kako „Proces jezičnog posuđivanja započinje transferom modela iz jezika davatelja u jezik primatelj. U procesu integracije strana se riječ, tj.

---

<sup>60</sup> Lj. Dabo-Denegri, *op. cit.*, str. 437., dostupno na [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=256164](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=256164) (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>61</sup> M. Samardžija, *Leksikologija s poviješću hrvatskoga jezika* (udžbenik za 4. razred gimnazije), Školska knjiga, Zagreb, 1995., str 45.

<sup>62</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2005., str. 206.

model prilagođava sustavu jezika primatelja na različitim jezičnim razinama zadobivajući status posuđenice, tj. replike“.<sup>63</sup>

Filipović ističe definiciju Ernsta Windischa, zbog koje se krajem devetnaestoga stoljeća jezično miješanje i jezično posuđivanje izjednačava, „Jezici su to u kojima se strane riječi koriste na račun domaćih, u kojima se postojeće riječi zamjenjuje stranim riječima i u kojima se javlja velik postotak posuđenica koje se onda koriste u svakodnevnom govoru“.<sup>64</sup> No, tek Hermann Paul prvi definira jezično posuđivanje kao pojam te oblikuje njegovu definiciju: „Jedan jezik utječe na drugi ako prima strani materijal i ako se njegov vlastiti jezični materijal formira prema stranim uzorima. Lingvističko posuđivanje može biti rezultat potrebe i mode.“<sup>65</sup>

Jezično je posuđivanje rašireno po cijelome svijetu i događa se iz unutarjezičnih i izvanjezičnih razloga. Kao razloge posuđivanja Samardžija navodi: nemogućnost pronalaska gotova rješenja kojima bi se trebale popuniti praznine u vlastitom leksičkom sustavu te zato što se posuđenice katkada ne podudaraju s njima najbližim hrvatskim leksemima.<sup>66</sup> Posuđivanje se može odvijati na fonološkoj, morfološkoj, sintaktičkoj, semantičkoj i leksičkoj razini.

Razlozi se ubrajaju u unutarjezične razloge. Osim zbog unutarjezičnih, hrvatski jezik posuđuje i zbog izvanjezičnih razloga. Izvanjezični razlozi vezani su uz društvenu narav jezika. U izvanjezične se razloge ubrajaju političke veze između govornika dvaju ili više naroda, njihove gospodarske, kulturne, znanstvenotehničke veze te izravan zemljopisni dodir jezičnih područja.<sup>67</sup>

Nekada je hrvatski jezik najviše posuđivao iz njemačkoga, mađarskoga, turskoga i talijanskoga jezika. Glavni uzrok bile su političke veze među tim jezicima. U posljednje

---

<sup>63</sup> L. Sočanac, et al., *Hrvatski jezik u dodiru s europskim jezicima: prilagodba posuđenica*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 2005., str. 9.

<sup>64</sup> R. Filipović, *Teorija jezika u kontaktu*, Uvod u lingvistiku jezičnih dodira, Školska knjiga, Zagreb, 1986., str. 21.

<sup>65</sup> *Ibidem.*, str. 23.

<sup>66</sup> M. Samardžija, *op. cit.*, str. 45

<sup>67</sup> *Ibidem.*, str. 46.

vrijeme u hrvatskome se jeziku pojavljuje sve veći broj posuđenica iz engleskoga jezika. Danas su upravo te posuđenice najbrojnije.<sup>68</sup>

S obzirom na prilagođenost, proširenost i uporabu u različitim jezičnim funkcionalnim sferama posuđenice mogu imati različit jezični status te su hijerarhijski najviše kategorije. Unutar kategorije posuđenica koriste se nazivi strana riječ i tuđica, usvojenica, prilagođenica, pseudoposuđenica, hibridna posuđenica / hibrid.<sup>69</sup>

Kako bi se uklopile u hrvatski jezični sustav posuđenice se moraju prilagoditi normama hrvatskoga standardnog jezika. U hrvatskome jeziku razlikujemo četiri vrste prilagodbe: grafijsku i pravopisnu prilagodbu, fonološku, morfološku i značenjsku prilagodbu.

Grafijska i pravopisna prilagodba je najjednostavnija. S obzirom na to da se ne posuđuju riječi samo iz jezika koji se služe latinicom, pojedine se posuđenice moraju transkribirati, dok se posuđenice iz jezika koji se služe ćirilicom moraju transliterirati. Posuđenice se prilagođuju pravilima hrvatskoga pravopisa.<sup>70</sup>

Fonološke razlike između jezika davaoca i jezika primaoca uklanjaju se fonološkom prilagodbom. Na temelju izgovornih sličnosti hrvatski fonološki sustav pronalazi zamjene za strane foneme. Posuđenica je fonološki nepravilna i ako sadrži skupine fonema koje nisu u skladu s fonotaktičkim pravilima tipičnim za naš jezik.<sup>71</sup>

Prema nekim teoretičarima morfološki se elementi ne mogu prenositi iz jednoga jezika u drugi, dok drugi smatraju da je u određenim uvjetima moguće ograničeno morfološko posuđivanje.<sup>72</sup> Morfološkom se prilagodbom posuđenice nastoje uklopiti u morfološki sustav hrvatskoga standardnog jezika. Za primjer možemo uzeti njemačku riječ *die Strudel* koja dobiva nastavak *-a* te glasi *štrudla*, koji je karakterističan u hrvatskome jeziku za imenice ženskoga roda.<sup>73</sup> Osim imenica, najdosljednije se prilagođavaju glagoli koji uvijek dobivaju nastavak *-ti* te se između strane glagolske osnove i infinitivnoga nastavka *-ti* dodaje sufiks *-a-*, npr. njem. *fixieren* te na hrvatskome

<sup>68</sup> M. Samardžija, *op. cit.*, str. 45.

<sup>69</sup> I. Šiprak, *Strane riječi u javnoj upotrebi*, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2014., str. 9.

<sup>70</sup> *Loc.cit.*

<sup>71</sup> J. Melvinger, *Leksikologija*, Pedagoški fakultet, Osijek, 1984., str. 55.

<sup>72</sup> M. Turk, *Jezično kalkiranje u teoriji i praksi (prilog lingvistici jezičnih dodira)*, Filozofski fakultet sveučilišta u Rijeci, Zagreb, 2013, str. 39.

<sup>73</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op. cit.*, str. 209.



glasi *fiksirati*. Što se tiče pridjeva koji završavaju na *-ioni* od imenica latinskoga podrijetla na *-ija* nisu dobro prilagođeni te se smatraju tuđicama.<sup>74</sup>

Prema Filipoviću razlikujemo dvije pojave na semantičkoj razini kod značenjske prilagodbe posuđenica – adaptacija značenja modela i semantičko posuđivanje. Naime, razlika je u tome što se adaptacija značenja modela veže za posuđenice koje su preuzete iz jezika davaoca, dok je semantičko posuđivanje transfer značenja iz jezika davaoca na neku već postojeću domaću riječ u jeziku primaocu. Značenjska se adaptacija modela potpuno uklapa u proces jezičnoga posuđivanja jer čini cjelinu s fonološkim i morfološkim aspektom, dok semantičko posuđivanje nema veze s posuđenicama na adaptaciji kojih izgrađujemo teoriju jezika u kontaktu.<sup>75</sup> Kod značenjske prilagodbe riječ dobiva šire ili uže značenje,<sup>76</sup> a da bi se značenje proširilo posuđenica mora zadovoljiti dva uvjeta – potpuna integracija posuđenice u leksički sustav jezika primaoca i slobodna upotreba u sklopu toga jezika. Što se tiče suženja značenja najčešća je promjena u jezičnome posuđivanju te se u toj situaciji prenosi samo jedno specifično značenje,<sup>77</sup> npr. engl. *game* 'igra' hrv. *gem* samo igra u tenisu; *mejl* engl. 'pošta', hrv. 'elektronička pošta',<sup>78</sup> engl. *report* glagol je čije primarno značenje glasi prijaviti, ali se *report* u hrvatskome jeziku upotrebljava suženoga značenja, tj. u smislu izvješća o nekom događaju pa je *Report* čest naziv kolumni u modnim časopisima; engl. *lift* ima značenje podići nekoga/nešto dok je u hrvatskome jeziku dobilo suženo značenje dizala; engl. *record* znači i zabilježiti/snimiti nešto, ali i najbolji rezultat dok je u hrvatskome jeziku taj anglizam sačuvao samo drugo značenje.<sup>79</sup>

---

<sup>74</sup> M. Samardžija, *op. cit.*, str. 53.

<sup>75</sup> R. Filipović, *op. cit.*, 153.

<sup>76</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op. cit.*, str. 209

<sup>77</sup> *Ibidem.*, 164. i 169.

<sup>78</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op. cit.*, str. 209.

<sup>79</sup> M. Foro, Leksička razina publicističkog stila, *Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis*, vol. 7. No. 7., 2014., str. 156., dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=198975](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=198975) (pristupljeno 7. rujna 2020.)

S obzirom na to iz kojega jezika potječu, posuđenice su „riječi stranoga podrijetla koje su više ili manje prilagođene hrvatskomu jezičnom sustavu.“<sup>80</sup>

Svi jezici svijeta imaju posuđenice, čime se hrvatski jezik ne izdvaja od drugih jezika. Različito je jedino razdoblje posuđivanja, intenzitet i broj posuđenica. Zahvaljujući posuđenicama možemo saznati mnogo o vremenu i načinu ostvarivanja kontakata i utjecaja koje je jezična zajednica doživjela tijekom svoga povijesnog razvitka. Zajedno s tuđim nazivom, narod preuzima i predmete i pojave koje su mu nepoznate.<sup>81</sup>

Jezikoslovci su nastojali što više posuđenica zamijeniti hrvatskim riječima, pogotovo kada su se razni utjecaji drugih naroda smanjivali ili gubili.<sup>82</sup> Kroz povijest je hrvatski jezik posuđivao razne jezične izraze. Do osamnaestoga stoljeća se najviše osjećao turski i mletački utjecaj što je dovelo do posuđenica iz turskoga i talijanskoga jezika. S vremenom se počeo viđati i njemački utjecaj, a poslije Drugoga svjetskog rata do pojačanog ruskoga, srpskoga i engleskoga utjecaja. U današnje vrijeme je sve očitiji engleski utjecaj.<sup>83</sup>

Posuđenice se dijele još na denotativne ili potrebne posuđenice te na konotativne ili suvišne posuđenice. Denotativne posuđenice imaju svrhu popunjavanja praznoga mjesta u vokabularu jezika primaoca, dok su konotativne posuđenice rezultat nekoga ugleda ili glamura koji je u datom trenutku važan. Zato su se kroz povijest posuđivale jezične jedinice prvo iz latinskoga, pa talijanskoga, pa francuskoga jezika. Ovisno o tome koji jezik je u nekome razdoblju bio popularan i oznaka nekoga prestiža.<sup>84</sup>

Melvinger donosi zanimljivu podjelu posuđenica: izravne posuđenice i leksički kalk. „Izravne posuđenice takve su posuđenice koje su semantički i formalno identične ili slične odgovarajućoj riječi u jeziku izvorniku.“<sup>85</sup> Unutar izravnih posuđenica razlikuje još dvije skupine. U prvu skupinu ulaze „riječi koje imaju posve istu morfološku strukturu

---

<sup>80</sup> *Ibidem.*, str. 206.

<sup>81</sup> I. Šiprak, *op. cit.*, str. 5.

<sup>82</sup> B. Stojaković, „Francuski nazivi tipografskih veličina u hrvatskom jeziku“, *Polytechnic and design*, vol. 5, no. 4, 2017., str. 275-279., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/195175> (pristupljeno: 22. svibnja 2020.)

<sup>83</sup> D. Dujmović-Markusi, T. Pavić-Pezer, *Fon-fon 3*, udžbenik hrvatskoga jezika za treći razred gimnazije, Profil, Zagreb, 2009., str. 25.

<sup>84</sup> Lj. Dabo-Denegri, „Jezično posuđivanje: Tipologija leksičkih posuđenica (Anglicizmi u francuskom jeziku)“, *Filologija*, no. 30-31, 1998., str. 439, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/173521> (pristupljeno 21. svibnja 2020.)

<sup>85</sup> J. Melvinger, *op. cit.*, str. 54.

kao i njihov prototip iz stranog jezika ...“.<sup>86</sup> Drugu skupinu čine „riječi čija morfološka struktura samo djelomično odgovara prototipu iz jezika izvornika.“<sup>87</sup> Većina posuđenica u hrvatskome jeziku pripada drugoj skupini. Leksički kalk dolazi od francuske riječi *calque*, što u doslovnom prijevodu znači kopija. Kalkovi su riječi oblikovane pomoću „leksičkih sredstava jezika primaoca, ali prema stranome modelu“<sup>88</sup> „Posuđenice koje u više jezika imaju isto osnovno značenje i u osnovi isti izraz nazivamo internacionalizmima“<sup>89</sup>

„Posuđenice tvore najveći dio neološkog leksika jer je nemoguće očekivati kako će svaka nova riječ koja se u nekom jeziku pojavi s 'uvezenim' pojmom odmah biti prevedena.“<sup>90</sup> Očito je da tzv. mali jezici teže purizmu od onih velikih poput engleskoga jezika, koji posve slobodno preuzima riječi iz drugih jezika. Nekada se u hrvatskome jeziku moglo pronaći najviše riječi iz njemačkoga, mađarskoga, talijanskoga itd.<sup>91</sup> Među posuđenicama danas prvo mjesto zauzimaju upravo one engleskoga, odnosno, američkoga podrijetla, tj. anglizmi. No, dolje u prikupljenim primjerima iz časopisa pronaći će se pokoji primjer galicizama, turcizama, hungarizama, talijanizama te germanizama. Bez obzira na to ostaju li na razini posuđenice ili se s vremenom prevode, mora ih se uzeti u obzir kao neizostavan segment unutar većega skupa novih riječi.<sup>92</sup> Prema stupnju uklopljenosti u hrvatski jezični sustav, posuđenice se dijele na tuđe riječi, tuđice, prilagođenice,<sup>93</sup> a tako ćemo ih dijeliti nadalje u jezičnoj analizi.

---

<sup>86</sup> *Loc. cit.*

<sup>87</sup> *Loc. cit.*

<sup>88</sup> *Loc. cit.*

<sup>89</sup> M. Samardžija, *op. cit.*, str. 49.

<sup>90</sup> V. Muhvić-Dimanovski, *Neologizmi, Problemi teorije i primjene*, FF-press., Zagreb, 2005., str. 39.

<sup>91</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op. cit.*, str. 207.

<sup>92</sup> R. Kišić, *Anglizmi u medijima*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2016., str. 9.

<sup>93</sup> M. Foro, *op. cit.*, str. 156., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/134925> (pristupljeno: 19. travnja 2020.)

### 4.6.3. Prilagođenice

Slijede primjeri prilagođenica iz istraživanoga korpusa, no najprije ćemo ih definirati.

Frančić, Hudeček i Mihaljević definiraju prilagođenice kao posuđenice „koje su naglasno, glasovno i sklonidbeno prilagođene hrvatskomu jeziku. One bitno ne odudaraju od ustroja hrvatskog jezika.“<sup>94</sup>

Primjeri prilagođenica iz istraživanoga korpusa:

(E) „Riječ je o jarko žutim sandalama s debljom petom, minimalistička izgleda koje akcentira upravo jaki **kolor**“

*Kolor*<sup>95</sup> (lat. color) boja; izgled, vanjšina; *kolor*<sup>96</sup> lat. (color) znači. boja; u novije vrijeme kraći naziv za kolorfilm, zatim izgled, vanjšina; *kolor*<sup>97</sup> znači boja; lat. color

(E) „Bijela **bluza** s decentnim vezom je sinonim za ljetno odijevanje.“

Prema franc. *blouse*<sup>98</sup> vrsta ženske natkošulje, obično dugih rukava. Leksem pripada prilagođenicama koje su prilično dobro uklopljene u hrvatski jezični sustav.

(E) „Bio je dovoljno hrabar da obuče žene u muška odijela, uključujući **frak** i hlače, a bez da im oduzme ženstvenost.“

*Frak*<sup>99</sup> njem. der *Frack*: najsvečanije muško odijelo za društvene i svečane prigode.

(E) „...prilagođeni sezoni: jeans, vodonepropusni pamuk, **keper**, viskoza i vunena pletenina.“

*Keper*<sup>100</sup> njem. *der Köper*, način tkanja, unakrsno tkanje: tkanine izrađene u keper vezu, popularni keper je denim za traperice;

<sup>94</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op. cit.*, str. 210.

<sup>95</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 707.

<sup>96</sup> B. Klaić, *op. cit.*, str. 708.

<sup>97</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 704.

<sup>98</sup> *Ibidem.*, str. 88.

<sup>99</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 75.

<sup>100</sup> *Ibidem.*, str. 75.

(E) „Već spomenuti digitalni aspekt novog **butika** odnosi se na elektroničke izloge koji prikazuju...“

*Butik*<sup>101</sup> fr. *boutique*, prodavaonica, trgovina na malo; prodavaonica izabranim skupim stvarima.

(E) „Na prvom mjestu svakako je **vesta** na kopčanje koju zasigurno već imate u ormaru, a odlično će izgledati i u kombinaciji sa slip suknjom ili klasičnim trapericama...“

*Vesta*<sup>102</sup> njem. *die Weste*: njem. naziv za prsluk.

(E) „Komad koji nas je posebno zaintrigirao ove sezone je **kombinezon** od traperera, koji odlično izgleda u svim zimskim odjevnim kombinacijama...“

Prema fran. *combinaison*<sup>103</sup> ženska donja odjeća, rublje od košulje i gaćica ili muško radno odijelo.

(E) „Mnogi dizajneri kupaca **kostima** smatraju da veliki broj cura ne zna odabrati pravu veličinu za sebe, vjerujući kako su brojevi u swimwear kolekcijama identični onima za obične, svakodnevne komade.“

Prema franc. *costume*<sup>104</sup> je žensko odijelo koje se sastoji od suknje i kaputića od istoga materijala, općenito način kao s čovjek oblači, odijelo koje se nosi prema mjestu i okolnosti, zatim odijela glumaca u kazalištu. U ovome se slučaju radi o kupaćem kostimu koji se sastoji od gornjega i donjega dijela koji je najčešće iste boje.

(B) „Dok je arhitektura jednostavna, interijer je doslovno eksplozija koja kombinira ružičastu boju, mramor, pastelne nijanse, **pliš**, resice, zlatne slavine...“

*Pliš*<sup>105</sup> njem. *der Plüsch*, vrsta baršuna koja se od njega razlikuje po duljem naličju, sličnu krznu.

---

<sup>101</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 211.

<sup>102</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 76.

<sup>103</sup> *Ibidem.*, str. 89.

<sup>104</sup> *Ibidem.*, str. 90.

<sup>105</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 75.

(B) „I to do krajnje granice, s ravnim kaputima koji sežu gotovo do poda – jednorednim, dvorednim, **samtenim**, crnim, bijelim i ružičastim - no mahom jednostavnim u kroju.“

Samt<sup>106</sup> njem. *der Samt*, prugasti baršun ili baršun za pranje (njem. *der Waschsamt*, *der Damenkord*: vrsta samta ili baršuna, pamučni samt s izduženim rebrima ili kockicama).

(B) „...kao i zanimljive modele haljina u kombinaciji tanke plisirane organze koja je izgledala nježno gotovo kao **gaza** te izvezenog prozirnog tila i vunениh dolčevita.“

Gaza<sup>107</sup> njem. *die Gaze*, prozirna tkanina: prozirna, mrežasta, laka tkanina male gustoće i u osnovi i u potci. Izvorno je riječ sirijskoga podrijetla: takva se vrsta tkanine – lagana, rijetka, prozirna tkanina – prvotno proizvodila u sirijskome gradu Gazi..

(B) „I to do krajnje granice, s ravnim **kaputima** koji sežu gotovo do poda - jednorednim, dvorednim, samtenim, crnim, bijelim i ružičastim - no mahom jednostavnim u kroju.“

*Kaput*<sup>108</sup> tal. *cappotto*, dio odjeće koji se nosi preko druge odjeće za zaštitu od vjetra i hladnoće.

(C) „Kupujete li haljine, sakoe, bluže ili jakne, vodite računa da vam **šav** na spoju ramena i rukava pada na samu kost ramena, radije nego preko nje“

Šav<sup>109</sup> njem. *der Saum*. Prema *Velikome rječniku hrvatskoga jezika* leksem označva spoj dvaju sašivenih komada tkanine; rub, zatim cik-cak crtu po kojoj srastaju kosti lubanje te crtu po kojoj su zavarivanjem ili zakivanjem spojeni komadi metala.<sup>110</sup>

(C) „Sljedeći na redu je stari uredski **printer**.“

„Engleski naziv *printer* znači 'izlazni uređaj koji tiska na papir podatke koje dobiva od računala'. U hrvatskome je standardnom jeziku u tome značenju bolje upotrijebiti naziv *pisač*, koji je dobro prihvaćen i u praksi.“<sup>111</sup>

---

<sup>106</sup> *Loc.cit.*

<sup>107</sup> *Loc.cit.*

<sup>108</sup> *Ibidem.*, str. 213.

<sup>109</sup> *Ibidem.*, str. 81.

<sup>110</sup> V. Anić, *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*, Novi Liber, Zagreb, 2009., str. 1528.

(C) „...odigravši jedan **gem** s predsjednikom uprave Pik Vrbovca Matom Štetićem i odvjetnikom Matom Maticem...“

Gem<sup>112</sup> (engl. *game*) sport, igra, partija (tenisa).

(C) „Vi mu niste terapeut, već djevojka s kojom spava pa, osim ako mu ne nedostaje **čip** za osjećajnost, zna da ne bi trebao pričati o tome s vama.“

Čip<sup>113</sup> engl. *chip*, *inform.* komadić kristala poluvodiča (od silicija, bakra ili aluminijska) na koji se utiskuje sklop ili više sklopova koji čine elektronički integrirani krug [*super čip*; *kompjuterski čip*]; sklopnjak.

(C) „Red **velvet** torta od čokolade bit će tradicionalna torta s modernim zaokretom.“

Velvet<sup>114</sup> engl., engleski naziv za velur – vrstu baršuna. Prilagođenica koja se ne sklanja.

(C) „Istraživanje je također pokazalo da žene žele isprobati nove boje **ruževa**, ali su nesigurne da li im te boje stvarno pristaju.“

Prema *fr. rouge* (à lèvres): crvenilo za usne, kozmetičko sredstvo za mazanje usana; karmin.<sup>115</sup>

(S) „Na ovim shopping oazama ljubiteljice fantastične mode mogu pronaći sve što im treba za savršeni **stil** s potpisima naših najvećih talenata s popustom koji nam omogućuje Mastercard® i Maestro®...“

Stil<sup>116</sup> (grč. *stylos*, lat. *stilus* držak, na jednom kraju zašiljeno željezo kojim se paralo, tj. pisalo po voštanim tablicama); olovka starih Grka i Rimljana; način pisanja i izražavanja misli (proznik pjesnički, govornički, poslovni stil); u likovnim umjetnostima,

---

<sup>111</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/> (pristupljeno 2. rujna 2020.)

<sup>112</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 487.

<sup>113</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 11. rujna 2020.)

<sup>114</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 101.

<sup>115</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 11. rujna 2020.)

<sup>116</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 1343.

arhitekturi, pokućanstvu itd.: umjetnički ukus, oblik prikazivanja, umjetnički smjer, način davanja oblika: osobito: čist, plemenit i prirodan način prikazivanja (za razliku od manira; pren. običaj, navika; stari i novi stil v. julijanski i gregorijanski kalendar;

(S) „Nemojte ljudi suditi, nemojte ogovarati, pustite karme i **bumerange**' započela je objavu.“

Bumerang<sup>117</sup> engl. *boomerang* < egz. (aboridžinski);<sup>118</sup> (austral. woomera) srpoliko oružje australskih domorodaca (uska i oko 60 cm dugačka daščica od tvrdog drveta, na krajevima plosnata, a u sredini koljenasto savijena), posebno se odlikuje time što se, ako ne pogodi cilj, vraća bacaču.

(S) „Materijali koje dizajnerica Marina koristi su oni koji već tradicionalno rezerviramo za vjenčanice – svila, saten, til i **čipka** a dvije haljine iz lookbooka ...“

Čipka<sup>119</sup> mađ. *csipke*, fini komad ukrasne tkanine s očicama, izrađenim kukičanjem ili vezenjem prema ornamentalnom uzorku.

(S) „Prvu polo majicu koju je kupila 1997., prvi **šal** i kućni ogrtač iz 1996. nikada neću baciti.“

Šal<sup>120</sup> perz > eng., četvorinasti komad tekstila koji žene nose za pokrov ramena i vrata, inače dio perzijske, istočnjačke narodne nošnje.

(S) „Materijali koje dizajnerica Marina koristi su oni koji već tradicionalno rezerviramo za vjenčanice – svila, saten, **til** i čipka, a dvije haljine iz lookbooka ...“

Prema franc. *tulle*<sup>121</sup> tanka rupičasta tkanina, služi za izradu odjeće, dekoracija i ukrasa.

---

<sup>117</sup> *Ibidem.*, str. 208.

<sup>118</sup> prema Hrvatski jezični portal (pristupljeno 2. rujna 2020.)

<sup>119</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/> (pristupljeno 19. kolovoza 2020.)

<sup>120</sup> *Ibidem.*, str. 99.

<sup>121</sup> prema Hrvatski jezični portal (pristupljeno 19. kolovoza 2020.)



(S) „...govori vrhunska **balerina** koja ne voli neke od stereotipova koji se vežu za njezin posao.“

*Balerina*<sup>122</sup> tal. *ballerina*, kazališna plesačica; balet, tal. *balletto*, slikoviti ples (talijanizam kasnijih godina važan u tvorbi naziva vrlo popularnih ženskih cipelica sličnih baletnim papučicama).

(F) „...a njihovi pokretači pretvorili su se u prave **keš** mašine koje sjede u prvim redovima modnih tjedana uz bok kritičarima i urednicima...“

*Keš*<sup>123</sup> (engl. *cash*) gotovina blagajne, isplata u gotovu; *keš*<sup>124</sup> *žarg.* gotovina blagajne, gotov novac, kešovina; *engl. cash*

(F) „...budući da se koža ljeti nešto više znoji, te pružaju prirodan **finiš**, stvarajući dojam besprijekornog izgleda same kože.“

*Finiš*<sup>125</sup> (engl. *finish*) kraj, završetak; sport. Završni dio utrke, završena borba.

(F) „Mramor, zlato, **baršun** - nakon "novog normalnog" sigurno više neće biti istog sjaja.“

*Baršun*<sup>126</sup> mađ. (< tur.), vrsta tkanine, velur, pliš, samt.

(F) „Na dodjeli nagrada GQ Men of the Year, Emma se pojavila u skulpturalnom **bolero** topu boje slonovače, koji je uparila s crnim hlačama muškog kroja.“

*Bolero* je španjolski naziv za kratki prsluk koji ženi siže do struka, bez dugmeta, otvoren na grudima tak oda štiti tek ramena<sup>127</sup>

(F) „Najveću pažnju pridajemo kvaliteti kroja, korištenju najfinijih materijala kao što su svila, vuna, **kašmir** i viskoza.“

---

<sup>122</sup> *Ibidem.*, str. 99.

<sup>123</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str 688.

<sup>124</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 682.

<sup>125</sup> *Ibidem.*, str. 445.

<sup>126</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 99.

<sup>127</sup> *Loc.cit.*

Kašmir<sup>128</sup> je naziv za vrlo finu vunu od koje se uzgaja u državi Kašmir na padinama Himalaje.

(F) „a najljepše se kombinira s jednostavnim majicama, romantičnim košuljama ili ipak trendi **kardiganima**.“

Kardigan<sup>129</sup> eng. *cardigan*, engleski naziv za prsluk s dugim rukavima, džepovima i dugmetima na grudima.

(F) „Osim spomenute kombinacije, kratke hlače divno pristaju i *outfitima* s različitim kardiganima, blejzerima, užim **dolčevitama**, ali i predimenzioniranim *hoodicama*.“

Dolčevita<sup>130</sup> tal. *dolcevita*, naziv prema Fellinijevu filmu *Slatki život (Dolce vita)* u kojem su se nosile takve majice; majica ili vunena vesta s ovratnikom koji priliježe uz vrat.

(F) „Nekoć prepoznatljiv simbol zimskog doba i flanel košulja, posljednjih je nekoliko sezona itekako rado viđen **dezen** čitavu godinu.“

Dezen, desen<sup>131</sup> fran. *dessin*, uzorak, šara na tkanini.

Važne su opaske o posuđivanju što je većina modno-odjevnih naziva u hrvatskome posuđena iz njemačkoga i francuskoga jezika kao i što smo se mogli uvjeriti iz primjera, a druga je ta što smo za mnoge germanizme i galicizme nekoć imali domaće nazive, a danas za iste pojmove upotrebljavamo posuđene. Kako navodi Štimac, njemački je jezik nekoć imao vrlo važnu ulogu zbog povijesnih i političkih okolnosti te veliku dominantnost. Kako je Francuska prijestolnica europske i svjetske mode, veliki utjecaj ima na europske jezike, ne samo na hrvatski. To potvrđuje da je veći broj galicizama nego germanizama u domeni modno-odjevnoga nazivlja. No, zbog same dominacije i

---

<sup>128</sup> *Ibidem.*, str. 98.

<sup>129</sup> V. Štimac, op. cit., str. 101.

<sup>130</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 19. kolovoza 2020.)

<sup>131</sup> V. Štimac, op. cit., str. 89.

prestiza njemačkoga jezika, za mnoge se nazive posuđene iz hrvatskih nestandardnih idioma i hrvatske nazive navodi njemačka kontaktna riječ.<sup>132</sup>

Osim iz francuskoga i njemačkoga, modno-odjevni su nazivi posuđenih iz drugih jezika, poput – latinskoga, grčkoga, turskoga, španjolskoga, talijanskoga, mađarskoga i engleskoga.<sup>133</sup> valja naglasiti je da najveći dio posuđenica čine anglizmi te su nažalost postali sve učestaliji u pismu i govoru.

#### 4.6.4. Tuđe riječi

Tuđom, stranom riječju nazivamo „Kada se riječ iz kojega drugog jezika posve neprilagođena pojavi u tekstu pisanom hrvatskim jezikom (pisana izvornom grafijom jezika iz kojega dolazi) ...“<sup>134</sup> Tuđe ili strane riječi dolaze iz nekoga stranog jezika u naš te se pri izgovoru osjeća da je strana, tj. da je neprilagođena jeziku u kojem se koristi.<sup>135</sup> Puno tuđih riječi koristimo svakodnevno te su to najčešće anglizmi poput *styling, make-up, trend, party, highlighter* itd. Trebamo napomenuti kako tuđa riječ ne mora biti samo jedna riječ (to ćemo vidjeti i u primjerima), već se mogu tvoriti i dijelovi rečenica na stranome jeziku - *crop top, multi-tasking, must have, animal print, casual look, high street, beauty sleep* itd.<sup>136</sup>

Kako bismo bolje razumjeli važnost domaće riječi nasuprot stranoj riječi, odnosno tuđoj, u daljnjem ćemo se tekstu posvetiti purističkoj tradiciji hrvatskoga jezika. U kratkim ćemo crtama reći što je jezični purizam, tko su puristi, koja je njihova uloga i što je u središtu zanimanja današnjega purista te stvara li purizam pozitivan ili negativan odnos prema jeziku.

---

<sup>132</sup> *Ibidem.*, str. 107–108.

<sup>133</sup> *Loc.cit.*

<sup>134</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op .cit.*, str. 209.

<sup>135</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, 2005. *op .cit.*, 209.

<sup>136</sup> M. Foro, *op. cit.*, str. 156.

„Bit je normiranosti u tome da se pomoću sustava pravila koja čine opću standardnojezičnu normu odredi koji se od elemenata što postoje u hrvatskim narječjima pravilni i potrebni hrvatskome standardom jeziku a koju nisu.“<sup>137</sup>

Normiranost je jedna od značajki hrvatskoga standardnog jezika te unatoč tome da se utvrdi što je pravilno, a što nije, govornici i dalje griješe u mnogočemu. Iz toga se razloga razvija jezični purizam ili jezično čistunstvo.

Puristi čuvaju čistoću i pravilnost hrvatskoga jezika te se skrbe o njoj. Ovaj se pojam često spominje u negativnome smislu, i to s razlogom. Naime, pojavljivao se u vezi političkih utjecaja te neželjenoga uplitanja politike u jezik, što se često veže s nasilnim oživljavanjem zastarjela i zatiranja uporabe prevedenica, posuđenica i internacionalizama. „Hrvatski je jezični purizam bio jednim od najučinkovitijih oblika otpora pogibelji što je prijetila hrvatskom jeziku ukliještenu između latinskoga, talijanskoga, turskoga, mađarskoga i njemačkog jezika.“<sup>138</sup>

No, ono što je zapravo važno, je purizam kao pozitivni odnos prema jeziku i njegovu identitetu. Purizam, dakle, vodi računa o logici jezičnoga razvoja te o potrebi jezičnoga normiranja.<sup>139</sup> Ono što trebamo naglasiti, jest da jezični purizam pozitivno zalaganje za hrvatski jezik koji je tijekom duge povijesti bio izložen mnogim utjecajima stranih jezika i kultura te je uspio zadržati hrvatski jezični identitet.<sup>140</sup>

Težnja za jezičnom čistoćom može se jedino ostvariti velikim trudom. Budući da je važno stvaranje hrvatskih riječi i izraza, ono zahtijeva jezično znanje i aktivan odnos prema jeziku. Međutim, u praksi dolazi do odstupanja, ali je važno da se i danas nastavlja smjerom koji je tradicijski zacrtan.<sup>141</sup>

---

<sup>137</sup> M. Samardžija, *op.cit.*, str. 55.

<sup>138</sup> *Ibidem.*, str. 57.

<sup>139</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op. cit.*, str. 190.

<sup>140</sup> *Ibidem.*, str. 190–191.

<sup>141</sup> *Loc. cit.*

Nadalje, ćemo navesti četiri osnovna pravila jezičnoga purizma:

1. „Tamo gdje postoji dobra domaća, ne treba upotrebljavati stranu riječ.
2. Tamo gdje postoji dobra standardnojezična riječ, ne treba upotrebljavati dijalektizam.
3. Tamo gdje postoji dobra standardnojezična riječ, ne treba upotrebljavati istoznačnu novotvorenicu ili prevedenicu. Isto tako, ne treba u jezik unositi prevedene izraze i konstrukcije iz drugih jezika.
4. Treba težiti što stabilnijoj normi standardnog jezika.“<sup>142</sup>

Danas se u središtu zanimanja jezičnih purista nalaze posuđenice, i to na prvome mjestu anglizmi i internacionalizmi.<sup>143</sup> Govornik koji pretjeruje s uporabom posuđenica, rezultat je pomodnosti, no preučestalom upotrebom može se postići suprotan učinak te se umjesto učenosti može pokazati nerazumijevanje. Ono što zagovaraju hrvatski puristi je umjerena i pravilna uporaba posuđenica, a njihova ograničenja ne vrijede za narječja, žargone i razgovorni jezik.<sup>144</sup>

Ono što bismo trebali napomenuti da „Riječi iz stranih jezika mogu biti preuzete u hrvatski tekst bez prilagodbe (strane riječi) ili više ili manje prilagođene hrvatskomu jezičnom sustavu (prilagođenice). Strane riječi ne pripadaju hrvatskomu jeziku iako se u njemu mogu naći zbog stilističkih ili terminoloških razloga. Ako se nađu u hrvatskome tekstu, treba ih pisati kosim slovima (kurzivom) kako bi se označilo njihovo strano podrijetlo.“<sup>145</sup> Naime, ako se u tekstu pronađe strana riječ to ne znači da se uporaba tih riječi u hrvatskome preporučuje. One se u tekstu mogu nalaziti iz stilističkih razloga ili zato što još uvijek nije pronađena odgovarajuća hrvatska inačica.<sup>146</sup> Tako dakle, tekstopisci bi sve strane riječi trebali ukositi ili kad god je to moguće pronaći bolju hrvatsku inačicu ili svezu.

---

<sup>142</sup> *Ibidem.*, str. 205–206.

<sup>143</sup> *Loc. cit.*

<sup>144</sup> M. Samardžija, *op. cit.*, str. 57-59.

<sup>145</sup> *Hrvatski pravopis*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, 2013., str. 67.

<sup>146</sup> *Loc. cit.*

Između ostaloga, često se u novinarsko-publicističkome funkcionalnom stilu susrećemo s neprilagođenim engleskim riječima. Zadatak je jezične kulture pokušati posebno djelovati na taj stil. Naime, kako nam je već poznato, veliki je utjecaj ovoga stila na ostale stilove i neutralni standard. U hrvatskim se časopisima često pronalazi *hand made, luzer, set, brend, trend, stil, full, celebrity* i mnogi drugi. U navedenim primjerima možemo uvidjeti kako se najčešće preuzimaju engleske riječi ili sintagme koje nisu prilagođene hrvatskomu jeziku ili se provodi samo djelomična pravopisna prilagodba koja je najčešće više motivirana nedovoljnim poznavanjem engleskoga pravopisa nego željom za prilagodbom hrvatskomu sustavu, kako navodi A. Frančić i ostali.<sup>147</sup>

Naglasimo da se više ne pokušava pronaći odgovarajuća ili optimalna riječ na hrvatskome jeziku nego se sve što je englesko smatra bolje i otmjenije, što je krivo. Temeljni problem, koji naglašava A. Frančić i ostali, jest što i kada se pronađu odgovarajuće zamijene za engleske riječi one se teško primjenjuju u praksi, naročito u medijima.<sup>148</sup>

Također, problem stvaraju i nazivi koji u engleskome jeziku nastaju kao igra riječima, a oni se u hrvatski šire u poluprilagođenu ili neprilagođenu obliku. One, naime, u praksi služe kao tvorbena osnova za izvođenje novih riječi. Obično zamjene ne zažive u praksi jer su često višerječne te se tako ne mogu upotrijebiti kao osnova za tvorbu. A Frančić i ostali u knjizi *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku* navode primjer *spam*. Kako ta riječ nema značenje, teško ju je zamijeniti s nekom riječju osim višerječnim zamjenama, npr. *neželjena poruka*. U našem jeziku najčešće se pojavljuje u obliku posuđenice *spam, spaming, spamer, spamanje*.<sup>149</sup>

---

<sup>147</sup> *Ibidem*, str. 215.

<sup>148</sup> *Loc.cit.*

<sup>149</sup> *Ibidem*, str. 215–216.

Slijede primjeri iz istraživanoga korpusa.

(E) “Odaberi najbolji **styling** s modnom blogericom i osvoji 2000 kuna na Mastercard kartici!”

Prema *Velikome englesko/hrvatskom rječniku styling*<sup>150</sup> [ˈstailin] označava stil, stilsko oblikovanje, dok ga u *Rječniku stranih riječi* možemo pronaći kao pojam koji označava ukupnost odlika koje čine prepoznatljivim graditeljstvo, umjetnost, književnost itd. jednog vremena ili stvaraoca, zatim kao karakterističan način pisanja, izvođenja ili izražavanja te kao individualnost koja se očituje u ukusu i djelima neke osobe; riječ stil dolazi od latinske riječi *stilus*, što znači držak, pisaljka, način pisanja.<sup>151</sup>

(E) “Što uključuju najekstravagantniji predbračni ugovori **celebrity** parova?”

Riječ *celebrity*<sup>152</sup> [siˈlebrəti] na hrvatskome znači proslava, slavljenje, veličanje. Prema tome prijevodu mogli bismo umjesto *celebrity* upotrijebiti leksem *slavan* „Što uključuje najekstravagantniji predbračni ugovor slavni parova?”

(E) „Tijekom prvog dana, 10.listopada, od 17 do 23 sata, te u subotu 11.listopada od 10 – 23 sata, u samom središtu Zagreba, na Cvjetnom trgu, očekuje vas mnoštvo **lifestyle** događanja.“

„Riječ *lifestyle* u hrvatskome se jeziku upotrebljava i u mnogim drugim izrazima, npr. *lifestyle portal*, *lifestyle akademija*, *lifestyle magazin*. U svim je tim izrazima u hrvatskome standardnom jeziku riječ *lifestyle* bolje zamijeniti izrazom *životni stil*, pa tako govoriti o magazinu za *životni stil*, portalu za *životni stil*, akademiji za *životni stil*.“<sup>153</sup> U proučavanome korpusu nigdje nije pronađena preporučena inačica za *lifestyle*.

<sup>150</sup> prema Ž. Bujas, *Veliki englesko/hrvatski rječnik*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 2001., str. 874.

<sup>151</sup> prema V. Anić i I. Golstein, *op. cit.*, str.1215.

<sup>152</sup> *Ibidem.*, str 137.

<sup>153</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/rijec/lifestyle-magazin-gt-magazin-za-zivotni-stil/216/> (pristupljeno 2. rujna 2020.)

(E) „I ne zaboravite umjesto bluze odjenuti pulover koji će se odlično uklopiti u poslovni **look**.“

Prema *Englesko hrvatskom i hrvatsko engleskom džepnom rječniku za osnovnu školu* riječ *look*<sup>154</sup> [luk] znači gledati; izgledati. U *Rječniku neologizama* smo pronašli i pojam *cajka look* koji označava vizualni identitet koji se temelji na sličnosti s vizualnim identitetom pjevačica turbo-folk glazbe, zatim *Cher look* koji označava vizualni identitet koji se temelji na sličnosti s pjevačicom Cher te *dandy look* kao vizualni identitet koji se temelji na pomodarstvu.<sup>155</sup>

(E) “Unajmite savršeni **outfit!**”

Leksem *outfit*<sup>156</sup> [ˈaʊfɪt] znači oprema, opremiti te odjeća koja se nosi u nekoj određenoj prilici.<sup>157</sup> Mogli bismo umjesto „Unajmite savršeni *outfit!*“ reći „Unajmite savršenu *odjeću!*“

(E) „Uz Dalibora Petka koji je vodio cijeli **event**, pridružili su se i Antonija Šola, Martina Tomčić, Lana Klingor Mihić, Borna Kotromanić i ostali.”

„Engleska imenica *event* znači 'događaj', fenomen, posljedica, natjecanje'. Ta se riječ sve češće preuzima u hrvatski jezik. *Event* može biti svečanost, ceremonija, sportsko natjecanje, kongres, konferencija, izložba, festival ili zabava. Sva ta značenja u hrvatskome ima riječ događanje.“<sup>158</sup>

(E) „...osmišljen u suradnji s vodećim domaćim dizajnerima i 'borile' se za ulaznicu na **party** Story Hall of Fame.”

“Engleski leksem *party* označuje 'zabavu'. Stoga je hrvatskome standardnom jeziku umjesto anglizma *party* bolje upotrijebiti hrvatski izraz *zabava*.”<sup>159</sup>

---

<sup>154</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *Englesko hrvatski i hrvatsko engleski džepni rječnik za osnovnu školu*, Školska knjiga, Zagreb, 2009, str. 119.

<sup>155</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/category/> (pristupljeno 11. rujna 2020.)

<sup>156</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 614.

<sup>157</sup> [jezikoslovac.com](https://jezikoslovac.com/word/7yp4), dostupno na: <https://jezikoslovac.com/word/7yp4> (pristupljeno 17. rujna 2020.)

<sup>158</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/> (pristupljeno 16. kolovoza 2020.)

<sup>159</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/> (pristupljeno 2. rujna 2020.)



(B) „Odjednom smo počeli nositi tenisice i to ne samo na **casual** outfite, a hoodice su nam postale onaj omiljeni utješni komad u koji se volimo sakriti između ponedjeljka i petka provedenih u uredu.“

Prema Frančić, Hudeček i Mihaljević *casual*<sup>160</sup> označava ležerno, neformalno, sportsko odijevanje.

(B) „Uvrstite u svoju dnevnu rutinu njege proizvode s visokom koncentracijom antioksidanasa i aktivnih sastojaka koji ubrzavaju stanični **turnover**.“

Prema Velikome englesko-hrvatskom rječniku Željka Bujasa *turn-over*<sup>161</sup> [ˈtə:nəʊvə] označava promet; fluktuacija radne snage; *fig* preokret. Možemo uočiti kako se u primjeru iz časopisa *turn-over* piše bez spojnice što ga razlikuje od primjera iz rječnika. U ovome bismo primjeru *turn-over* mogli gledati figurativno, 'dakle visokom koncentracijom antioksidanasa i aktivnih sastojaka naše će stanice doživjeti preokret'.

(B) „Pull & Bear udružio snage s brendom Smiley i kreirao limitiranu **streetwear** capsule kolekciju.“

Riječ *limitirati*<sup>162</sup> pripada posuđenicama, a prema *Rječniku stranih riječi* (lat. limitare, engl. to limit) znači ograničiti, ograničavati, omeđivati; točno odrediti, propisati cijenu ili tečaj nekoj robi, osobito vrijednosnim papirima. Engleski leksem *street*<sup>163</sup> [stri:t] znači ulica, dok *wear*<sup>164</sup> [wɛə] označava nošnja, nošenje; odjeća; obuća; moda; izdržljivost, trajnost, kvaliteta. Dakle, prema primjeru iz časopisa mogli bismo govoriti o 'ograničenoj ulično-modnoj kolekciji'.

(B) „Kad je Kanye West u pitanju, spremni smo na sve, ali definitivno nismo očekivali da će njegov brend Yeezy udružili snage s američkim modnim gigantom, omiljenom destinacijom za **basic** i traper komade, markom Gap.“

Leksem *basic*<sup>165</sup> [ˈbeisik] prevodi se kao temeljni, osnovni.

---

<sup>160</sup> A. Frančić, L. Hudeček i M. Mihaljević, op. cit., str. 213.

<sup>161</sup> Ž. Bujas, op. cit., str. 939.

<sup>162</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, op. cit., str. 814.

<sup>163</sup> Ž. Bujas, op. cit., str. 869.

<sup>164</sup> Ž. Bujas, op. cit., str. 1001.

<sup>165</sup> Ž. Bujas, op. cit., str. 75.

(B) „Dizajn tekstila KLISAB sada neupitno potvrđuje za snagu brenda, pridodavši **tie dye** već prepoznatoj **patchwork** tehnici.“

*Tie-dyed*<sup>166</sup> ['taidaɪd] označava 'batik' bojen (majice, košulje, traperice).

Riječ *patchwork*<sup>167</sup> ['pæçwə:k] označava krparija, krpež, nešto skrpljeno od različitih dijelova; kolaž; *fig* šarenilo, dok smo u *Modnome rječniku* pronašli pojam *patchwork*<sup>168</sup> kao međusobno spajanje malenih dijelova različitih tkanina.

(B) „Zaljubljenicama u **animal print** za oko će zapeti mini suknja s krokodilskim uzorkom, dok će klasičarke odabrati midi varijantu, s kožnatom vrpcom u struku.“

Prema *Veliko englesko/hrvatskom rječniku* pronašli smo odvojene pojmove *animal* [æniməl] što označava životinju, živoga stvora, zatim životinjski, tjelesan te pojam *print* [print] što označava tisak; otisak; trag; tiskanje, tisak, štampa; bakrorez, drvorez, reprodukcija; pl grafika; text štampana tkanina kreton.<sup>169</sup> U *Modnome rječniku* traženu riječ pronalazimo kao jedan pojam *Animal print*<sup>170</sup> te označava tkanine s uzorcima i bojama koje imitiraju egzotičnu kožu ili krzno životinja poznate su već davnih tridesetih godina.

(B) „Tako je naše tržište postalo bogatije je za još jedan svjetski popularan tretman, a među prvima su ga, u estetskom i **anti-age** centru Nevia, isprobale domaće beauty insajderice kojima se brojne žene prepuštaju u ruke...“

„U engleskom se jeziku pridjevom *anti-ageing/anti-aging* (katkad zapisanim i kao *antiageing, antiaging*) označuje da je što namijenjeno ublažavaju znakova starenja. Taj se pridjev često upotrebljava i u hrvatskome, pa se govori o *anti-ageing* kremi, *anti-ageing/anti-aging* proizvodima itd. Umjesto *anti-ageing/anti-aging* i *anti-age* u tim je izrazima bolje upotrijebiti hrvatski izraz *protiv starenja*, pa govoriti o *kremi protiv*

---

<sup>166</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 912.

<sup>167</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 638.

<sup>168</sup> prema Modni rječnik, dostupno na: <http://trend-dizajn.blogspot.com/2015/04/modni-rijecnik.html> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>169</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 44.

Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 689.

<sup>170</sup> prema Modni rječnik, dostupno na: <http://trend-dizajn.blogspot.com/2015/04/modni-rijecnik.html> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

starenja, serumu protiv starenja, njezi protiv starenja.“<sup>171</sup> U proučavanome korpusu nismo pronašli preporučavanu hrvatsku inačicu za pridjev *anti-age*.

(B) „Lijepo i njegovano lice ostavlja snažan dojam i pruža samopouzdanje, a briga o koži, odgovarajući tretmani i proizvodi, apsolutni su **must have** svake rutine”

Riječ *must*<sup>172</sup> [mʌst] bi značila neophodan, obvezatan te riječ *have*<sup>173</sup> [hæv] imati, posjedovat; dobiti, postići; pojesti, popiti. Iz toga bismo mogli napisati u primjeru da su ‘odgovarajući tretmani i proizvodi, apsolutno neophodni/obvezni u svakoj rutini’.

(B) „Zlatne i srebrne maske apsolutni su hit u svijetu **beauty** tretmana, o čemu svjedoče fotografije slavnih influencerica na Instagramu.”

Leksem *beauty*<sup>174</sup> [ˈbju:ti] označava ljepotu, krasotu te bismo umjesto *beauty tretmana*, mogli upotrijebiti *tretman za ljepotu*.

(C) „Bilo da je to detoksikacija, intenzivna hidratacija, revitalizacija, uklanjanje mrtvih stanica, učvršćivanje, **lifting** ili jednostavno opuštanje.”

*Lifting* je postupak pomlađivanja lica kojim se postiže kako bi nešto izgledalo mlađe i bolje,<sup>175</sup> najčešće se kikirurški zateže naborana ili opuštena koža lica<sup>176</sup> te bismo mogli umjesto *lifting* u primjeru napisati *pomlađivanje lica*.

(C) „Izvedenica riječi “**multi-tasking**” i “**mask**” taktika je njege kože koja uključuje korištenje više maski u rutini njege.”

“U engleskome je jeziku riječ *multitasking* imenica značenja ‘sposobnost istodobnoga obavljanja više poslova ili zadataka’. Često se upotrebljava u pridjevnoj funkciji u značenju ‘koji može istodobno obavljati više poslova ili zadataka’. U hrvatskome se jeziku riječ *multitasking* najčešće upotrebljava kao samostalna imenica, npr. *medijski multitasking*, a ta se imenica u svezi s različitim imenicama često

---

<sup>171</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/> (pristupljeno 16. kolovoza 2020.)

<sup>172</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 573.

<sup>173</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 397.

<sup>174</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *Englesko hrvatski i hrvatsko engleski džepni rječnik za osnovnu školu*, Zagreb, 2009, str. 22.

<sup>175</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=face+lift> (pristupljeno 17. rujna 2020.)

<sup>176</sup> staznaci.com, dostupno na: <http://staznaci.com/lifting> (pristupljeno 17. rujna 2020.)

upotrebljava i u pridjevnoj funkciji, npr. *multitasking test*, *multitasking ovisnik*. Riječ *multitasking* često se upotrebljava i u informatici i označuje svojstvo operativnoga sustava koje omogućuje da korisnik obavlja nekoliko zadataka istodobno. Umjesto engleske riječi *multitasking* bolje je upotrijebiti hrvatsku riječ *višezadačnost*, pa govoriti o *medijskoj višezadačnosti*, *višezadačnosti* kao svojstvu operativnoga sustava, odnosno o *ovisniku o višezadačnosti*, *testu višezadačnosti* itd.”<sup>177</sup>

Leksem *mask*<sup>178</sup> [ma:sk] znači maska; krabulja, krinka, obrazina; lice (životinje); zaštitna maska.

(C) „Ništa manje šarmantni nisu ni njihovi dvodijelni modeli, a različite vrste košarica, od **push-up** modela, trokutića pa sve do sportskih varijanti nude široku lepezu izbora prigodnu svakoj građi tijela i osobnim preferencijama.”

Prema rječniku *push*<sup>179</sup> [puš] označava guranje, gurnuće; energija, prodornost; dok *push-up*<sup>180</sup> [pušʌp] sklek. Primjer zapravo označava spužvasti umetak u grudnjaku koji podiže grudi.

(C) „Kad joj je tajnica rekla da prvo mora sejvat, pa **attachat**, pa poslat **mail**, zajedno su odlučile da je ipak bolje da se sve odradi uživo.“

„Engleska riječ *attachment* znači 'pripojenje, pričvršćenje, pridodavanje, privjesak, privrženost, ljubav, zapljena, dodatni uređaj, priključak'. U hrvatskom se jeziku upotrebljava samo u neprilagođenu liku (*attachement*) i samo u značenju 'dodatak uz e-poruku'. U tome se značenju zamjenjuje s nazivima dodatak i privitak. Budući da je naziv privitak u tome značenju jednoznačniji i mnogo češći od naziva dodatak, preporučujemo njegovu uporabu u hrvatskome standardnom jeziku.“<sup>181</sup>

„Engleski naziv *e-mail* tvoren je od predmetka *e-*, koji je nastao kraćenjem pridjeva *electronic*, i imenice *mail*, koja znači 'pošta'. Naziv *e-mail* u engleskome ima dva temeljna značenja 'sustav za prijenos poruka s pomoću računala ili terminala spojenih na neku komunikacijsku mrežu' i 'poruka koja se prenosi tim sustavom'. U

<sup>177</sup> Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/> (pristupljeno 16. kolovoza 2020.)

<sup>178</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 537.

<sup>179</sup> *Ibidem.*, str. 707.

<sup>180</sup> *Ibidem.*, str. 707.

<sup>181</sup> prema Bolje je hrv. (pristupljeno 17. kolovoza 2020.)

hrvatskome se jeziku upotrebljava tuđica *e-mail* (ili samo *mail/mejl*) i domaći nazivi *e-pošta, elektronička pošta, e-poruka, elektronička poruka*. (Umjesto pridjeva *elektronički* često se pogrešno upotrebljava i pridjev *elektronski*.) Katkad naziv *e-mail* (ili *mail*) u hrvatskome označuje i adresu e-pošte, tj. *e-adresu*. Stoga u hrvatskome standardnom jeziku treba, ovisno o značenju, naziv *e-mail* zamijeniti nazivima *e-pošta, e-poruka* ili *e-adresa*, npr.: *Uveli smo e-mail.* > *Uveli smo e-poštu.*; *Dobio sam e-mail.* > *Dobio sam e-poruku.*; *Zapisat ću tvoj e-mail.* > *Zapisat ću tvoju e-adresu.*<sup>182</sup> Matičin pravopis navodi kako neke strane opće imenice nisu popuno usvojene i često se rabe grafijski neprilagođene kao *mail* te navodi kako bi se pri uporabi stranih riječi, kad god je to moguće, odnosno kad se ne narušava obavijest, preporučilo grafijsko prilagođavanje, dakle pisanje u transkribiranome obliku, tako bismo umjesto *mail* pisali *mejl*.<sup>183</sup>

(C) „No, njezini **followeri** već imaju teorije zavjere, tvrde da je “nešto radila s facom”, a ovaj puta i mi zajedno s njima—imamo “**feeling**” da je Khloe doista “nešto radila.”

Leksem *follower*<sup>184</sup> [ˈfɔləʊə] označava nekog koji nekoga slijedi; sljedbenik, pristaša; progonitelj; oponašalac; obožavatelj, leksem *feeling*<sup>185</sup> [ˈfi:liŋ] znači osjećaj. U primjeru bismo mogli umjesto leksema *followeri* mogli upotrijebiti leksem *pratitelji*, a umjesto *feeling* leksem *osjećaj*, dakle „No, njezini *pratitelji* već imaju teorije zavjere, tvrde da je “nešto radila s facom”, a ovaj puta i mi zajedno s njima—imamo “*osjećaj*” da je Khloe doista “nešto radila”.“

(C) „Vjerujemo da nitko od vas nema ovu lošu naviku, ali sigurni smo da vam se barem jednom u životu desilo da jednostavno nemate snage, ili vremena, skinuti **make-up**<sup>186</sup> s lica prije nego se uvučete u krpe.”

Riječ *make-up* [ˈmeikʌp] označava sastav, ustrojstvo, građa, struktura, izrada; kostim i šminka glumca; šminka; srž, bit, prema Anić-Goldsteinovom rječniku šminka je

<sup>182</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/rijec/e-mail-gt-e-posta-e-poruka-e-adresa/33/> (pristupljeno 11. rujna 2020.)

<sup>183</sup> L. Badurina i et. al, *Hrvatski pravopis*, Matica hrvatska, Zagreb, 2008., str. 217.

<sup>184</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 330.

<sup>185</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *op. cit.*, str. 77.

<sup>186</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 528.

sredstvo za uljepšavanje lica i sredstvo za uređivanje lika glumca prema ulozi, zatim odjel u kazalištu, filmskim studijima i sl. koji brine o izgledu osobe koja nastupa te *žarg.* ono što je usmjereno na vanjski učinak, izazivanje površnih efekata; vanjština bez sadržaja; *njem.* Schminke.<sup>187</sup> Možemo uočiti kako u hrvatskome jeziku *šminka* ima najčešće jedno, odnosno suženo značenje te se prvenstveno odnosi na uljepšavanje lica. Što se tiče pisanja riječi *make-up*, možemo uočiti kolebanja među novinarima jer se još nekolicina ne može odlučiti hoće li *make-up* pisati sa spojnicom ili bez nje.

(C) „ZASPALA S **FULL-MAKE-UPOM**“

Riječ *full*<sup>188</sup> [ful] označava pun. Budući da *make-up* označava šminku, mogli bismo reći kako je „zaspala sa šminkom“.

(C) „Vitamin C koji nalazimo u Eucerinovu Hyaluron-Filler Vitamin C **boosteru** iz raznoraznih citrusa ...“

Leksem *booster*<sup>189</sup> [ˈbuːstə] označava pojačalo; dopunska doza koja obnavlja (pojačava) raniji imunitet ili djelovanje nekoga lijeka ili cjepiva.<sup>190</sup> Boosteri su novi kozmetički dodaci u njezi kože koji prodiru dublje od seruma i imaju veću koncentraciju aktivnih sastojaka te mnogo brže vidimo njihov učinak.<sup>191</sup> Dakle, umjesto *booster* mogli bismo reći „Vitamin C koji nalazimo u Eucerinovu Hyaluron-Filler Vitamin C *pojačivač* iz raznoraznih citrusa ...“

(C) „5 **celebrity** beauty brendova koji se isplate“

Leksem *celebrity*<sup>192</sup> [siˈlebrɛti] označava glasovitost; slavna osoba, ličnost. Umjesto *celebrity* mogli bismo upotrijebiti svezu *slavne ličnosti*, a umjesto *brend* upotrijebiti svezu *robna marka*, dakle „5 *modnih robnih marki slavnih ličnosti* koji se isplate“.

<sup>187</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op.cit.*, str. 1249.

<sup>188</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *op. cit.*, str.85.

<sup>189</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 102.

<sup>190</sup> jezikoslovac.com, dostupno na:

[https://jezikoslovac.com/word/pf8e?fbclid=IwAR2N1utVvpHSmgwGuc\\_7Rv3epDm4HAicMPGsuKw-bL0nhdf0v2jNnil8g8](https://jezikoslovac.com/word/pf8e?fbclid=IwAR2N1utVvpHSmgwGuc_7Rv3epDm4HAicMPGsuKw-bL0nhdf0v2jNnil8g8) (pristupljeno 17. rujna 2020.)

<sup>191</sup> super1.telegram.hr, dostupno na: [https://super1.telegram.hr/look/napokon-naucite-sto-je-booster-a-sto-serum-i-kako-ih-koristiti-koza-ce-vam-bit-i-zahvalna/?fbclid=IwAR3al0TDPZ7JI5U5I9ORD-XI4mjUHivgUAqUL2\\_hnyHND06U4V6Uu5cBYQY](https://super1.telegram.hr/look/napokon-naucite-sto-je-booster-a-sto-serum-i-kako-ih-koristiti-koza-ce-vam-bit-i-zahvalna/?fbclid=IwAR3al0TDPZ7JI5U5I9ORD-XI4mjUHivgUAqUL2_hnyHND06U4V6Uu5cBYQY) (pristupljeno 17. rujna 2020.)

<sup>192</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 137.

(S) „Kako je došlo do odluke da započnete vlastiti **podcast**?“

Pojam *podcast*<sup>193</sup> su digitalne audio ili video datoteke koje može snimiti bilo tko ako poželi, a mi ih potom slušamo, odnosno gledamo na internetu.

(S) „**Twinning outfit** su podigli na novi level, a to nije jedina prilika u kojoj su to dokazali.“

Riječ *twin*<sup>194</sup> [twin] znači blizanac; dvojni; združiti, spariti, udvojiti. U primjeru se zapravo govori o opremi koja jednako izgleda.

(S) „Poznato je kako sestre Kardashian koriste **contouring** tehnike sjenčanja i šminkanja lica.“

Leksem *contour*<sup>195</sup> [ˈkɔntuə] znači obris, kontura te dolazi od *njem. Kontur* < *fr. contour* < *tal. contornoobris*; nekog predmeta ili čega drugoga što se vidi ili nazire bez oštro izraženih krajeva ili bridova.<sup>196</sup> *Contouring* ili konturiranje je tehnika naglašavanja crta lica ili tijela, odnosno strukture kostiju uz pomoć šminke.<sup>197</sup> Umjesto leksema *contouring* mogli bismo jednostavnije grafijski prilagoditi taj leksem, dakle pisati ga u transkribiranome obliku *konturing*.

(S) „odlučili smo pripremiti Storyjev specijal '**shopping** nadohvat ruke'...“

„U engleskome jeziku imenica *shopping* znači *kupovanje; kupnja*. U istome se značenju upotrebljava i u hrvatskome, u kojemu se upotrebljava u izvornome liku, ali i u fonetiziranom liku *šoping*. U hrvatskome standardnom jeziku umjesto imenice

---

<sup>193</sup> prema HRT magazin, dostupno na: <https://www.hrt.hr/281704/magazin/znete-li-sto-je-to-podcast> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>194</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 940–941.

<sup>195</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 181.

<sup>196</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>197</sup> tportal.hr, dostupno na: [https://www.tportal.hr/lifestyle/clanak/znete-li-sto-zapravo-znace-statement-nakit-lagom-contouring-ili-vintage-stil-20170120/print?fbclid=IwAR1tmOZ8MqX\\_d1Clm94Nlb7cvuCQUUriJckqwDlctOxAqNYJuUBosSkxMo](https://www.tportal.hr/lifestyle/clanak/znete-li-sto-zapravo-znace-statement-nakit-lagom-contouring-ili-vintage-stil-20170120/print?fbclid=IwAR1tmOZ8MqX_d1Clm94Nlb7cvuCQUUriJckqwDlctOxAqNYJuUBosSkxMo) (pristupljeno 17. rujna 2020.)

shopping/šoping bolje je upotrijebiti standardnojezičnu riječ *kupovanje* (ako se označuje proces) ili *kupnja* (ako se označuje cilj).“<sup>198</sup>

(S) “dok je fokus ove oaze pristupačnog luksuza ostao na kolekcijama **fashion** satova i nakita koji osvajaju pozornost na prvi pogled.“

Leksem *fashion*<sup>199</sup> [ˈfæʃən] označava stil, modu. U Rječniku neologizama smo pronašli još nekoliko pojmova koji su nastali od riječi *fashion*. *Fashionistica*, dizajnerica visoke mode; sljedbenica modnih trendova te *fashionista*, dizajner visoke mode; sljedbenik modnih trendova.<sup>200</sup>

(F) „S druge strane, nisu isključene niti **casual** varijante...“

Leksem *casual*<sup>201</sup> [kæʒuəl] znači slučajan; prigodan; povremen; usputni; nemaran; ležeran; komotan; nenametljiv; svakodnevan, sportski, ne svečan. Umjesto leksema *casual* mogli bismo upotrijebiti leksem *svakodnevan*.

(S) „...prigodnim popustom od 10 % na sve parfeme u ponudi, a za vas smo izdvojili neke **favorite**.“

*Favorit*<sup>202</sup> prema engl. *favourite* [ˈfeivərit] najmiliji; ljubimac. Umjesto leksema *favorit*, mogli bismo u primjer uvrstiti leksem *najbolje* „...prigodnim popustom od 10 % na sve platforme u ponudi, a za vas smo izdvojili neke najbolje.“

(F) „...uključuje neobavezan **T-shirt** ili **crop top** koji će naglasiti senzualnost, ali i lagodnost cijele kombinacije.“

Leksem *T-shirt*<sup>203</sup> [ˈti:ʃət] označava majicu s kratkim rukavima, dok je *crop top*<sup>204</sup> naziv za kratko “sječeni” top koji otkriva pupak, a nerijetko doseže i samo do ispod linije grudi.

---

<sup>198</sup> prema Bolje je hrvatski (pristupljeno 17. kolovoza 2020.)

<sup>199</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *op. cit.*, str. 75.

<sup>200</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=fashion> (pristupljeno 11. rujna 2020.)

<sup>201</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 135.

<sup>202</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *op. cit.*, str. 76.

<sup>203</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *op. cit.*, str. 220



(F) „već naprotiv postići divan make up koji će krasiti dugotrajnost i prirodan postojan **glow**.“

Leksem *glow*<sup>205</sup> [gləu] označava žar, užarenost; rumenilo; ushit; žestina, jarost; svježina. Umjesto leksema *glow* mogli bismo reći *sjaj* “već naprotiv postići divan make up koji će krasiti dugotrajnost i prirodan *sjaj*.”

(F) „Ništa drugačije nije niti kada je **skincare** i make up rutina u pitanju, pa tako izbjegavamo svoje lice opterećivati teškim teksturama kako bi koža mogla disati.“

Leksem *skin*<sup>206</sup> [skin] označava kožu; krzno; lupina; ljuska; ovitak, crijevo (za kobasice); kožica, dok leksem *care*<sup>207</sup> [kæə] brigu, pomnju, pažnju; obzir; oprez; psaka; skrb; dužnost; zabrinutost; nastojanje; njegu. Dakle, složenicu *skincare* bismo mogli zamijeniti hrvatskom inačicom te umjesto *skincare* napisati *njega kože*.

(F) „U nastavku smo izdvojili nekoliko favorita, a koji će sjajno funkcionirati u svim dijelovima dana, od sportskih, casual prilika, pa sve do **chic** kombinacija!”

U *Rječniku neologizama* smo pronašli pojam *chic*<sup>208</sup> [ʃi:k] koji se odnosi na otmjenost i eleganciju unutar nekog modnog izričaja, *Chic* je riječ koja se pridodaje trendovima inspiriranim odjećom koja je sastavni dio garderobe određenih pojedinaca.

U *Velikome rječniku hrvatskoga jezika* smo pronašli leksem *šik* koji ima značenje smisao za dopadljivo i skladno u odijevanju i u općem dojmu vanjštine te drugo značenje s ukusom, dopadljivo, skladno, elegantno, tako da ima šika.<sup>209</sup>

(F) „Što se tiče dnevnih kombinacija, ova divna zelena torbica odlično pristaje **jeansu**, neobaveznim majicama ili topovima, a naravno, nisu isključene niti **oversized** maxi haljine.“

---

<sup>204</sup> prema Modni rečnik: Crop top, dostupno na: <https://wannabemagazine.com/modni-recnik-crop-top/> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>205</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 365.

<sup>206</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 822.

<sup>207</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 130.

<sup>208</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=chic> (pristupljeno 8. rujna 2020.)

<sup>209</sup> V. Anić, *op. cit.*, str. 1533.

Riječ *jeans*<sup>210</sup> ['dʒi:nz] znači traperice, hlače, a riječ *oversize*<sup>211</sup> ['əʊvəsaiz] znači prevelik (za jedan ili više brojeva); specijalne veličine (za vrlo krupne osobe).

(F) „U ponudi trenutno možete pronaći posebne ljetne vibrantne nijanse kao što su **pink**, žuta ili plava, no naravno neće ostati zakinuti niti oni koje vole nešto suptilniji kolorit.“

Prema *pink-colour*<sup>212</sup> (engl.) karanfilasta boja, crvena porculanska boja, mineralni lak. Leksem pripada tuđoj riječi koja se ne sklanja.

Za sve strane riječi ne postoji dovoljno dobra istoznačnica te je ponekad potrebno prevoditi opisno, ali tada treba dati prednost domaćoj pred stranoj riječi. Kod jezika, kao što je engleski, koji je popularniji i prestižniji, težnja prilagođavanja sustavu jezika primatelja je manja te se to osobito vidi i u primjerima i obilježju izvorne grafije i neprilagođavanju hrvatskomu sustavu.

U časopisima poput *Ellea*, *Cosmopolitana*, *Storyja* itd. možemo pronaći pregršt naslova kolumni u kojima je naslov strana riječ, npr. „Insta live chat s Jelenom Rozgom“, „Butterfly naušnice za glamurozan ili bajkoviti look?“, „Must-visit destinacija za najbolji shopping!“ koje potiču čitatelje na njihovo korištenje.

S obzirom na takvu učestalost neprilagođenih riječi u medijima, možemo pitati smatramo li da su govornici hrvatskoga jezika krivi kad svjesno rabe nazive stranoga podrijetla, s obzirom na to da su im svakodnevno ponuđeni u medijima?<sup>213</sup>

Trebali bismo ukazati i na kolebanja što se tiče pisanja pojedinih stranih riječi i između prilagođenih posuđenica te ćemo ukazati na primjere poput: *make up/make-up*, *sexy/seksi*, *glamour/glamur*, *shopping/šoping*, *brand/brend*, *trendy/trendi*, *feeling/filing*, *styling/stajling* itd. Zbog supostojanja obaju oblika ukazuje se na nestabilnost na ortografskoj razini što se tiče zadržavanja izvorne engleske grafije i prilagodbe

---

<sup>210</sup> B. Brozović i O. Gerčan, *op. cit.*, str. 108.

<sup>211</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 623.

<sup>212</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str 1094.

<sup>213</sup> M. Foro, *op. cit.*, str. 158.

hrvatskomu jezičnom sustavu te i na autoritarnost koju ima engleski jezik nad hrvatskim jezikom.<sup>214</sup>

#### 4.6.5. Tuđice

Frančić, Hudeček i Mihaljević definiraju tuđice kao „posuđenice koje su pravopisno prilagođene hrvatskomu glasovnom sustavu, ali zadržavaju neka svojstva izvornog jezika nesvojstvena hrvatskomu jeziku.“<sup>215</sup>

Već smo naglasili kako se riječi koje odudaraju od glasovnoga sastava hrvatskoga jezika pišu kosim slovima, međutim ako riječi ne odudaraju od glasovnoga sastava hrvatskoga jezika nećemo ih pisati ukošeno te ih smatramo posuđenicom. To možemo uočiti i u navedenim primjerima iz časopisa.

Slijede primjeri tuđica iz modnih časopisa.

(E) „Sudeći po cijeni, radi se o luksuznom **ultimativnom asesoaru** koji će si moći priuštiti ...“

*Ultimativan*<sup>216</sup> (lat. *ulzimativus*) koji ima oblik ili prirodu ultimatum.

“U francuskom se jeziku nazivom *accessoires de mode* označuju modni dodatci. U hrvatski se preuzima riječ *accessoire* u neprilagođenom liku *accessoire*, a katkad se prilagođuje i u *asesoar*. U hrvatskome je standardnom jeziku umjesto *accessoire* i *asesoar* bolje upotrebljavati (*modni*) *dodatak/detalj* u prvome značenju i pribor ili oprema u drugome značenju”<sup>217</sup>

(E) „Vegeta je uvelike obilježila agencijski **dizajn** i dizajn ambalaže u drugoj polovici 20. stoljeća, pa sve do danas...“

---

<sup>214</sup> *Loc. cit.*

<sup>215</sup> A. Frančić, L. Hudeček, M. Mihaljević, *op. cit.*, str. 210.

<sup>216</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 1444.

<sup>217</sup> prema Bolje je hrvatski (dostupno na: <http://bolje.hr/>) (pristupljeno 16. kolovoza 2020.)

*Dizajn*<sup>218</sup> engl. (design)<sup>219</sup> > desen, franc. (dessin) crtež, šara, uzorak, 'mustra' dizajn<sup>220</sup> znači crtež, nacrt, dezen posebne primijenjene namjene za izradu kakvih proizvoda, opremu knjige, odjevnih predmeta itd. industrijsko oblikovanje te dizajniranje, engl. design; lat. designare: označiti.

(E) „Na sebe je odjenula vrlo trendi kožni **mantil**, retro kroja s uzorkom krokodilske kože.“

*Mantil*<sup>221</sup> lat. *mantellum* > tal. > njem., muški dugački kaput koji se nosi za hladna vremena.

(E) „Dizajner je reinterpreterao tri klasična modela poigravši se s različitim materijalima uključujući **filc**, konjsku dlaku i finu kožu.“

*Filc*<sup>222</sup> njem. *der Filz* – pust, klobučina: netkanina tekstilna tvorevina koju karakterizira zamršenost svih konstitucijskih vlakana, životinjske dlake i vune,

(E) “Pronašli smo najljepše **heklane** kupaće kostime iz aktualne ponude“

Heklanje, njem. *Hakeln* = kačkanje, kukičanje.<sup>223</sup>

(E) „Naoštrila je sve olovke, pobacala proizvode kojima je nekoliko puta istekao rok trajanja i nabavila je novi **neseser**.“

Prema franc. *necessaire*,<sup>224</sup> kovčežić za putovanje sa sitnicama koje su ženi (ili muškarcu) potrebne za uređenje vanjštine te za šivanje u prvoj potrebi.

(E) „Rihanna je otkrila novu liniju **mat** ruževa unutar svog brenda Fenty Beauty“

Prema franc. *mat*<sup>225</sup> zagasite, tupe, besjajne boje. Leksem pripada tuđicama koji se ne sklanja.

---

<sup>218</sup> B. Klaić, *op. cit.*, str. 283. i 313.

<sup>219</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 316.

<sup>220</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 319.

<sup>221</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 216.

<sup>222</sup> *Ibidem.*, str. 73.

<sup>223</sup> *Ibidem.*, str. 212.

<sup>224</sup> *Ibidem.*, str. 91.

<sup>225</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 91.

(B) „...orijentaciju na kvalitetu i povijest konzistentnog djelovanja bez obzira na **trendove**, ali opet ih ni ne zanemarujući.“

*Trend* (nom. mn trendovi) znači opća sklonost, tendencija prema čemu, zatim smjer razvoja.<sup>226</sup>

(B) „**Rajf** je odjednom mogao poslužiti kao savršena nadopuna cijelom stajlingu, a modeli su, istovremeno, postajali sve raznolikiji.“

*Rajf*<sup>227</sup> njem. *Reif*, ukras u ženskoj kosi u obliku čvrstog kotura, sprečava padanje kose na oči.

(B) „Njezina želja za dekoriranjem haljina, bluzi i suknji vidljiva je baš na svakom modelu kojeg krasi sitni volani, **mašne** i uzorak, najčešće onaj cvjetni.“

*Mašna*<sup>228</sup> njem. *die Masche*, petlja, uzao; traka, uska kravata zavezana u petlju koja se razuzlava kada se potegne za jedan kraj.

(B) „Mnoge ideje o tome kako se **šoping** promijenio s izumom novih tehnologija samo su mitovi - do toga su zaključka došli Jeremy Sporn i Stephanie Tuttle.“

Naveli smo kako imenica *shopping* u engleskome jeziku znači kupovanje ili kupnju, a umjesto engleske riječi bolja je standardnojezična riječ *kupovanje*.

Matičin pravopis navodi da se pri uporabi stranih riječi preporučuje njihovo grafijsko prilagođavanje, dakle *šoping*,<sup>229</sup> s obzirom na to da se i tako navodi u primjeru, možemo ju ubrojiti u ovu kategoriju.

(B) „Dvoje Amerikanaca, za potrebe svoje studije, objavljene u Harvard Business Reviewu, **intervjuirali** su više od 1500 buyera, a prema podacima koje su dobili iz razgovora s njima došli su do ovih zaključaka.“

---

<sup>226</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 1338.

<sup>227</sup> prema Hrvatski jezični portal (pristupljeno 19. kolovoza 2020.)

<sup>228</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 75,

<sup>229</sup> L. Badurina i at. al., *op. cit.*, str. 217.

Prema Anićeđu, Klaićeđu i Domovićeu *Rječniku stranih riječi intervju*<sup>230</sup> je (engl. *interview*) razgovor, ispitivanje; osobito: razgovor između novinara i kakve poznate osobe iz javnog života; razgovarati s nekom osobom radi ispitivanja njezinog mišljenja.

Anić i Goldstein definiraju intervju<sup>231</sup> kao razgovor namijenjen sredstvima javnog informiranja, zatim razgovor u okviru ankete, istraživanja javnog mišljenja ili znanstvenog istraživanja te razgovor sa svrhom upoznavanja neke osobe (zbog dobivanja posla, stipendije i sl.); *engl. interview*

Prema Klaićeđu rječniku intervju,<sup>232</sup> engl. (interview) je sastanak, razgovor; osobito za štampu, radio, televiziju, uopće za sredstva masovnog komuniciranja, namijenjen razgovor novinara s političkim, društvenim ili drugim kojim javnim radnikom.

(B) „Haljine koje podsjećaju na "produžene" **blejzere** već su neko vrijeme poprilično trendi, a čini se da ćemo ih voljeti i predstojeće tople sezone.“

*Blejzer*<sup>233</sup> *engl. blazer, lagani, ljetni, nepodstavljeni kratki kaput.*

(C) „Piling za dobar **filing!**“

Prema engl. feeling; osjećaj, dojam.<sup>234</sup>

(C) „...već i o jednoj drugoj zanimljivoj temi, a to su **primeri**, iliti podloge koje mnogi nanose prije nego nanesu tekući puder.“

Riječ *prime*<sup>235</sup> [praim] znači prvi, temeljan; prvorazredan. *Primer* ili baza za šminku koristi se kako bismo pripremili kožu lica za nanošenje tekuće podloge. Baza će poravnati i zagladiti teksturu kože te omogućiti da šminka što bolje 'sjedne' i da što dulje traje. Jednako kao baz za sjenilo ili baza za ruž.<sup>236</sup> Umjesto tuđice *primer*, mogli bismo upotrijebiti bolju inačicu *baza*.

---

<sup>230</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str 618.

<sup>231</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 613.

<sup>232</sup> B. Klaić, *op. cit.*, str. 604.

<sup>233</sup> *Ibidem.*, str. 100.

<sup>234</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=feeling> (pristupljeno 11. rujna 2020.)

<sup>235</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 688.

<sup>236</sup> femina.hr, dostupno na: [https://www.femina.hr/clanak/index/r/2/c/2668/se/ljepota\\_sto-je--primer--i-kako-se-koristi-?fbclid=IwAR3BLeBgTy4lZeTRuwLxte7PlsYl69wt05UcV4eNGYdltmLRDFEo3EK54kl](https://www.femina.hr/clanak/index/r/2/c/2668/se/ljepota_sto-je--primer--i-kako-se-koristi-?fbclid=IwAR3BLeBgTy4lZeTRuwLxte7PlsYl69wt05UcV4eNGYdltmLRDFEo3EK54kl) (pristupljeno: 17. rujna 2020.)

(C) „Crveni, ružičasti, **bordo**... ruževi dolaze u svim bojama, a zahvaljujući zanimljivim marketinškim idejama, i u svim oblicima, ali jeste li se ikada zapitali kada su se djevojke prvi put njime uljepšavale?“

Prema franc. *bordeaux*<sup>237</sup> tamnocrvena boja istoimenog vina i grad na jugu Francuske u čijoj se okolini dobiva vino te boje. Ovaj leksem pripada tuđicama te se ne sklanja.

(C) „Mi smo, naravno, pošteđeni tog pitanja čim vidimo ove divne **lila** salonke od mikrovlakna s blok petom od 7,8 cm.“

Prema fr. *lilas*<sup>238</sup> šp., eng. *lilac*, tur. *leilak*; bot. jorgovan; boja jorgovana, tj. svijetla plavorumenkasta boja.

(S) „**Bež** baloneri, ili pak oni u jarkim kolorima, na vama je da odlučite.“

Prema franc. *beige*<sup>239</sup> neodređene, prirodne vunene boje. Leksem koji se ne sklanja.

(S) „...sadrži divne bijele kapute koji se prelijevaju preko **drap** do smeđih tonova, obiluje vrhunskim konstrukcijskim krojevima i izvrsnim materijalima.“

Drap<sup>240</sup> franc. *dra*, otporna i izdržljiva vunena tkanina, francuski naziv za vunene tkanine općenito; oznaka za svijetlo pješčanu boju.

(S) „Također, jedan od trendova je i 'oversized' **sako**.“

*Sako*<sup>241</sup> tal. *sacco*, kratki /muški/ kaput skrojen s hlačama ili bez njih od istovrsne tkanine.

(S) „...crnu midi suknju protkanu zlatni svjetlucavim nitima, koja stoji 2,045 \$, pripadajući crno-zlatni **kardigan** čija je cijena 1,895 \$ i crni remen s istim potpisom u vrijednosti 765 \$.“

---

<sup>237</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 88.

<sup>238</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 813.

<sup>239</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 88.

<sup>240</sup> *Ibidem.*, str. 207.

<sup>241</sup> *Ibidem.*, str. 99.

*Kardigan*<sup>242</sup> eng. *cardigan*, engleski naziv za prsluk s dugim rukavima, džepovima i dugmetima na grudima.

(S) „Mali **dekolte** postao je koketni detalj stajlinga zvijezde ...“

*Dekolte*<sup>243</sup> franc. *decoletté*, otvori ispod vrata iznad haljine ili bluze.

(S) „...Michelle je pokazala i prije nekoliko dana kada je oduševila obožavatelje u **pulover** koji je na sebi imao trenutno jedan od najpopularnijih uzoraka sezone.“

*Pulover*<sup>244</sup> engl. *pullover*, pletena vunena natkošulja dugih rukava koja se navlači preko glave uzdignutih ruku.

(S) „Imate specifičan look, točnije **rokerski** izričaj koji gajite već godinama?“

*Rokerski*<sup>245</sup> koji se odnosi na rokere; *Rock and roll*,<sup>246</sup> amer. engl. (dosl.) ljuljanje i valjanje – vođenje ljubavi u američkom slangu ranih 1950-ih; stil popularne glazbe nastao ranih 1950-ih u SAD-u križanjem raznih glazbenih pravaca (crnačkog *rhythm and bluesa* i *bluesa* te bjelačkog *countryja*); glazbeni izraz kasnijih ortodoksnih sljedbenika tog pravca; ples na glazbu ranih rokera kao derivat plesnih figura swinga i jumpin' jivea s elementima tribalnoga i akrobatskoga.

(S) „Haljine jednostavnog kroja dizajnerica je upotpunila detaljima od čipke kao **bordura** na nude tilu koji se pojavljuje u ulozi simboličnog vela.“

*Bordura*<sup>247</sup> franc. *bordure*, porub, obrub.

---

<sup>242</sup> *Ibidem.*, str. 101.

<sup>243</sup> *Ibidem.*, str. 89.

<sup>244</sup> *Ibidem.*, str. 101.

<sup>245</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>246</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>247</sup> *Ibidem.*, str. 88.



(F) „Rana jesen savršena je upravo za nošenje **mokasina**, a ako su one pritom i u bordo nijansi, tada imate idealnu jesensku cipelu koja pristaje na pregršt različitih outfita.“

*Mokasina, mokasinka*<sup>248</sup> engl. *moccasin*, vrsta lagane ljetne obuće.

(F) „**Tartan** pletivo, kišne kabanice i baloneri s jedne strane, a šilterice i hoodie majice s druge.“

Tartan<sup>249</sup> engl. vrsta vunene tkanine s prugama koje čine četvorinaste uzorke /škotski uzorci/.

(F) „Prilikom dnevnih casual kombinacija ono s čime ne možete pogriješiti su lepršave suknje i kratke hlače, a prilikom onih večernjih slobodno odjenite mini suknju te popularni jeans **šorc**“

Šorc<sup>250</sup> engl. *shorts*, kratke hlače, za sport, plažu i planinarenje.

(F) „Svakako bi uložila u jedno lijepo odijelo, **smoking**, klasično ili pak u nekoj jarkoj boji.“

*Smoking*<sup>251</sup> engl. (u SAD-u: *tuxedo*), večernje crno odijelo.

(F) „Nadalje, što se tiče materijala, uzoraka i tekstura, slobodno pustite mašti na volju se te odlučite za **tvid**, točkice, prugice ili pak pamučne materijale.“

*Tvid*<sup>252</sup> engl. *tweed*, vunena tkanina izatkana unakrsnim načinom tkanja i neodređenih boja i uzoraka.

(F) „Nekoć prepoznatljiv simbol zimskog doba i **flanel** košulja, posljednjih je nekoliko sezona itekako rado viđen dezen čitavu godinu.“

*Flanel*<sup>253</sup> engl. *flannel*, skupina tkanina koje su na licu vunasta izgleda i opipa, a dosta rijetke (u hrvatski je naziv ušao iz njemačkoga).

---

<sup>248</sup> *Ibidem.*, str. 101.

<sup>249</sup> V. Štimac, *op. cit.*, str. 101.

<sup>250</sup> *Loc.cit.*

<sup>251</sup> *Loc.cit.*

<sup>252</sup> *Loc.cit.*

(F) „...materijali koji sadrže plastiku ispuštaju mikroplastiku svakim pranjem stoga reciklirani poliester ili **najlon** treba koristiti isključivo za izradu odjeće koja se ne pere često...“

*Najlon*<sup>254</sup> engl. *nylon*, umjetno vlakno nastalo u SAD-u pred 2. svjetski rat.

(F) „Ona najčešća s kojom je teško pogriješiti uključuje nešto deblje čarape, omiljeni **džemper**, udoban kaput i trendi bajkerske čizme.

*Džemper*<sup>255</sup> engl. *jumper*, pletena vunena bluza otvorena na prsima koja se ne navlači na tijelo nego se oblači.

(F) „Ona najčešća s kojom je teško pogriješiti uključuje nešto deblje čarape, omiljeni džemper, udoban kaput i trendi **bajkerske** čizme.“

*Bajkerski*<sup>256</sup> pridjev, koji se odnosi na bajkera (*bikera*); engl. *bike* [baɪk], bicikl; motocikl, motor; engl. *biker* [ˈbaɪkə] motorist, biciklist.<sup>257</sup>

Mnoge tuđice koje smo naveli u primjerima najčešće su njemačkoga ili francuskoga podrijetla, dakle, germanizmi ili galicizmi. Možemo uočiti kako su se germanizmi prilagodili hrvatskomu jeziku bez obzira na postojanje hrvatskoga naziva. S obzirom na velik broj tuđica trebamo ponoviti činjenicu da su prvi modni časopisi prijevodi s francuskoga ili njemačkoga jezika te pretpostavljamo kako tada nije bilo hrvatskoga naziva za određene pojmove te su ostali ukorijenjeni u hrvatski jezik. Iako, danas neke tuđice imaju hrvatsku zamjenu, one se u leksiku pojavljuju supstandardno te kao regionalizmi: rajsfršlus, njem. *Reissverchluss*, patentni zatvarač na odjeći i obući,

---

<sup>253</sup> *Ibidem.*, str. 100.

<sup>254</sup> *Loc.cit.*

<sup>255</sup> *Ibidem.*, str. 100.

<sup>256</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=bajker> (pristupljeno 8. rujna 2020.)

<sup>257</sup> prema dict.com, dostupno na: <https://www.dict.com/englesko-hrvatski/biker> (pristupljeno 8. rujna 2020.)

brzosponka; patentni zaponac; smičak, zaporak, zip;<sup>258</sup> falta, njem. die *Felte*, hrv. nabor, preklap.<sup>259</sup>

#### 4.6.6. Superlativni oblik u modnim časopisima

Nadalje ćemo proučiti superlativni oblik riječi u modnim časopisima te ćemo dati nekoliko primjera iz časopisa.

Superlativni oblik je „Oblik koji izriče da neki predmet po kojoj osobini nadmašuje sve ostale zove se treći stupanj ili superlative. Superlativ se tvori od komparativa, i to tako da se preda nj stavi prefiks naj, koji se s njim spaja u jednu riječ.“<sup>260</sup>

Možemo uvidjeti kako se superlativi ističu u rečenici te imaju isticajno sredstvo. Njima želimo nešto istaknuti, naglasiti, uveličati, prikazati boljim ili gorim nego što jest. Superlativnim oblikom želimo izraziti kako neki predmet ima najveću ili najmanju mjeru svojstva od drugoga predmeta.<sup>261</sup>

Slijede primjeri superlativnoga oblika u modnim časopisima.

(E) “Što uključuju **najekstravagantniji** predbračni ugovori celebrity parova?”

Prema *Rječniku stranih riječi* pojam *ekstravagantan*<sup>262</sup> (lat. *extra, vagans* lutajući) znači onaj koji odstupa od uobičajenog, koji zastranjuje, nastran, pretjeran; čudan, čudnosvat; lud, budalast.

(E) “U top 5 **najpopularnijih** modnih brendova ušli su i Balenciaga, Versace i Prada, a po prvi puta je u TOP 20 ušla Bottega Veneta koja je skočila za nevjerojatno 21 mjesto skrasivši se pod brojem 16.“

(E) „Pronašli smo **najljepše** heklane kupaće kostime iz aktualne ponude“

---

<sup>258</sup> *Ibidem.*, str. 224.

<sup>259</sup> *Ibidem.*, str. 72.

<sup>260</sup> E. Barić et al, *Hrvatska gramatika*, Školska knjiga, Zagreb, 2005., str. 181. i 183.

<sup>261</sup> J. Silić i I. Pranjković, *Gramatika hrvatskoga jezika za gimnazije i visoka učilišta*, Školska knjiga, Zagreb, 2005., str. 138.

<sup>262</sup> Š. Nikolić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 360.

(C) „A tko bolje zna kako se dići kada ti je **najteže** i pritom preokrenuti meč u svoju korist ...“

(S) „**Najutjecajni** lifestyle tjednik Story i tvrtka HEP donose vam jedinstveni projekt u kojem smo okupili perjanice zagrebačke glazbene scene...“

(S) „...**najsretniji** koji šeraju modne pustolovine Gospodina Zeca, Arena Centar će nagraditi zanimljivim nagradama!“

(S) „Naime, ovog puta naišli smo na Instagram profil koji dolazi pod imenom keks\_s\_porukom, a ono što tamo možete pronaći oduševit će i one **najzahtjevnije**.“

(S) „**Najdraži** modni dodatak svake žene zasigurno je torbica.“

(F) „Ona **najčešća** s kojom je teško pogriješiti uključuje nešto deblje čarape, omiljeni džemper, udoban kaput i trendi bajkerske čizme.“

(F) „**Najveću** pažnju pridajemo kvaliteti kroja, korištenju **najfinijih** materijala kao što su svila, vuna, kašmir i viskoza.“

#### 4.6.7. Intenzifikatori u modnim časopisima

Intenzifikatori služe za pojačavanje i naglašavanje iskaza – intenzifikaciju. Njihova je svrha da naglase iskaz ili dio rečenice te najčešće prikazuju neko savršenstvo, nešto što je bolje ili najbolje, posebnije što možemo vidjeti i iz primjera. Često se koriste u modnim časopisima kako bi naglasili ili istaknuli neki predmet, osobu ili neki dodatak koji osobu ili predmet razlikuje od drugih.

Slijede primjeri intenzifikatora u modnim časopisima.

(E) „I ne zaboravite umjesto bluze odjenuti pulover koji će se **odlično** uklopiti u poslovni look.“

(E) „Unajmite **savršeni** outfit!“

(E) „U **top** 5 najpopularnijih modnih brendova ušli su i Balenciaga, Versace i Prada, a po prvi puta je u **TOP 20** ušla Bottega Veneta koja je skočila za nevjerojatno 21 mjesto skrasivši se pod brojem 16.“

“U engleskom jeziku pridjev *top*<sup>263</sup> znači ‘onaj koji je na vrhu, najviši’ te u prenesenome značenju ‘onaj koji ima pozitivne značajke izražene u najvećoj mjeri, koji ima najveću količinu poželjnih značajka’. U tom se značenju riječ *top* upotrebljava i u hrvatskome jeziku, npr. u izrazima *top forma*, *top model*, *top odredište*, *top tema*. U tim se izrazima riječ *top* može zamijeniti kojom od riječi hrvatskoga jezika kojima se označuje najveća mjera poželjnih svojstava: *najbolja forma*, *vrhunski model*, *najtraženije odredište*, *najaktualnija tema*”

(E) „Riječ je o **jarko** žutim sandalama s debljom petom, minimalistička izgleda koje akcentira upravo jaki kolor.“

(B) „...poboljšava njezinu teksturu i to zahvaljujući **ultra** nježnom mikro piling učinku.“

Pojam *ultra*<sup>264</sup> je *lat.* prvi dio složenica koji označuje 'iznad', 'više', 'preko', 'krajnje', 's onu stranu'.

(E) „U top 5 najpopularnijih modnih brendova ušli su i Balenciaga, Versace i Prada, a po prvi puta je u TOP 20 ušla Bottega Veneta koja je skočila za **nevjerojatno** 21 mjesto skrasivši se pod brojem 16.“

(B) „Zlatne i srebrne maske apsolutni su **hit** u svijetu beauty tretmana, o čemu svjedoče fotografije slavnih influencerica na Instagramu.“

Riječ *hit*<sup>265</sup> označava proizvod (materjalni ili duhovni – pjesma, film, odjevni predmet i sl.) koji, popraćen snažnom medijskom propagandom, postaje nezaobilazna (najčešće kratkotrajna) pojava koja pobuđuje neviđeno zanimanje ljudi; uspješnica, zatim ono što ima karakteristike hita (film, grupa, knjiga, pjesma, singl).

<sup>263</sup> prema Bolje je hrvatski (pristupljeno 2. rujna 2020.)

<sup>264</sup> B. Klaić, Rječnik stranih riječi, tuđice i posuđenice, Školska knjiga, Zagreb, 2007., str. 1390.

<sup>265</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 559.

(C) „BRAND Chanel nedavno je predstavio svoje lakove za proljeće/ljeto 2014., ali i **zanimljivu** manikuru koja bi mogla postati hit ljeta.“

(C) „...**nanose se s lakoćom** i ne ostavljaju prugaste tragove, dok poboljšana, deblja četkica osigurava savršenu aplikaciju i izvrsno prekrivanje cijele površine noktiju.“

(S) „Imate **specifičan** look, točnije rokerski izričaj koji gajite već godinama?“

Riječ *specifičan*<sup>266</sup> označava onog koji je precizno specificiran; definiran, zatim koji se odnosi, koji je karakterističan za ili sadrži određeni specijes, nadalje označava onog koji se razlikuje od drugih; poseban, specijalan, jedinstven te koji je efikasan u treniranju određene bolesti [specifičan lijek].

(S) „...sadrži divne bijele kapute koji se prelijevaju preko drap do smeđih tonova, obiluje **vrhunskim** konstrukcijskim krojevima i **izvrsnim** materijalima.“

(S) „Najutjecajniji lifestyle tjednik Story i tvrtka HEP donose vam **jedinstveni** projekt u kojem smo okupili perjanice zagrebačke glazbene scene.“

(F) „...**efektnim** izgledom i svestranim karakterom zbog čega je gotovo **nezamislivo** zamisliti ljetnu garderobu bez ovog "must have" odjevnog predmeta.“

(F) „Što se tiče dnevnih kombinacija, ova divna zelena torbica **odlično** pristaje jeansu, neobaveznim majicama ili topovima, a naravno, nisu isključene niti oversized maxi haljine.“

(F) „već naprotiv postići divan make up koji će krasiti **dugotrajnost** i **prirodan** postojan glow.“

(F) „U nastavku smo izdvojili nekoliko favorita, a koji će **sjajno** funkcionirati u svim dijelovima dana, od sportskih, casual prilika, pa sve do chic kombinacija!“

(F) „...uključuje neobavezan T-shirt ili crop top koji će naglasiti **senzualnost**, ali i lagodnost cijele kombinacije.“

(F) „Što se tiče dnevnih kombinacija, ova divna zelena torbica **odlično** pristaje jeansu, neobaveznim majicama ili topovima, a naravno, nisu isključene niti oversized maxi haljine.“

---

<sup>266</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 1201.

(F) „...budući da se koža ljeti nešto više znoji, te pružaju prirodan finiš, stvarajući dojam besprijekornog izgleda same kože.“

(F) „Na dodjeli nagrada GQ Men of the Year, Emma se pojavila u **skulpturalnom** bolero topu boje slonovače, koji je uparila s crnim hlačama muškog kroja.“

*Skulpturalan*<sup>267</sup> koji se izražava skulpturom; *Skulptura*<sup>268</sup> (lat. *sculptura*) kiparska umjetnost, kiparstvo; kiparsko djelo, kip, statua; kiparski ukras; bakrorezačka umjetnost.

(F) „Osim spomenute kombinacije, kratke hlače divno pristaju i outfitima s različitim kardiganima, blejzerima, užim dolčevitama, ali i **predimenzioniranim** hoodicama.“

*Predimenzionirati*<sup>269</sup> -oniram (isp. dimenzija) preuveličati, pridati nečemu veće značenje nego što zaslužuje. Prema Anić-Goldstein *predimenzionirati* znači predvidjeti, planirati, napraviti, sagraditi (građevinu i sl.) nešto neusklađeno, preveliko u odnosu na potrebe i mogućnosti, zatim. previše uveličati, preuveličati (o pojavama i sl.) te pridati čemu veće značenje nego što zaslužuje.

(F) „Izduženi blejzer se može upotrijebiti za koktel haljinu za **sofisticirani** look.“

*Sofistika*<sup>270</sup> (grč. *sofistes*) filozofija prvih sofista, tj. uvjerenost u odnosnost ljudske spoznaje u teorijskom i praktičnom pogledu; namjerno iskrivljavanje istine i pravljenje lažnih zaključaka pomoću govorničke vještine.

*Sofistikacija* (lat. *sophisticatio*) krivotvorenje, kvarenje; krivotvorenje; fil. sofistifikacijama čistog uma naziva Kant zaključke čistog uma koji ne sadrže empirijske premise i pomoću kojih na temelju nečeg što znamo stvaramo zaključke o nečemu o čemu nemamo ni pojma, a čemu ipak pridajemo objektivnu realnost; to su sofistike opsjene čistog uma, npr. kada na temelju toga što postoji svijet, ili na temelju svrsishodnosti organizama, ili na osnovu postojanja 'moralnog zakona u nama' zaključujemo da postoji Bog.

---

<sup>267</sup> prema Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>268</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 1316.

<sup>269</sup> B. Klaić, *op. cit.*, str. 1080.

<sup>270</sup> Š. Anić, N. Klaić i Ž. Domović, *op. cit.*, str. 1319.

Prema Anić-Goldstein *s sofisticiran*<sup>271</sup> je pridjev koji označava onoga koji zna mnogo o svijetu, o raznim oblastima znanja; iskusan, zatim koji je vrlo složen; kompliciran te koji je blizak ukusu sofisticirane osobe; rafiniran, istančan.

#### 4.6.8. Neologizmi u modnim časopisima<sup>272</sup>

Prije nego što krenemo s primjerima neologizama, dat ćemo nekoliko definicija te pojave. Muhvić-Dimanovski navodi kako je neologizam:

„jezična novotvorevina, novo iskovana i još općenito prihvaćena riječ ili izraz: kovanje i upotreba stranih riječi u novom značenju; riječ, izraz, konstrukcija koja je nedavno ušla u jezik.“<sup>273</sup> zatim „nova tvorevina, novostvorena riječ; nova riječ odnosno novi izraz koji se u razgovornome jeziku još nije udomaćio.“<sup>274</sup> te „nova riječ, novo značenje neke, već postojeće, riječi, ali također posuđenica (ne samo iz stranoga jezika nego i žargona pojedinih društvenih skupina); napokon i riječ koja je ponovno oživjela“.<sup>275</sup>

Neologizmi svojom pojavom izazivaju procese prilagodbe govornika o njihovome kratkotrajnom, odnosno pomodnome korištenju, usvajanju ili potpunome odbijanju.<sup>276</sup> Mladi govornici često posežu za posuđenicama iz stranih jezika, prije svega iz engleskoga, kako bi popunili eventualne praznine u komunikaciji ili kako bi na nov način izrekli istu stvar. Budući da se povode za trendovima, za onim što je trenutačno u svijetu moderno i popularno, jezik im postaje iznimno pomodan.

---

<sup>271</sup> V. Anić i I. Goldstein, *op. cit.*, str. 1195.

<sup>272</sup> Neologizme ćemo u daljnjem tekstu uzimati u najširem smislu pa će u njima biti i posuđenica.

<sup>273</sup> V. Muhvić-Dimanovski, *op. cit.*, str. 3.

<sup>274</sup> *Loc. cit.*

<sup>275</sup> *Loc. cit.*

<sup>276</sup> *Ibidem.*, str. 2.



Slijede primjeri neologizama iz modnih časopisa.

(E) „Odaberi najbolji styling s modnom **blogericom** i osvoji 2000 kuna na Mastercard kartici!“

„U engleskom se jeziku riječju *blog* (skraćeno od *web blog* – *web* 'mreža', '*log*' (brodski dnevnik') označuje mrežna stranica koja sadržava članke u kojima autor izražava svoje mišljenje o čemu, iznosi svoja iskustva itd. Obično pisane u vremenskom slijedu te prikazane tako da se najnoviji članci nalaze na vrhu stranice. Umjesto te riječi u hrvatskome je standardnom jeziku bolje upotrebljavati izraz *mrežni dnevnik* ili *internetski dnevnik*.<sup>277</sup> U jezicima kao što je hrvatski u kojima je slaganje rjeđi postupak, u tvorbi se novih riječi rabe sufiksi, a od češćih je sufiks *-ica*.“<sup>278</sup>

(E) „...sve su to prilike u kojima možete nositi **Cosmo tuniku** s vrućim leopard printom!“

„Okazionalizmi su riječi za koje postoji samo jedna potvrda, a uporaba joj je prigodna (hrv. prigodnica) te se još kao istoznačnica rabi i naziv *hapaks*. Označujemo ih kao novotvorene riječi – neovisno o tome odstupaju li ili ne od rječotvorbenih obrazaca hrvatskoga jezika.“<sup>279</sup> One su u nekome korpusu potvrđene samo jedanput, a to se odnosi i na naš leksem *cosmo*.

Riječ *tunika*<sup>280</sup> je *lat.* vrsta natkošulje iz doba Rimljana; bluza dugih rukava u ženskoj modi.

(B) „Tako je naše tržište postalo bogatije je za još jedan svjetski popularan tretman, a među prvima su ga, u estetskom i anti-age centru Nevia, isprobale domaće beauty **insajderice** kojima se brojne žene prepuštaju u ruke...“

„Engl. *insider*<sup>281</sup> – onaj koji je u grupi, pripadnik grupe; osoba koja je dobro uklopljena u svoju grupu (porodica, vršnjaci, socijalni sloj itd.) i koja je u njoj uspješna i ima dobre izgleda da stekne povoljan socijalni status i afirmaciju u grupi čiji je pripadnik.

<sup>277</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/> (pristupljeno 16. kolovoza 2020.)

<sup>278</sup> V. Muhvić-Dimanovski, op. cit., str. 98.

<sup>279</sup> B. Štebih Golub, *Okazionalizmi u hrvatskome jeziku na internetu*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, 2016., str. 37–38., dostupno na: <https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/20938/02%20SCN%201-2016%20Stebih%20Golub.pdf> (pristupljeno 8. rujna 2020.)

<sup>280</sup> V. Štimac, op. cit., str. 98.

U jezicima kao što je hrvatski u kojima je slaganje rjeđi postupak, u tvorbi se novih riječi rabe sufiksi, a od čeških je sufiks *-ica*.<sup>282</sup>

(B) „Zlatne i srebrne maske apsolutni su hit u svijetu beauty tretmana, o čemu svjedoče fotografije slavnih **influencerica** na Instagramu.“

„Riječ *influencer* u engleskome jeziku označuje općenito osobu ili skupinu osoba koja ima kakav utjecaj. U poslovnome jeziku nazivom *influencer* u engleskome se jeziku označuje osoba ili skupina osoba koji mogu utjecati na poslovne odluke zbog svojega ugleda, položaja ili veza te čije mišljenje ili djelovanje ima veću težinu nego mišljenje ili djelovanje njihovih kolega ili usporedivih skupina. U hrvatskome jeziku, u poslovnome žargonu, engleska riječ *influencer* upotrebljava u tome značenju, ali ona ne pripada standardnomu jeziku. Ta se riječ upotrebljava također, i u engleskome i hrvatskome, u vezi s društvenim mrežama i popularnošću koju osoba ili skupina na njima ima. *Influenceri* su tome kontekstu često novinari, poznate osobe te stručnjaci u pojedinim područjima, tj. osobe koje na društvenim mrežama imaju mnogo sljedbenika.“<sup>283</sup>

(C) „Rado bih ga **lajkala** i uživo.“

Prema *Rječniku neologizama*, lajkanje<sup>284</sup> je davanje oznake sviđanja komu ili čemu; prema-

(C) „Kad joj je tajnica rekla da prvo mora **sejvat**, pa **attachat**, pa poslat mail, zajedno su odlučile da je ipak bolje da se sve odradi uživo.

*Sejvat* je nastalo prema engl. *save*<sup>285</sup> [seiv] što znači spasiti, izbaviti, a riječ *attachat* je nastala prema engl. *attachment*. „Engleska riječ *attachment* znači 'pripojenje, pričvršćenje, pridodavanje, privjesak, privrženost, ljubav, zapljena, dodatni uređaj, priključak'. U hrvatskome se jeziku upotrebljava samo u neprilagođenu liku (*attachment*) i samo u značenju 'dodatak uz e-poruku'. U tome se značenju zamjenjuje s nazivima

---

<sup>281</sup> prema [jezikoslovac.com](https://jezikoslovac.com), dostupno na: <https://jezikoslovac.com/word/ye0l> (pristupljeno 4. rujna 2020.)

<sup>282</sup> V. Muhvić-Dimanovski, op. cit., str. 98.

<sup>283</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/> (pristupljeno 4. rujna 2020.)

<sup>284</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/category/l/page/4/> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>285</sup> Ž. Bujas, op. cit., str. 778.

odatak i privitak. Budući da je naziv privitak u tome značenju jednoznačniji i mnogo češći od naziva odatak, preporučujemo njegovu uporabu u hrvatskome standardnom jeziku.“<sup>286</sup>

(S) „Ni vjerni Arenini **fejs** frendovi i pratitelji neće ostati uskraćeni...“

*Fejs*<sup>287</sup> je nastao kao skraćenica za *Facebook* društvenu mrežu.

(S) „...najsretniji koji **šeraju** modne pustolovine Gospodina Zeca, Arena Centar će nagraditi zanimljivim nagradama!“

Prema engl. *share*,<sup>288</sup> dijeliti, podijeliti; imati udjela; sudjelovati, zajedno uživati;

šerati, glagol, dijeliti putem interneta; postavljati informacije i reagirati na informacije na društvenim mrežama.<sup>289</sup>

(S) „Gospodin Zec, fashionista svjetskog glasa, i provjereno, osoba koja je inspirirala stvaranje riječi **kuler**, birat će feeling za modu, stil, originalnost i individualnost!“

Prema engl. *cool*<sup>290</sup> [ku:l] hladan, studen; ravnodušan, nehajan; hladnokrvan, miran; trijezan, promišljen; drzak; sl moderan ali uzdržan, neangažiran, distanciran, iznad stvari, intelektualan;

Prema *Rječniku neologizama* riječ *kuler* je pridjev, koji je poželjnih osobina ili u trendu.<sup>291</sup>

(F) „No, bez obzira na to koristite li ovu aplikaciju da na njoj prezentirate svoju kreativnu stranu ili njome samo **skrolate** činjenica jest da upravo Tik Tok diktira najnovije trendove, kako one modne, tako i u beauty svijetu...“

---

<sup>286</sup> prema Bolje je hrvatski, dostupno na: <http://bolje.hr/rijec/attachment-gt-privitak/72/> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>287</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=fejs> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>288</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 805.

<sup>289</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=%C5%A1erat> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

<sup>290</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 184.

<sup>291</sup> prema Rječnik neologizama, dostupno na: <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/?s=fejs> (pristupljeno 7. rujna 2020.)

Prema engl. *scroll*<sup>292</sup> [skrɔul] znači smotak pergamena (papira); popis imena; ukrasna (spiralna) rezbarija te smotati (se) kao zavitak; iskititi (spiralnim) rezbarijama.

Trebamo napomenuti kako se unutar skupine neologizama u većih europskih jezika izdvajaju anglizmi te su istraživanja pokazala da je otprilike 40 % novih riječi koji pripadaju posuđenicama iz engleskoga jezika. Upravo su te riječi 'trn u oku' puristički orijentiranim jezikoslovcima, kako navodi Muhvić-Dimanovski.<sup>293</sup>

#### 4.6.9. Sklonidba stranih riječi i pokrata

Uvidjeli smo kako u modnim časopisima ima pregršt stranih riječi, no kada ih želimo deklinirati, nastaje problem. Naime, prema institutskome pravopisu „Strane riječi sklanjaju se tako da se oblični nastavak dodaje bez spojnice:

*catering, cateringa, cateringu...*, *pizza, pizze, pizzi...*<sup>294</sup>, u ovome slučaju *box, boxa, boxu* bi bilo točno.

(E) „...osobito nakon lansiranja slavnog Flower **box-a**, nakon kojeg je postao vodeći cvjetni brand u Hrvatskoj.”

Osim deklinacija kod stranih riječi, ukazat ćemo i na problem deklinacije kod pokrata koje preuzimamo iz drugih jezika čije pravo značenje zna samo kolicina. Pokrate se, dakle, „...pišu velikim slovima. U pravilu se sklanjaju pokrate nastale kraćenjem pridjeva te ne završavaju točkom.”<sup>295</sup> Pokrate se često preuzimaju iz stranih jezika najčešće iz engleskoga. „Pri sklonidbi pokrate te izvođenju pridjeva, imenica i glagola od njih padežni se nastavak ili sufiks dodaje osnovnomu liku pokrate. U pisanju se između pokrate i padežnoga nastavka ili sufiksa umeće spojnica”<sup>296</sup>, dakle VIP, VIPA-a, VIP-u, VIP-om, VIP-ov...

---

<sup>292</sup> Ž. Bujas, *op. cit.*, str. 785.

<sup>293</sup> V. Muhvić-Dimanovski, *op.cit.*, str. 40–41.

<sup>294</sup> *Ibidem.*, str. 67.

<sup>295</sup> *Ibidem.*, str. 78.

<sup>296</sup> *Ibidem.*, str. 78–79.

(E) „...VIP<sup>297</sup> doček na red carpetu, fotoshooting u stilu pravih holivudskih diva...“

Na engleskome jeziku VIP [vi:ɪ'pi:] znači *very important person*, što bi na hrvatskome jeziku značilo *vrlo važna osoba*. Danas se bez promišljanja koristi ta pokrata, no postavlja se pitanje žele li se ljudi koristiti tako pomodnim jezikom te može li se pronaći odgovarajuća inačica na hrvatskome jeziku osim opisne riječi.

Najveći dio ovih leksema koji se ne sklanjaju nemaju odgovarajući hrvatsku inačicu. Bez obzira jesu li one prilagođene hrvatskomu jeziku ili ne, pronalazimo ih u rječnicima. Ovdje se najčešće radi o nazivima za tkanine, materijalima i bojama te su takve najčešće francuske posuđenice koje nemaju dostatne hrvatske zamjene.

#### 4.6.10. Jezične pogreške

U istraživanju smo pronašli i nekoliko jezičnih pogrešaka pa ćemo ih ovdje navesti, uz objašnjenje i ispravak. Neke su pogreške pravopisne ali ima i leksičkih.

(E) „Na sebe je odjenula vrlo trendi **kožni mantil**, retro kroja s uzorkom krokodilske kože.“

„Pridjev *kožni* i *kožnat* značenjski se razlikuju. Pridjev *kožni* znači ‘koji se odnosi na kožu’ (kožna bolest, kožna upala, kožna industrija), a pridjev *kožnat* znači ‘koji je izrađen od kože’ (kožnata torba, kožnat novčanik, kožnata garniture). Pridjeve *kožni* i *kožnat* ne treba upotrebljavati kao istoznačne. Umjesto, primjerice, kožna jakna, kožne čizme, kožna garniture pravilno je kožnata jakna, kožnate čizme ...”<sup>298</sup>

(E) „Tijekom prvog dana, **10.listopada**, od 17 do 23 **sata, te** u subotu 11.listopada **od 10 – 23 sata**, u samom središtu Zagreba, na Cvjetnom trgu, očekuje vas mnoštvo lifestyle događanja.“

<sup>297</sup> G VIPA-a (*very important person* – vrlo važna osoba); prema Hrvatski pravopis, *op.cit.*, str. 462.

<sup>298</sup> prema Jezični savjetnik, dostupno na: <http://jezicni-savjetnik.hr/> (pristupljeno 16. kolovoza 2020.)

Bjelina je prazno mjesto u tekstu koje se nalazi iza točke, zareza, dvotočke, trotočke, točke sa zarezom, upitnika i uskličnika.<sup>299</sup>

Zarez se ne piše između rečenica i rečeničnih dijelova povezanih sastavnim i rastavnim veznicima i, pa, te, ni, niti, ili.<sup>300</sup>

Crtica se piše pri izražavanju raspona ili u značenju 'od – do', dakle u navedenom primjeru možemo koristiti crticu (10 – 23 sata) ili prijedlog od (od 10 do 23 sata), nikako se ne smiju kombinirati.<sup>301</sup>

(E) „U top 5 najpopularnijih modnih brendova ušli su i Balenciaga, Versace i Prada, a po prvi puta je u TOP 20 ušla Bottega Veneta koja je skočila za nevjerojatno **21** mjesto skrasivši se pod brojem 16.“

Prema *Hrvatskome pravopisu* točka se piše „iza rednih brojeva napisanih arapskim i rimskim brojkama.“<sup>302</sup>

(E) „Rihanna je otkrila novu liniju mat ruževa unutar svog brenda **Fenty Beauty**“

Prema *Hrvatskome pravopisu* strane se riječi pišu „izvorno, tj. onako kako se pišu u jeziku iz kojega su preuzete, i to kosim slovima ako se ne uklapaju u glasovni sastav hrvatskoga jezika,“<sup>303</sup> dakle *Fenty Beauty*. Osim ovoga primjera u istraživanome korpusu pronašli smo i ostale koje bismo mogli prepisati ovoj pogrešci, ali zbog velikoga broja primjera navodimo samo jedan.

(B) „Tako je naše tržište postalo bogatije **je** za još jedan svjetski popularan tretman, a među prvima su ga, u estetskom i anti-age centru Nevia, isprobale domaće beauty insajderice kojima se brojne žene prepuštaju u ruke...“

Zanaglasnica *je* u ovome primjeru višak te zarezi kojima tu nije mjesto. Dakle, pravilo bi bilo “Tako je naše tržište postalo bogatije za još jedan svjetski popularan tretman, a među prvima su ga u estetskom i anti-age centru Nevia isprobale domaće beauty insajderice kojima se brojne žene prepuštaju u ruke ...”

---

<sup>299</sup> Hrvatski pravopis, *op. cit.*, str. 83,

<sup>300</sup> *Ibidem.*, str. 97.

<sup>301</sup> *Ibidem.*, str. 107.

<sup>302</sup> *Ibidem.*, str. 86.

<sup>303</sup> *Ibidem.*, str. 67.

(B) „Zlatne i srebrne maske apsolutni **su** hit u svijetu beauty tretmana, o čemu svjedoče fotografije slavnih influencerica na Instagramu.“

Preporuka je da zanaglasnica *su* prijeđe na drugo mjesto, dakle „Zlatne su i srebrne maske apsolutni hit u svijetu ...“

(B) „Dvoje Amerikanaca, za potrebe svoje studije, objavljene u Harvard Business Reviewu, intervjuirali su više od **1500** buyera, a prema podacima koje su dobili iz razgovora s njima došli su do ovih zaključaka.“

U ovome se primjeru broj 1500 treba pisati brojevima, a ne slovima. Dakle, pravilno je 1500.

(C) „No, njezini followeri već imaju teorije zavjere, tvrde da je “nešto radila s facom”, a ovaj puta i mi zajedno s **njima—imamo** “feeling” da je Khloe doista “nešto radila.“

Prema *Hrvatskome pravopisu* „Crtica je pravopisni znak koji se piše s bjelinama slijeva i zdesna,“ dakle pravilo bi bilo „...s njima – imamo feeling ...“

(C) „Vi mu niste terapeut, već djevojka s kojom spava **pa**, osim ako mu ne nedostaje čip za osjećajnost, zna da ne bi trebao pričati o tome s vama

Prema *Hrvatskome pravopisu* “Zarez se ne piše između rečenica i rečeničnih dijelova povezanih sastavnim I rastavnim veznicima i, pa, te, ni, niti, ili.”<sup>304</sup>

(S) „Najdraži modni dodatak svake žene zasigurno **je** torbica.“

(E) „Bijela bluza s decentnim vezom **je** sinonim za ljetno odijevanje.“

Preporuka je da zanaglasnica stoji na drugome mjestu u rečenici, odnosno iza prve naglašene riječi u rečenici s kojom čini naglasnu cjelinu,<sup>305</sup> dakle „Najdraži je modni dodatak svake žene zasigurno torbica.“ i „Bijela je bluza s decentrim vezom sinonim za ljetno odijevanje.“

<sup>304</sup> Hrvatski pravopis, *op.cit.*, str. 97.

<sup>305</sup> gramatika.hr, dostupno na: <https://gramatika.hr/pravilo/red-rijeci-u-recenici/108/> (pristupljeno 18. rujna 2020.)

(C) „Vjerujemo da nitko od vas nema ovu lošu naviku, ali sigurni smo da vam se barem jednom u životu desilo da jednostavno nemate snage, **ili** vremena, skinuti make-up s lica prije nego se uvučete u krpe.“

(S) „Bež baloneri, **ili** pak oni u jarkim kolorima, na vama je da odlučite.“

*Hrvatski pravopis* navodi kako se zarez ne piše “između rečenica i rečeničnih dijelova povezanih sastavnim i rastavnim veznicima.”<sup>306</sup>

(F) „U ponudi **trenutno** možete pronaći posebne ljetne vibrantne nijanse kao što su pink, žuta ili plava, no naravno neće ostati zakinuti niti oni koje vole nešto suptilniji kolorit.“

(S) „...Michelle je pokazala i prije nekoliko dana kada je oduševila obožavatelje u **pulover** koji je na sebi imao **trenutno** jedan od najpopularnijih uzoraka sezone.“

„Prilog trenutno i prilog trenutačno znače ‘u istome trenutku, odmah’. Prilog trenutno nastao je od imenice tren (ili od zastarjelice trenut), a prilog trenutačno od imenice trenutak stilski neobilježena, u publicističkome, administrativnome i znanstvenome stilu daje se prednost prilogu trenutačno (i pridjevu trenutačan) pred prilogom trenutno (i pridjevom trenutan).<sup>307</sup>

Imenica *pulover* u ovome primjeru treba se deklinirati, dakle „...obožavatelje u *puloveru* koji je na sebi ...“

(F) „Nadalje, što se tiče materijala, uzoraka i tekstura, slobodno pustite mašti na volju **se te** odlučite za tvid, točkice, prugice ili pak pamučne materijale.“

U ovome primjeru trebali bismo zamijeniti zamjениčku enklitiku *se* i sastavni veznik *te*, pa je pravilno napisati „... mašti na volju *te se* odlučite ...“

(F) „U nastavku smo izdvojili nekoliko favorita, **a** koji će sjajno funkcionirati u svim dijelovima dana, od sportskih, casual prilika, pa sve do chic kombinacija!“

U ovome primjeru trebali bismo izbaciti veznik *a*, jer nema funkciju u ovoj rečenici.

---

<sup>306</sup> Hrvatski pravopis, *op.cit.*, str. 97.

<sup>307</sup> prema Jezični savjetnik, dostupno na: <http://jezicni-savjetnik.hr/> (pristupljeno 19. kolovoza 2020.)



## 5. Zaključak

Tijekom godina anglizmi su postali pomodni način izričaja među mlađom populacijom. Oko nas ima mnoštvo stranih riječi kojima se koristimo svakodnevno, a da toga nismo ni svjesni. Započnimo od samoga naziva časopisa – *Elle*, *Cosmopolitan*, *Story*, *Fashion.hr*, *Buro*. Pitamo se, pokazuju li već sami naslovi koliko se hrvatski jezik cijeni te kakvu nam oni poruku zapravo šalju.

Možemo zaključiti da hrvatski jezik posjeduje velik broj posuđenica te se većina prilagodila hrvatskomu jeziku da se niti ne osjeća njihovo strano podrijetlo. U mnoštvu posuđenica mogli smo uočiti germanizme, galicizme, hungarizme, talijanizme, turcizme, anglizme itd. čime se hrvatski jezik ne izdvaja od drugih jezika. Iako, danas neke posuđenice imaju hrvatsku zamjenu, one se u leksiku pojavljuju supstandardno te kao regionalizmi.

Za sve strane riječi ne postoji dovoljno dobra istoznačnica, što smo i naglasili te je ponekad potrebno prevoditi opisno, ali tada treba dati prednost domaćem izrazu. Kod jezika, kao što je engleski, koji je popularniji i prestižniji, težnja prilagođavanja sustavu jezika primatelja je manja te se to osobito vidi i u primjerima i obilježju izvorne grafije i neprilagođavanju hrvatskomu sustavu.

Hrvatski je jezik vrlo raznolik i u njemu možemo pronaći mnoštvo riječi od stranih do domaćih, što pokazuje bogatstvo jednoga jezika. Koliko su posuđenice potrebne našem jeziku ostavljamo na odgovor puristima, no smatramo da u svemu treba imati mjeru, pa tako i u slučaju jezičnoga posuđivanja. Važno je prihvaćanje posuđenica, ali uporaba hrvatskih riječi ili inačica kada se radi o tiskovinama. Tako dakle, tekstopisci bi sve strane riječi trebali ukositi ili kada je to moguće pronaći bolju hrvatsku inačicu ili svezu. U nekim slučajevima moramo posegnuti za posuđenicama i ne bismo se trebali ustručavati koristiti ih baš zato što bez nekih ne bismo mogli ni funkcionirati, jer pretjerano čistunstvo nije dobra opcija.

Naglašavamo da najveći dio posuđenica čine anglizmi koji su nažalost postali sve učestaliji u pismu i govoru te je ovo samo jedan mali dio koji smo naveli u jezičnoj analizi, a pokazuje zapravo puno. Naime, samo ako ne prihvatimo svaku stranu riječ i ako pokušamo iskoristiti jezične mogućnosti vlastitoga jezik, on će se očuvati, a time

naša kultura i identitet. Iako je ovaj rad dao tek manji uvid u trenutačno stanje jezika mladih, vodeći se aktualnim modnim časopisima, njime otvaramo put daljnjim istraživanjima o ovoj temi.

## 6. Literatura

### Knjige

1. Anić, Š., Klaić, N. i Domović, Ž., *Rječnik stranih riječi*, Sani-Plus, Zagreb, 2002., dostupno na: [http://os-gripe-st.skole.hr/upload/os-gripe-st/images/static3/915/attachment/Anic\\_Klaic\\_Domovic\\_-\\_Rjecnik\\_stranih\\_rijeci-Prepravljjeni.pdf](http://os-gripe-st.skole.hr/upload/os-gripe-st/images/static3/915/attachment/Anic_Klaic_Domovic_-_Rjecnik_stranih_rijeci-Prepravljjeni.pdf) (pristupljeno: 3. svibnja 2020.)
2. Anić, Š., Klaić, N. i Domović, Ž., *Rječnik stranih riječi, Tuđice, posuđenice, izrazi, kratice i fraze*, Sani-plus, Zagreb, 2002.
3. Anić, V. i Goldstein, I., *Rječnik stranih riječi*, Novi Liber, Zagreb, 2009.
4. Anić, V., *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*, Novi Liber, Zagreb, 2009.
5. Badurina, L. i et. al, *Hrvatski pravopis*, Matica hrvatska, Zagreb, 2008.
6. Balog, Z. *Sto godina*, 1995.
7. Balog, Z., „Modni žurnal u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća“, *Peristil*, vol. 31-32, no.1, 1988., dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=225930](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=225930) (pristupljeno 21. travnja 2020.)
8. Barić, E. et al, *Hrvatska gramatika*, Školska knjiga, Zagreb, 2005.
9. Brozović, B. i Gerčan, O., *Englesko hrvatski i hrvatsko engleski džepni rječnik za osnovnu školu*, Zagreb, 2009.
10. Bujas, Ž, *Veliki englesko/hrvatski rječnik*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 2001.
11. Dabo-Denegri, Lj. „Jezično posuđivanje: Tipologija leksičkih posuđenica (Anglicizmi u francuskom jeziku)“, *Filologija*, no. 30-31, 1998., str. 439, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/173521> (pristupljeno 21. svibnja 2020.)
12. Dorfles, G., *Moda*. Zagreb, Golden marketing, 1997.
13. Dujmović-Markusi, D., Pavić-Pezer, T., *Fon-fon 3*, udžbenik hrvatskoga jezika za treći razred gimnazije, Profil, Zagreb, 2009.
14. Filipović, R., *Teorija jezika u kontaktu*, Uvod u lingvistiku jezičnih dodira, Školska knjiga, Zagreb, 1986.

15. Foro, M., „Leksička razina publicističkog stila”, *Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis*, vol. 7, no. 7., 2014., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/134925> (pristupljeno: 19. travnja 2020.)
16. Frančić, A., Hudeček, L., Mihaljević, M., *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2005.
17. Frančić, A., Hudeček, L., Mihaljević, M., *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2006.
18. Galović, M., *Moda - zastiranje i otkrivanje*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001
19. Gojević, M., „Publicistički stil“, *Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis*, vol. 3., no. 3., 2009., str. 23., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/70009> (pristupljeno 23. travnja 2020.)
20. *Hrvatski pravopis*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, 2013.
21. Klaić, B., *Rječnik stranih riječi, tuđice i posuđenice*, Školska knjiga, Zagreb, 2007.
22. Melvinger, J., *Leksikologija*, Pedagoški fakultet, Osijek, 1984.
23. Mihaljević, M., „Nazivlje i terminologija“, *Jezik: časopis za kulturu hrvatskoga književnog jezika*, vol. 32, no. 5, 1984., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/204893> (pristupljeno: 5. svibnja 2020.)
24. Mihaljević, M., „O terminološkom nazivlju“, *Rasprave: Časopis Instituta za jezik i jezikoslovlje*, vol. 16., no. 1., 1990., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/69775> (pristupljeno: 5. svibnja 2020.)
25. Mihaljević, M., „Vrjednovanje terminoloških radova“, *Lahor: časopis za hrvatski kako materinski, drugi i strani jezik*, vol. 1, no. 7., 2009., dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=70664](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=70664) (pristupljeno: 25. travnja 2020.)
26. Muhvić-Dimanovski, V., *Neologizmi, Problemi teorije i primjene*, FF-press., Zagreb, 2005.
27. Odak, I., „Moda u društvu: suvremena sociologijska tumačenja“, *Revija za sociologiju*, vol.34, no.1-2, lipanj 2003, dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=22164](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=22164) (pristupljeno 16. travnja 2020.)

28. Paić, Ž. i Purger, K., *Teorija i kultura mode: discipline, pristupi, interpretacije*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2018., str. 8., dostupno na: [https://bib.irb.hr/datoteka/974832.ZBORNIC\\_PDF\\_Teorija\\_i\\_kultura\\_mode.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/974832.ZBORNIC_PDF_Teorija_i_kultura_mode.pdf), (pristupljeno 19. travnja 2020.)
29. Samardžija, M., *Leksikologija s poviješću hrvatskog jezika* (udžbenik za 4. razred gimnazije), Školska knjiga, Zagreb, 1995.
30. Silić, J. i Pranjković, I., *Gramatika hrvatskoga jezika za gimnazije i visoka učilišta*, Školska knjiga, Zagreb, 2005.
31. Silić, J., *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*, Zagreb, Disput, 2007.
32. Simončić, K. N., *Kultura odijevanja u Zagrebu na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće*, Plejada, Zagreb, 2012.
33. Sočanac, L., et al., *Hrvatski jezik u dodiru s europskim jezicima: prilagodba posuđenica*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 2005.
34. Štebih Golub, B., *Okazionalizmi u hrvatskome jeziku na internetu*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, 2016., dostupno na: <https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/20938/02%20SCN%201-2016%20Stebih%20Golub.pdf> (pristupljeno 8. rujna 2020.)
35. Štimac, Ljubas, V., *O riječima, leksikografski*, Zagreb, Durieux, 2017.
36. Stojaković, B., „Francuski nazivi tipografskih veličina u hrvatskom jeziku“, *Polytechnic and design*, vol. 5, no. 4, 2017., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/195175> (pristupljeno: 22. svibnja 2020.)
37. Turk, M. *Jezično kalkiranje u teoriji i praksi (prilog lingvistici jezičnih dodira)*, Filozofski fakultet sveučilišta u Rijeci, Zagreb, 2013, str. 39.
38. Wilson, E., *Adorned In Dreams: Fashion and Modernity*, London, I. B. Tauris, 1985.

## Mrežne stranice:

1. Adria media Elle, dostupno na: <http://www.adriamedia.hr/izdanja/elle/> (pristupljeno 2. srpnja 2020.)
2. Adria media Story, dostupno na: <http://www.adriamedia.hr/izdanja/story/> (pristupljeno 2. srpnja 2020.)
3. *Bolje je hrvatski*, dostupno na: <http://bolje.hr/rijec/lifestyle-magazin-gt-magazin-za-zivotni-stil/216/> (pristupljeno 2. srpnja 2020.)
4. Buro 24/7, dostupno na: <https://www.buro247.hr/misc/about-us.html> (pristupljeno 2. srpnja 2020.)
5. Fashion.hr, dostupno na: <https://www.fashion.hr/o-nama.aspx> (pristupljeno 2. srpnja 2020.)
6. Femina.hr, dostupno na: [https://www.femina.hr/clanak/index/r/2/c/2668/se/ljepota\\_sto-je--primer--i-kako-sekoristi?fbclid=IwAR3BLeBgTy4lZeTRuwLxte7PlsYl69wt05UcV4eNGYdltmLRDFFe03EK54kl](https://www.femina.hr/clanak/index/r/2/c/2668/se/ljepota_sto-je--primer--i-kako-sekoristi?fbclid=IwAR3BLeBgTy4lZeTRuwLxte7PlsYl69wt05UcV4eNGYdltmLRDFFe03EK54kl) (pristupljeno: 17. rujna 2020.)
7. Gramatika.hr, dostupno na: <https://gramatika.hr/pravilo/red-rijeci-u-recenicima/108/> (pristupljeno 18. rujna 2020.)
8. Hrvatski jezični portal, dostupno na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno: 3. Svibnja 2020.)
9. Hrvatski leksikon, dostupno na: <https://www.hrleksikon.info/definicija/terminologija.html> (pristupljeno: 3. svibnja 2020.)
10. Jezikoslovac.com, dostupno na: <https://jezikoslovac.com/word/ye0/> (pristupljeno 4. rujna 2020.)
11. *Moda*, The Columbia Electronic Encyclopedia [website], 2012. <https://www.infoplease.com/> (pristupljeno 20. travnja 2020.)
12. Prstec Smolčec, L., *Odjeća kao simbol otpora od 1850. do 1950. godine*, Sveučilište u Zagrebu Tekstilno – tehnološki fakultet, Zagreb, 2018., dostupno na: <https://repozitorij.ttf.unizg.hr/islandora/object/ttf%3A192/datastream/PDF/view> (pristupljeno: 29. travnja 2020.)

13. Staznaci.com, dostupno na: <http://staznaci.com/lifting> (pristupljeno 17. rujna 2020.)
14. Šiprak, I. *Strane riječi u javnoj upotrebi*, Rijeka, 2014., dostupno na: <https://repository.ffri.uniri.hr/islandora/object/ffri%3A10/datastream/PDF/view> (pristupljeno 12. svibnja 2020.)
15. Škulac, M., *Utjecaj pariške mode na kulturu odijevanja žena u Zagrebu od 1890. do 1918. godine*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2018., dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf> (pristupljeno 11. svibnja 2020.)

## Korpus

Časopis *Elle*, dostupno na: <https://www.elle.hr/>

Časopis *Buro 24/7*, dostupno na: <https://www.buro247.hr/>

Časopis *Cosmopolitan*, dostupno na: <https://www.cosmopolitan.hr/>

Časopis *Story*, dostupno na: <https://story.hr/>

Časopis *Fashionhr*, dostupno na: <https://www.fashion.hr/>

## Popis ilustracija

### Slike

**Slika 1.** *Parižka moda, Zagreb 1. 10. 1898.*

dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=225930](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=225930)  
(pristupljeno 21. travnja 2020.)

**Slika 2.** *Parižka moda, 1. 1. 1907.*

dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=225930](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=225930)  
(pristupljeno 21. travnja 2020.)

**Slika 3.** *Winer mode, veljača 1899.*

dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht\\_MXOdg\\_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht_MXOdg_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw) (pristupljeno 11. svibnja 2020.)

**Slika 4.** *Pariška moda, siječanj 1900.*

dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht\\_MXOdg\\_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht_MXOdg_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw) (pristupljeno 11. svibnja 2020.)

**Slika 5.** *Domaće ognjište 1907.* (Prikaz modnih ilustracija)

dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht\\_MXOdg\\_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht_MXOdg_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw) (pristupljeno 11. svibnja 2020.)

**Slika 6.** *Domaće ognjište 1907.* (Prikaz modnih ilustracija)

dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht\\_MXOdg\\_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht_MXOdg_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw) (pristupljeno 11. svibnja 2020.)

**Slika 7.** *Domaće ognjište 1907.* (Prikaz modnih ilustracija)

dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht\\_MXOdg\\_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10069/1/SKULAC..pdf?fbclid=IwAR0hCnQsJZht_MXOdg_-z355QKOpG-xoLEUXmXhEF-it66TVRelvnT5V4fw) (pristupljeno 11. svibnja 2020.)

**Slika 8.** *Modni svijet, 1. 6. 1911.*

dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/> (pristupljeno 21. travnja 2020.)

**Slika 9.** *Ilustrovani list, Zagreb 50/1915.*

dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=225930](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=225930) (pristupljeno 21. travnja 2020.)

**Slika 10.** *Praktični modni list, Zagreb 1. 10. 1919.*

dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=225930](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=225930) (pristupljeno 21. travnja 2020.)

**Slika 11.** *Ženski list*

dostupno na: <http://dnc.nsk.hr/newspapers/LibraryTitle.aspx?id=C0C31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E36F718E> (pristupljeno 22. travnja 2020.)

**Slika 12.** *Hrvatica*

dostupno na : <http://dnc.nsk.hr/Journals/LibraryTitle.aspx?id=23ec3af4-8916-49fe-839c-8eca24fa4432&y=1940&m=10&d=1&n=10> (pristupljeno 22. travnja 2020.)

**Slika 13.** *Suvremeni modni časopisi*



dostupno na: <https://www.google.com/search?q=modni+%C4%8Dasopisi&source>  
(pristupljeno 20. travnja 2020.)

## Sažetak

U radu se analiziraju posuđenice s ciljem uvida u obilno korištenje posuđenica naročito anglizama. Građa se prikupljala iz modnih časopisa *Elle*, *Buro 24/7*, *Cosmopolitan*, *Story* te *Fashion.hr*. Utvrđeno je podrijetlo prikupljenih riječi te su podijeljene prema stupnju uklopljenosti u hrvatski jezični sustav na tuđe riječi, tuđice i prilagođenice. Možemo zaključiti kako u građi prevladavaju riječi latinskoga, njemačkoga, francuskoga, talijanskoga te ponajviše engleskoga podrijetla.

Za sve strane riječi ne postoji dovoljno dobra istoznačnica te je ponekad potrebno prevoditi opisno, ali tada treba dati prednost domaćoj pred stranoj riječi. Kod jezika, kao što je engleski, koji je popularniji i prestižniji, težnja prilagođavanja sustavu jezika primatelja je manja te se to osobito vidi i u primjerima i obilježju izvorne grafije i neprilagođavanju hrvatskomu sustavu.

Napomenimo kako bez nekih posuđenica ne bismo mogli funkcionirati te predstavljaju današnju realnost pogotovo za modne časopise.

**Ključne riječi:** moda, modni časopisi, posuđenice, tuđe riječi, tuđice

## Summary

The paper analyzes loanwords with the aim of insight into the abundant use of loanwords, especially in English. Material was collected from fashion magazines Elle, Buro 24/7, Cosmopolitan, Story and Fashion.hr. The origin of the collected words was determined and they were divided according to the degree of integration into Croatian language system as loanwords, borrowings and adaptable words. We can conclude that words of Latin, German, French, Italian and mostly of English origin prevails in the material.

For some foreign words, there is no good enough synonym and because of that sometimes is necessary to translate them descriptively, but then the domestic word should be preferred to the foreign. In languages such is English, popular and prestigious, tendency to adapt the system language of the recipient is smaller and this is especially evident in some examples and characteristic of original spelling system with a failure to adapt to Croatian system.

Today, without some loanwords we would not be able to function as they represent today's reality especially for fashion magazines.

**Key words:** fashion, fashion magazines, loanwords, foreign words, adaptable words