

UDK 811.163.42'373:391  
Borana Morić-Mohorovičić  
Filozofski fakultet, Sveučilište u Rijeci  
bmoric@ffri.hr

## JEZIČNI TREND OVI HRVATSKIH MODNIH PORTALA<sup>1</sup>

U radu se govori o utjecaju engleskoga jezika na hrvatsko modno nazivlje koje je zabilježeno na hrvatskim modnim portalima *Buro 24/7*, *Fashion.hr* i *Extravagant*. Raščlamba uključuje leksičku i semantičku razinu. Korpus je podijeljen na pseudoanglizme, izravne posuđenice, poluprevedenice, doslovne prevedenice i sematičke posuđenice. Propituje se prihvaćenost i prilagodba anglizama u hrvatskom modnom nazivlju te opravdanost njihove uporabe u hrvatskom jeziku.

**Ključne riječi:** jezik mode, modni portali, jezik u dodiru, jezični prestiž

The article discusses the influence of the English language on the Croatian language of fashion observed on the Croatian fashion websites *Buro 24/7*, *Fashion.hr* and *Extravagant*. The analysis was conducted on the lexical and semantic levels. The corpus is divided into pseudo-Anglicisms, direct loanwords, semi-translated words, loan translations, and semantic loanwords. This is followed by a discussion of the acceptance and adaptation of Anglicisms in Croatian fashion terminology and the justification for their use in Croatian.

**Keywords:** language of fashion, fashion media, language contact, language prestige

### 1. Uvod

Suvremeno je društvo, promatrali ga na lokalnoj ili globalnoj razini, kompleksan sustav koji se, zbog stalnoga protoka materijalnih i nematerijalnih dobara, odlikuje kontinuiranom dinamičnošću i inovacijama. Uzmemo li u obzir globalizaciju kao činjenicu suvremenoga svijeta, uočiti ćemo da uz primarno lice te pojave kao politički i tržišno motiviranoga fenomena, tragove globalizacije nalazimo i u posljednjem protoku društvenih i kulturoloških vrijednosti i ideja, ali i svakodnevnih životnih navika.<sup>2</sup> Pritom valja istaknuti ulogu engleskoga kao globalnoga jezika koji je u posljednjih nekoliko desetljeća znatno utjecao na mnoge (europske) jezike.<sup>3</sup> Iako anglizmi<sup>4</sup> u europskim jezicima nisu nova pojava, novost je njihova proširenost „u svakodnevnoj komunikaciji i najrazličitijim domenama ljudskoga interesa, od različitih supkultura

---

<sup>1</sup> Ovaj je rad financiralo Sveučilište u Rijeci projektima uniri-human-18-13 1140 i uniri-human-18-285. Zahvaljujemo Ireni Meštrović Štajduhar na korisnim informacijama vezanim uz ovaj rad.

<sup>2</sup> V. npr. Martinić 1994; van Dijk 1998; Crano 2001; Akynova 2014; Butor i dr. 2015.

<sup>3</sup> V. npr. Görlsch 2002; Andreman, Rogers 2005; De Houwer, Wilton 2011; Andersen, Furiassi, Mišić Ilić 2017.

<sup>4</sup> Iako danas u lingvistici ne postoji suglasje oko definicije anglizma, taj se naziv najčešće koristi za izraz iz engleskoga jezika (britanskoga engleskog, američkoga engleskog ili pak za *English as a lingua franca* (ELF)) koji se koristi u nekom drugom jeziku.

preko industrije zabave i različitih nazivlja do naziva domaćih proizvoda, časopisa, televizijskih i radijskih emisija te tvrtki i obrta“ (Drljača-Margić 2012: 558). Uporabom se engleskoga jezika pojedinci i socijalne skupine (i/ili određeni proizvodi i stvari) često nastoje povezati s pozitivnim društvenim stereotipima koje vezujemo uz anglosaksonsku kulturu: globalizacija, rast, razvoj, uspjeh, bogatstvo, ljepota, mladost i sl. (usp. npr. Cheshire, Moser 1994; Gerristen i dr. 1999, 2007, 2010; Piller 2001; Ustinova, Bathia 2005). Prema tome, upravo se zbog uporabe engleskoga jezika pojedinci ili socijalne skupine osjećaju kao pripadnici poželjnoga, modernoga, kozmopolitskoga društva. Pritom valja napomenuti da nije važno poznaje li konzument (dobro) engleski jezik; važno je da prepoznaje da je riječ o engleskom jeziku.<sup>5</sup> Drugim riječima, jezikom koji nije nužno razumljiv svima ili nije na prvi pogled transparentan pokušava se osigurati ekskluzivnost. Prema tome, englesko je nazivlje postalo obvezatno jer se uz njega vezuju pozitivne konotacije i/ili se koristi zbog prestiža te poželjne razlikovnosti.<sup>6</sup>

Kao *lingua franca* modne industrije,<sup>7</sup> engleski jezik sve više prodire i u hrvatsko modno nazivlje. Tomu svakako doprinosi i činjenica da u hrvatskom jeziku nije izdan rječnik hrvatskoga modnog nazivlja<sup>8</sup> pa se nazivlje skovano i udomaćeno u američkom engleskom s manje otpora prelijeva u hrvatski jezik.<sup>9</sup>

## 2. Korpus istraživanja

Ciljevi su ovoga rada: a) analizirati zastupljenost engleskoga jezika u hrvatskom modnom nazivlju na vodećim hrvatskim modnim portalima; b) propitati razloge uporabe engleskoga jezika u hrvatskom modnom nazivlju na vodećim hrvatskim modnim portalima. Analizom je obuhvaćeno 180 članaka raznih dužina s domaćih modnih portala *Buro 24/7*, *Extravagant* i *Fashion.hr* objavljenih u razdoblju od studenoga 2015. do lipnja 2020. godine. Pri odabiru su spomenutih izvora u obzir uzete informacije o posjećenosti portala, kao i dostupnim statistikama o broju vanjskih poveznica koje vode na navedene portale.<sup>10</sup>

<sup>5</sup> Engleski jezik funkcionira kao 'jezična parada' (Eastman, Stein 1993), gdje jezik ne služi lingvističkoj komunikaciji, već da bi se pojedinac ili skupina povezali s atributima koje simbolički vezujemo uz govornike toga jezika (Cheshire, Moser 1994).

<sup>6</sup> V. npr. Balteiro, Campos 2012; Balteiro 2014.

<sup>7</sup> V. npr. Balteiro 2014; Furriasi 2015.

<sup>8</sup> „Terminološki rječnici omogućuju da se problemi uoče, da se značenja naziva preciziraju, razgraniče, da se odnosi među značenjima srede, da se utvrdi gdje postoje istoznačnice, a gdje nepotrebna višeznačnost, da se načini izbor između raznih naziva i raznih terminoloških sustava. Tamo gdje terminološki rječnici s kojih razloga ne otklanjaju nesređenosti, oni pokazuju u čemu je problem time što ga utvrđuju i opisuju.“ (Mihaljević 1998: 11)

<sup>9</sup> Napomenimo i da nedostatak takvoga terminološkog priručnika onemogućava potpuno razlikovanje novih ili novijih te starih ili starijih posuđenica engleskoga podrijetla u hrvatskom modnom nazivlju. Naime, pogledamo li analizirani korpus, suvremeni opći rječnici hrvatskoga jezika sustavno bilježe tek naziv *smoking*. Ipak, valja napomenuti da *Hrvatski jezični portal* bilježi i nazive: *nude look*, *casual look*, *look*, *pin up djevojka*, *outfit*, *event*, *boom*, *comeback*, *show*. Valja napomenuti da iz navedenih potvrda ne možemo zaključiti da je, primjerice, naziv *fashion week* u hrvatskom jeziku novija pojava od naziva *casual look*.

<sup>10</sup> Usp. <https://rating.gemius.com/hr/domains>; <http://www.statshow.com/>.

## 2. 1. Analiza

Kratkim se pregledom raščlambe potvrđenih posuđenica i prevedenica žele prikazati načini na koji se strani, uglavnom sintagmatski nazivi, ostvaruju i prevode. U posuđenica valja razmotriti pišu li se u ortografski prilagođenom obliku te jesu li anglizmi s izvornom grafijom istaknuti u pisanom tekstu. U prevedenica valja utvrditi načine na koji se engleski izrazi prevode. Raščlamba uključuje leksičku i semantičku razinu. Posebnu skupinu naziva čine pseudoanglizmi koji su rezultat *anglomanije*,<sup>11</sup> a time i prestiža engleskoga jezika.

### 2. 1. 1. Pseudoanglizmi

O uporabi engleskoga jezika zbog pomodnosti najbolje svjedoče pseudoanglizmi,<sup>12</sup> izrazi koji se sastoje „od engleskih elemenata ili od engleskih riječi skraćenih u novi lik” (Filipović 1990: 19), a koji u takvom liku ne postoje u engleskom jeziku.<sup>13</sup>

Takvi se izrazi ne koriste zato što su dijelom engleskoga jezika, već zato što zvuče ili izgledaju kao da su dijelom engleskoga jezika. Drugim riječima, zbog prestiža engleskoga jezika govornici ne samo da prihvaćaju engleske utjecaje, nego ih i *imitiraju*.<sup>14</sup>

Tako, primjerice, izrazi *nude look*, *maxi shopping* i *bohostyling* ne postoje u engleskome jeziku. *Nude look* kao pseudoanglizam označava odjeću, obuću i šminku u boji kože. Poticaj su mu mogli dati izrazi kao što su, primjerice, *nude dress* (haljina u boji kože), *nude lipstick* (ruž u boji tena), *nude pantyhose* (najlonke u boji kože).

*Maxishopping* kao pseudoanglizam označava kupnju velikoga broja proizvoda. Pritom valja napomenuti da Balteiro (2014) ostavlja mogućnost da je izvedenica *maxishopping* nastala od prefiksa latinskoga podrijetla *maxi-* te engleske riječi *shopping*.<sup>15</sup>

<sup>11</sup> O nazivu *anglomanija* v. Filipović 1990: 20.

<sup>12</sup> *Pseudoanglizmi* (v. npr. Filipović 1986; Onysko 2007, Fabijanić 2011) se u literaturi nazivaju i *lažnim anglizmima* (v. npr. Pratt 1997; Furiassi 2003; Balteiro, Campos 2012; Balteiro 2014) te *prividnim anglizmima* (v. npr. Fanfani 1991).

<sup>13</sup> U hrvatskoj literaturi izostaje (detaljnija) klasifikacija pseudoanglizama, što bi svakako dovelo i do njihove potpunije definicije. Iako se klasifikacije međusobno razlikuju u brojnih europskih autora (usp. npr. Yang 1990; Glahn 2002; Onysko 2007; Schneider 2008; Balteiro, Campos 2012; Balteiro 2014), možemo zaključiti da autori u pseudoanglizme uključuju i primjere u kojima određen izraz postoji u engleskome jeziku, ali mu se značenje razlikuje od onoga u ciljanome jeziku. Navedene izraze, čija se uporaba u hrvatskome jeziku udaljila od one u engleskome jeziku, tek manji dio hrvatskih jezikoslovaca spominje u kontekstu pseudoanglizama, usp. npr. Nikolić-Hoyt 2005.

<sup>14</sup> Za razliku od brojnih jezičnih i izvanjezičnih razloga posuđivanja izraza engleskoga podrijetla (v. npr. Drljača Margić 2011; Turk 2013), uporaba je pseudoanglizama isključivo rezultat prestiža engleskoga jezika, odnosno pozitivnih društvenih stereotipa koje povezujemo s engleskim jezikom. V. npr. Cheshire, Moser 1994; Piller 2001; Ustinova, Bathia 2005; Gerristen i dr. 2007; Gerristen i dr. 2010

<sup>15</sup> Balteiro (2014) navodi da je upravo *-ing* oblik riječi čest pseudoanglizam u modnom nazivlju.

Umjesto pseudoanglizma *bohostyling* u engleskom se jeziku za *boho-stil* koristi izraz *boho style*.

Nazivi *oversized* i *maxi kaputi* postoje u engleskom jeziku, ali im se značenje razlikuje od onoga u hrvatskome modnom nazivlju. *Oversized coats* su u engleskome jeziku kaputi koji se nose tako da izgledaju preveliko (preveliki kaputi), a *maxi coats* su kaputi koji su vrlo dugi. U hrvatskome se modnom nazivlju ova dva naziva kad zamjenjuju pa se duge kapute naziva *oversized* kaputima, prevelike kapute *maxi* kaputima ili im se pak značenje izjednačuje, bilo kao dugi, bilo kao preveliki kaputi.

Slično je i s pseudoanglizmom *peeling* koji u hrvatskom jeziku označava 'ljuštenje površinskoga sloja kože kozmetičkim sredstvima u estetske svrhe'. U engleskom mu jeziku odgovara istovrijednica *facepeel* (ako se radi o licu) te *bodypeel* (ako se radi o tijelu). Naziv *peeling* u engleskom jeziku označava 'guljenje, ljuštenje; guljotinu, oguljen komad kore ili oguljen komad kože'.

U korpusu je potvrđen i pseudoanglizam *smoking*. Danas se u britanskom engleskom za svečano večernje muško odijelo koristi naziv *dinner jacket*, a u američkom *tuxedo*. Ipak, valja napomenuti da je *smoking jacket* dijelom engleskoga jezika u značenju *kućne jakne, kućnog ogrtača*.

Moguće je da lažni anglicizmi koje koriste govornici kojima engleski jezik nije materinski postanu dijelom engleskoga jezika. Takav je primjer *outlet* (Balteiro, Campos 2012), trgovina s prošlogodišnjom sniženom kolekcijom odjeće, obuće, nakita, kozmetike, koji je potvrđen i u analiziranom korpusu.

## 2. 1. 2. Izravne posuđenice

Pod izravnim se posuđenicama podrazumijeva prijenos cjelokupnoga leksema, i izraza i sadržaja, iz engleskoga jezika u hrvatski jezik:

*animal print; back up plan; beauty look; beach waves; color blocking; dad sneakers; comeback; event; dress code; Fashion Month; fashion week; lifestyle; street style; celebrity; street style celebrity; leg day; streetwear; clean slate; casual look; total look; look; outerwear; basic outfit; honorable mention; must-have; patchwork; boom; buyer; limited edition; teaser; fashionista; show; messy bun.*

## 2. 1. 3. Poluprevedenice

Poluprevedenica je tip prevedenice u kojoj se jedan dio prevodi, i to doslovno, a drugi zadržava u neprevedenom obliku. U našem su korpusu najčešći izrazi u kojima je na prvom mjestu engleski, a na drugom domaći element: *statement nakit* < engl. *statement jewelry*; *statusna torba* < engl. *status bag*; *statement modni dodatak* < engl. *statement accessories*; *oversized šal* < engl. *oversized scarf*; *oversized dugmad* < engl. *oversized buttons*; *pencil suknja / pencil-suknja* < engl. *pencil skirt*; *bling-bling detalji* < engl.

*bling-bling details; ready-to-wear kolekcija* < engl. *ready-to-wear collection*; *chunky tenisice* < engl. *chunky sneakers*; *pinup-djevojka / pinup djevojka* < engl. *pinup-girl*; *streetwear komadi* < engl. *streetwear pieces*; *skinny traperice* < engl. *skinny jeans*.

Manja je pojavnost izraza u kojima je na prvom mjestu domaći, a na drugome strani element: *ljetni lookbook* < engl. *summer lookbook*; *zimski outfit* < engl. *winter outfit*; *popularni sweater* < engl. *popular sweater*; *sportski look* < engl. *sports look*.

#### 2. 1. 4. Doslovne prevedenice

U doslovnim se prevedenicama vjerno preslikava strani model na strukturnoj i semantičkoj razini. Elementi iz jezika davaoca zamjenjuju se domaćim elementima po načelu član za član. U analiziranom smo korpusu pronašli tek nekoliko primjera doslovnih prevedenica:

*vrećasta odjeća* < engl. *baggy clothes*; *zlatna mladež* < engl. *golden youth*.

Potvrđena su i dva primjera paralelne uporabe prevedenice i posuđenice:<sup>16</sup>

*poslovni čovjek / biznismen* < engl. *businessman*; *predjesenska kolekcija / pre-fall collection* < engl. *pre-fall collection*.

#### 2. 1. 5. Semantičke posuđenice

Semantička posuđenica<sup>17</sup> nastaje kada se autohtonome ili ranije posuđene i integriranome leksemu pridružuje novo, dodatno značenje. Primivši novo značenje, većina domaćih leksema ne napušta svoja stara značenja.

*izbaciti* hrv. '*pustiti u prodaju novi proizvod*; *pustiti u javnost kakvu novost*' < engl. *launch* '*pustiti u javnost*; *pustiti u prodaju*'; *lansirati* hrv. '*započeti uspješnu karijeru*' < engl. *launch* '*započeti novi posao ili karijeru*'; *začiniti* hrv. '*pojačati privlačnost i zanimljivost*' < engl. *spice* '*učiniti zanimljivim*'; *ljepotica* < engl. *beauty* '*prekrasan primjerak, obično nečega vrijednog, npr. nakita*'; *majka* < engl. *mother* '*inspiracija; poticaj*'

Napomenimo da nazivi *ljepotica* i *majka* u potvrđenim značenjima nisu zabilježeni u (općim) rječnicima hrvatskoga jezika.

<sup>16</sup> Uz svaku posuđenicu ne stoji nužno prevedenica, ali svakoj prevedenici prethodi, iako možda i vrlo kratko, uporaba posuđenice. O ovoj temi v. npr. Muhvić-Dimanovski 1992; Turk 2006.

<sup>17</sup> U literaturi supostoji naziv semantička prevedenica. U hrvatskom se jezikoslovlju ustalio naziv semantička posuđenica „jer je transparentan i u potpunosti odgovara pojmu na koji se odnosi” (Turk 2013: 279), pa se rabi u ovom radu.

## 2. 2. O nekim aspektima prihvaćenosti i prilagodbe posuđenica iz engleskoga jezika u hrvatskom modnom nazivlju

„Što je jezik prestižniji, to je tendencija prilagođavanja vlastitom sustavu slabija” (Nikolić-Hoyt 2005: 181), stoga ne čudi da je u hrvatskom modnom nazivlju sve više prisutna tendencija zadržavanja izvorne grafije engleskoga jezika. Ipak, valja napomenuti da su takvi izrazi u tekstovima često istaknuti signalima (kurziv, uporaba navodnika te uvođenje izraza s tzv.)<sup>18</sup> koji upozoravaju da se radi o novim, nepoznatim riječima koje su neprilagođene hrvatskom jezičnom standardu:

*Combat* gležnjače naglašene su metalnim kopčama, kožnim remenima i resicama, dok se klasične *biker* čizme vraćaju u verziji s resicama. ([fashion](#))

Tjedan mode u New Yorku bliži se kraju, a *street style* postaje sve zabavniji. ([buro247](#)) Čini se kako i sam dizajner želi *clean slate* te se u ovoj kolekciji odmaknuo od *streetwear* duha. ([buro247](#))

„Statement” modni dodatak. ([buro247](#))

Upravo zato ovaj format i nosi popularan naziv „guilty pleasure”. ([fashion](#))

Dizajnerica je uspjela čak i u tome da tzv. hobo torbu pretvori u suvremeni komad. ([buro247](#))

Ima li tzv. *solutionwear* istu vrijednost, ali i negativnu konotaciju kao nekoć korzet? ([fashion](#))

Potvrđeni su i primjeri u kojima su izravne posuđenice u tekstu istaknute dvama signalima (izrazom s tzv. te navodnicima):

U Zari sutra kreće tzv. „mid season sale”. ([buro247](#))

Kolekcija je cijela u tzv. „color blockovima”. ([fashion](#))

Takvim su signalima obilježene i recentne semantičke posuđenice:

Victoria Beckham nedavno je proglašena „majkom” mode za putovanja [...]. ([buro247](#))

Da engleski naziv nije nužno razumljiv čitateljima, potvrđuju primjeri u kojima se navodi i domaći naziv i/ili objašnjenje:

Tenisice visokog gležnja ili *high top shoes* na engleskom, popunile su police trgovina za nadolazeće proljeće. ([extravagant.com](#))

Radi se, naime, o vrlo simpatičnim kapama, koje pomalo podsjećaju na dio neke službene uniforme, a popularno se nazivaju „*baker boy hat*”. ([fashion](#))

Znate li što je „Gym Skin”? Prirodni ten koji je ovog proljeća obavezan te da koža lica izgleda kao da ste netom izišli iz fitness centra. [...] ([buro247](#))

Radi se, naime, o vježbanju mišića lica, tzv. *face fitnessu*. ([buro247](#))

Ne smijem zaboraviti niti na Jareda Leta i Pharrella, koji su dio ekipe koja je proslavila tzv. „*guyliner*”, odnosno nošenje olovke za oči na frajerima. ([fashion](#))

<sup>18</sup> O uporabi takvih signala v. npr. Muhvić-Dimanovski 1992: 124.

Engleski su se izrazi ustalili u hrvatskom modnom nazivlju, o čemu svjedoče i primjeri tzv. mješovite tvorbe, tj. riječi koje imaju engleski korijen i hrvatske afikse:

Leila Yavari, zgodna buyerica Style.Bop stranice. ([buro247](#))

Ono što volimo kod jesenskih kaputa činjenica je kako su iznimno fluidnih krojeva. ([fashion](#))

Poznate trendseterice nose Ancient Greek. ([extravagant.com](#))

Eklektične i tople veste idealne za snježne dane. ([buro247](#))

Satovi po mjeri pravih fashionistica. ([fashion](#))

Gdje shoppingirati u Ljubljani? ([buro247](#))

Vrijeme prije početaka hektičnih tjedana mode. ([fashion](#))

Je li influencanje posao? ([buro247](#))

Ultimativni trend koji obožavaju baš svi. ([extravagant.com](#))

Dizajnerica nove kolekcije je australska dizajnerica Ava Nirui kojoj ovo nije prva kolaboracija s luksuznom modnom kućom. ([fashion](#))

Važno je napomenuti da primjeri tzv. mješovite tvorbe sustavno nisu označeni signalima iz čega možemo zaključiti da se, premda su često (i) ortografski neprilagođeni hrvatskom jeziku, stvara privid njihove uklopljenosti u hrvatski jezični standard.

Iz analize je navedenoga korpusa vidljivo da je kod velikoga broja engleskih posuđenica prisutna tendencija da anglizam zadrži ortografski oblik modela, pri čemu se adaptirani model obično javlja kao manje uobičajena varijanta:<sup>19</sup>

*brand* / fonetizirano napisano *brend*; *trendy* / fonetizirano napisano *trendi*; *stylish* / fonetizirano napisano *stajliš*; *insider* / fonetizirano napisano *insajder*; *trendsetter* / fonetizirano napisano *trendseter*. Posebno valja istaknuti i primjer *celebrity* uz koji je potvrđen i *celebriti* (umjesto (očekivanoga) fonetiziranog *selebriti*). Držimo da potonji primjer pokazuje tendenciju u kojoj se nastoji što manje udaljavati od engleskoga predloška pa se prilagođavaju samo grafemi koje hrvatski sustav ne poznaje.

U polusloženica u kojima uz imenicu koja je nosilac sintagme dolazi imenica u istom padežu u službi atributa/apozicije daje se uočiti i ortografski problem – kolebanja u pisanju spojnice.<sup>20</sup> Tako se primjerice iste sastavnice pišu sa spojnicom (npr. *pencil-suknja*; *pinup-djevojka*) i bez nje (*pencil suknja*; *pinup djevojka*). Riječ je o primjerima koji su u hrvatskom jeziku u dužoj uporabi. U novijim se izrazima (npr. *statement nakit*, *streetwear komadi*) sastavnice dosljedno pišu bez spojnice. Zamjetna je činjenica da su poluprevedenice koje su u dužoj uporabi bolje prilagođene normi hrvatskoga jezika.

<sup>19</sup> Barić i Malić (1986: 91) zaključuju da je problem ortografske nedosljednosti prisutan dugi niz godina, samo što je u novije vrijeme neusporedivo veći.

<sup>20</sup> Iako se takve konstrukcije u praksi redovito pišu rastavljeno, hrvatska normativistička literatura preporučuje pisanje polusloženice u atribucijskom odnosu ili zamjenu mjesta u apozicijskom odnosu. Usp. npr. Badurina i dr. 2008; Jozić i dr. 2013.

### 3. Razlozi uporabe posuđenica (engleskoga podrijetla) u hrvatskom modnom nazivlju

Iako je neosporno da je prestiž engleskoga jezika i (anglosaksonske) kulture najznačajnije motivacijsko sredstvo za (masovno) preuzimanje engleskih elemenata u hrvatski, ne treba izostaviti i druge moguće razloge uporabe anglicizama u hrvatskom modnom nazivlju.<sup>21</sup>

U velikoj mjeri anglicizmi označavaju nove sadržaje nastale na anglosaksonskom prostoru pa se nova riječ preuzima zajedno s novim pojmom. Takve riječi često popunjavaju leksičku prazninu u hrvatskom jeziku.

Međutim, i nakon pronalaska hrvatskih zamjena često je supostojanje posuđenice i hrvatskoga naziva, ponekad i u istom tekstu, npr. *outfit* / *odjevna kombinacija*; *accessories* / *modni dodaci*; *party* / *zabava*; *pre-fall kolekcija* / *predjesenska kolekcija*; *oversized* / *predimenzioniran*; *look* / *odjevna kombinacija* / *izgled* / *pogled*). Ipak, valja napomenuti da se hrvatski izrazi javljaju sporadično. Zašto je tomu tako?

Anglicizmi se često rabe zbog ekonomičnosti, primjerice *outfit* > *odjevna kombinacija*; *chunky tenisice* > *tenisice izraženih potplata i jarkih boja*; *color blocking* > *uparivanje dviju ili triju izražajnih boja u širokim poljima na odjevnom predmetu ili odjevnoj kombinaciji*; *accessories* > *modni dodaci*; *streetwear* > *udobna, moderna odjeća*; *total look* > *odjevna kombinacija u jednoj boji ili jednom uzorku*. Takve su riječi i zvučnije i pamtljivije od višesložnih zamjena ili višerječnih izraza u hrvatskome jeziku.<sup>22</sup>

Strane riječi zvuče privlačnije, modernije i poželjnije od demistificiranoga prijevoda, primjerice *buyer* > *kupac*; *event* > *događaj*; *party* > *zabava*; *street style* > *ulični stil*; *fashion week* > *tjedan mode*; *oversized kaput* > *predimenzionirani kaput*, *clean slate* > *novi početak*.<sup>23</sup>

Anglicizmi često preciznije imenuju određeni pojam negoli domaće zamjene. Primjerice, *comeback* nije bilo koji povratak, već *povratak u popularnost*. Prema tome, *comeback* je tzv. *hiposinonim*<sup>24</sup> koji je prema hrvatskoj zamjeni *povratak* u odnosu sinonimije (zbog osnovnoga značenja) te u odnosu hiponimije (zbog dodatnoga značenja).

Potvrđeni su i primjeri u kojima se jednosložna engleska riječ upotrebljava umjesto većeg broja domaćih riječi različita značenja, npr. *it* (popularan; moderan; poželjan; omiljen), *top* (najbolji; najljepši; najpopularniji; najpoželjniji; najskuplji), *cool* (moderan,

<sup>21</sup> O razlozima uporabe posuđenica (engleskoga podrijetla) usp. Drljača-Margić 2011.

<sup>22</sup> Anglicizmi „štete vrijeme i energiju pri govoru, a prostor pri pisanju ili tiskanju. Zamjenski izrazi u drugim jezicima često su predugi, nezgrapni i čine se isforsiranima u usporedbi s izrazima engleskoga podrijetla [...]” (Drljača Margić 2011: 59).

<sup>23</sup> „Engleski nosi konotacije modernoga, privlačnoga i zanimljivoga, pa uporaba domaćih izraza često nema isti društveno-psihološki učinak koji ima uporaba engleskih naziva.” (Drljača-Margić 2011: 59)

<sup>24</sup> O pojmu *hiposinonim* usp. Prčić 2005: 148.



dojmljiv, privlačan, otkačen, poželjan), *hot* (dojmljiv, privlačan, otkačen, poželjan, moderan), *look* (odjevna kombinacija; izgled; pogled).

Osim činjenice da nude potpuniji opis od hrvatskih zamjena, njihovoj rastućoj prisutnosti doprinosi i lakoća sklapanja složenih izraza (npr. *it jakna, it torba, it cipele, it komad, it djevojke, it stvarčica. it naočale...*; *top Instagram profili, top 5; top proizvod; top mjesto; top destinacija; top restoran...*; *cool torbica, cool tenisice, cool cipele, cool mjesto, cool bar, cool kupači kostim, cool komad...*; *hot komadi, hot jakna, hot majica, hot lista, hot ilustracije, hot dizajneri...*; *evening look, casual look, look dana, pankerski look...*).

Engleski su izrazi također poželjni zbog svoje neutralnosti „jer su često, za razliku od domaćih izraza, oslobođeni tradicionalnih, kulturnih i emocionalnih konotacija” (Drljača Margić 2011: 61), npr. *geek fashion* > \**moda za štrebere*.

#### 4. Umjesto zaključka

„Biti moderan znači biti ispred mode“ (Butor i dr. 2015: 273), a s obzirom na to da je engleski jezik preuzeo ulogu *trendsetera*, kako su Balteiro, Campos (2012) zaključili proučavajući jezik mode, nije neobično što su englesko modno nazivlje prigrlili i hrvatski govornici.

Ipak, valjalo bi utvrditi koliko je jezik hrvatskih modnih medija razumljiv domaćim čitateljima te smatraju li da ih uporaba anglizama ili pseudoanglizama čini modernim, suvremenim te istovremeno naprednijim pripadnicima društva od onih govornika koji ne prate najnovije (jezične) trendove.

#### IZVORI

Buro 24/7. [Na spletu.](#)  
 Extravagant. [Na spletu.](#)  
 Fashion. [Na spletu.](#)  
 GemiusRating. [Na spletu.](#)

#### LITERATURA

- Damira AKYNOVA i dr., 2014: Language Choice among the Youth of Kazakhstan: English as a Self-Representation of Prestige. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 143. 228–32.
- Gunilla ANDERMAN, Margaret ROGERS (ur.), 2005: *In and Out of English: For Better, For Worse*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Multilingual Matters.

- Gisle ANDERSEN, Cristiano FURIASSI, Biljana MIŠIĆ ILIĆ, 2017: The pragmatic turn in studies of linguistic borrowing: Introduction to special issue on Pragmatic Borrowing. *Journal of Pragmatics* 113. 71–76.
- Vladimir ANIĆ, 2000: *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi Liber.
- Vladimir ANIĆ, 2015: *Aničev školski rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Znanje.
- Lada BADURINA, Ivan MARKOVIĆ, Krešimir MIĆANOVIĆ, 2008: *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Isabel BALTEIRO, Miguel Angel CAMPOS, 2012: False anglicisms in the Spanish language of fashion and beauty. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos* (AELFE) 24. 233–60.
- Isabel BALTEIRO, 2014: The influence of English on Spanish fashion terminology: -ing forms. *Journal of English for Specific Purposes at tertiary level* 2/2. 156–73.
- Eugenija BARIĆ, Dubravka MALIĆ, 1986: O problemu polusloženica. *Jezik* 3/4. 90–104.
- Michel BUTOR i dr., 2015: Fashion and the Modern. *Art in Translation* 7/2. 266–81.
- Jenny CHESHIRE, Lise-Marie MOSER, 1994: English as a cultural symbol: the case of advertisements in French-speaking Switzerland. *Journal of multilingual and multicultural development* 15/6. 451–69.
- William D. CRANO, 2001: Directed social influence. *The social mind: Cognitive and motivational perspectives on social behaviour*. Ur. J. P. Forgas, K. D. Williams, L. Wheeler. New York, Cambridge: Cambridge University Press. 389–405.
- Annick DE HOUWER, Antje WILTON (ur.), 2011: *English in Europe today: Sociocultural and educational perspectives*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Branka DRLJAČA MARGIĆ, 2006: Anglicizmi u ekonomskom nazivlju hrvatskoga jezika. *Fluminensia*. 18/1. 65–85.
- Branka DRLJAČA MARGIĆ, 2009: Latentno posuđivanje u hrvatskome i drugim jezicima – posljedice i otpori. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 35. 53–71.
- Branka DRLJAČA MARGIĆ, 2010: Engleski element u oglašavanju na hrvatskome i srpskome jeziku. *Hrvatski pogledi na odnose između hrvatskoga, srpskoga i bosanskoga/bošnjačkoga jezika*. Ur. Branko Tošić. Zagreb: Izvori. 263–79.
- Branka DRLJAČA MARGIĆ, 2011: Leksički paralelizam: je li opravdano govoriti o nepotrebnim posuđenicama (engleskoga podrijetla)? *Fluminensia* 23/1. 53–66.
- Branka DRLJAČA MARGIĆ, 2012: Stavovi prema konotativnim posuđenicama engleskoga podrijetla. *Hrvatski pogledi na odnose između hrvatskoga, srpskoga i bosanskoga/bošnjačkoga jezika* 2. Ur. Branko Tošović, Arno Wonisch. Graz, Zagreb: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität, Izvori. 558–73.
- Ivo FABJANIĆ, 2010: Reinterpretacija elipse u formiranju anglicizama. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 36/2. 251–73.
- Massimo FANFANI, 1991: Sugli anglicismi nell'italiano contemporaneo. *Lingua nostra*. LII. 11–89.
- Rudolf FILIPOVIĆ, 1986: *Teorija jezika u kontaktu. Uvod u lingvistiku jezičnih dodira*. Zagreb: JAZU, Školska knjiga.
- Rudolf FILIPOVIĆ, 1990: *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku: porijeklo – razvoj – značenje*. Zagreb: JAZU, Školska knjiga.

- Cristiano FURIASSI, 2003: False Anglicisms in Italian Monolingual Dictionaries: A Case Study of some Electronic Editions. *International Journal of Lexicography* 16/2. 121–42.
- Cristiano FURIASSI, Henrik GOTTLIEB (ur.), 2015: *Pseudo-English: Studies on False Anglicisms in Europe*. Berlin, New York: De Gruyter Mouton.
- Marinel GERRISTEN i dr., 2000: English in Dutch Commercials: Not Understood and Not Appreciated. *Journal of Advertising Research* 40/4. 17–31.
- Marinel GERRISTEN i dr., 2007: English in product advertisements in Belgium, France, Germany, the Netherlands and Spain. *World Englishes*. Ur. Bolton Kingsley, Daniel Davis. 26/3. 291–351.
- Marinel GERRISTEN i dr., 2010: English in Product Advertisements in Non-English-Speaking Countries in Western Europe. *Product Image and Comprehension of the Text, Journal of Global Marketing* 23/4. 349–65.
- Richard GLAHN, 2002: *Der Einfluss der Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache: eine Analyse öffentlich gesprochener Sprache am Beispiel 'Fernsehdeutschen'*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Manfred GÖRLACH, 2002: *Still more Englishes*. Amsterdam: John Benjamins.
- Marijana HORVAT, Barbara ŠTEBIH GOLUB, 2010: Posljedice internacionalizacije u hrvatskome jeziku. *Rasprave instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 36/1. 1–21.
- Ljiljana JOJIĆ (ur.), 2015: *Veliki rječnik hrvatskog standardnog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.
- Željko JOZIĆ i dr., 2013: *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
- Lucilla LOPRIORE, Cristiano FURIASSI, 2015: The influence of English and French on the Italian language of fashion: Focus on false Anglicisms and false Gallicisms. *Pseudo-English: Studies on false Anglicisms in Europe*. Ur. Cristiano Furiassi, Henrik Gottlieb. Boston, Berlin: De Gruyter Mouton. 197–226.
- Tena MARTINIĆ, 1994: *Postmoderna, svakidašnjica, komunikacija*. Opatija: Naklada Benja.
- Milica MIHALJEVIĆ, 1998: *Terminološki priručnik*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Vesna MUHVIĆ-DIMANOVSKI, 1986: O paralelnoj uporabi posuđenica i njihovih prevedenica. *Filologija* 14. 247–53.
- Vesna MUHVIĆ-DIMANOVSKI, 1992: Prevedenice – jedan oblik neologizama. *Rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti* 446. 94–205.
- Vesna MUHVIĆ-DIMANOVSKI, Anita SKELIN HORVAT, 2006: O riječima stranoga podrijetla i njihovu nazivlju. *Filologija* 46/47. 203–15.
- Anja NIKOLIĆ-HOYT, 2003: Hrvatski u dodiru s engleskim jezikom. *Riječ* 9/1. 48–55.
- Anja NIKOLIĆ-HOYT, 2005: Hrvatski u dodiru s engleskim jezikom. *Hrvatski jezik u dodiru s europskim jezicima. Prilagodba posuđenica*. Ur. Lelija Sočanac. Zagreb: Nakladni zavod Globus. 179–205.
- Alexander ONYSKO, 2007: *Anglicisms in German: borrowing, lexical productivity, and written codeswitching*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Nives OPAČIĆ, 2007: Prodor engleskih riječi u hrvatski jezik. *Jezik* 54/1. 22–27.
- Nives OPAČIĆ, 2012: *Hrvatski ni u zagradama. Globalizacijska jezična teturanja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Višnja PAVIČIĆ TAKAČ i dr., 2015: Croatian and English in contact: *Evribadi spiks ingliš, but do we understand Croatian? Multidisciplinary Approaches to Multilingualism*.

- Ur. Kristina Cergol Kovačević, Sanda Lucija Udier. Frankfurt am Mein: Peter Lang. 51–74.
- Ingrid PILLER, 2001: Identity constructions in multilingual advertising. *Language in Society* 30/2. 153–86.
- Chris PRATT, 1997: Anglicisms in the Academy dictionary. No pasáran. *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense* 5. 279–95.
- Tvrtko PRČIĆ, 2005: *Engleski u srpskom*. Novi Sad: Zmaj.
- Rječnik hrvatskoga jezika*, 2000. Zagreb: LZ Miroslav Krleža, Školska knjiga.
- Wolf SCHNEIDER, 2008: *Speak German! Warum Deutsch manchmal besser ist*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Marija TURK, 2006: Naporedna uporaba posuđenica i prevedenica u hrvatskome jeziku. *Riječki filološki dani VI*. Ur. Ines Srdoč-Konestra, Silvana Vranić. Rijeka: Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci. 165–82.
- Marija TURK, 2013: *Jezično kalkiranje u teoriji i praksi. Prilog lingvistici jezičnih dodira*. Zagreb, Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada, Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci.
- Irena P. USTINOVA, Tej K. BHATIA, 2005: Convergence of English in Russian TV commercials. *World Englishes* 24/4. Ur. Bolton Kingsley, Daniel Davis. 495–508.
- Teun A. VAN DIJK, 1998: *Ideology*. London: Sege.
- Wenliang YANG, 1990: *Anglizismen in Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins 'Der Spiegel'*. Tübingen: Niemeyer.

## POVZETEK

Članek obravnava vpliv angleškega jezika na hrvaško modno izrazoslovje, ki je vključeno in uporabljano na vodilnih hrvaških modnih portalih Buro 24/7, Fashion.hr in Extravagant. Natančneje, prispevek analizira prevzeto angleško leksiko v hrvaškem modnem izrazoslovju na treh omenjenih portalih in se sprašuje o razlogih in upravičenosti njihove uporabe. Razčlenitev vključuje oz. upošteva tako pomenotvorni/leksikalni kot besedotvorni vidik. Obravnavani nabor leksike je razdeljen na psevdoanglizme (na primer *nude look*, *maxishopping*, *bohostyling*, *peeling*); neposredne/citatne izposojenke (na primer *animal print*, *back up plan*, *beauty look*, *color blocking*, *dad sneakers*, *comeback*, *event*, *dress code*, *Fashion Month*, *total look*, *outwear*, *basic outfit*, *limited edition*, *fashionista*); polprevedenke (na primer *statusna torba*, *oversized šal*, *chunky tenisice*, *ready-to-wear kolekcija*, *skinny traperice*, *ljetni lookbook*, *popularni sweater*); dobesedne/kalkirane prevedenke (na primer *predjesenska kolekcija*, *zlatna mladež*, *vrećasta odjeća*) in semantične prevedenke (na primer *začiniti*, *lansirati*, *ljepotica*). Obravnavane so torej različne stopnje prevzetosti in vzporedno z njimi tudi trenutne poimevalne zmožnosti v hrvaščini.