

SEMANTIKA ANGLICIZAMA U SRPSKOM JEZIKU U REGISTRU MODE

Poslednjih decenija dešavaju se velike promene u leksičkom fondu srpskog jezika u gotovo svim registrima, i to naročito pod uticajem engleskog jezika. Sva najnovija dostignuća i najnoviji trendovi u oblasti nauke, tehnologije, mode i ostalih sfera u ljudskom životu i delovanju javljaju se u okvirima anglofone kulture. Kao takvi, oni se, naravno, šire preko engleskog jezika. Jezici koji dolaze u kontakt s engleskim, preuzimaju engleske reči radi imenovanja novih pojmova, pojava, predmeta, tj. popunjavaju leksičke praznine, što je potvrda velikog komunikativnog značaja anglicizama. Upravo opisana situacija je ideal; međutim trenutno stanje u domenu pozajmljivanja engleskih reči preraslo je tu fazu. Preciznije bi se moglo opisati kao nekontrolisano „preuzimanje“ i utapanje u anglo-američku kulturu. Prčić (2005: 77, 183) ovu pojavu slikovito naziva jezičkom anglomanijom, koja je u proteklih desetak godina doživela pravu eksploziju, te prešla u svoj ekstremni stadijum – jezički angloholizam. Zato, čini se, trebalo bi razmisliti o tome da li anglicizmi uvek imaju tako veliki komunikativni potencijal, tj. da li imaju novi smisao i denotaciju, ili je njihov značaj više u vezi sa asocijacijom, te postizanjem određenog stilskog efekta.

Predmet istraživanja u ovom radu jesu pozajmljenice iz engleskog jezika u srpskom, tj. anglicizmi, u registru mode. Reči iz ovog registra deo su našeg svakodnevnog života. Gotovo svakodnevno kupujemo ili prilikom kupovine nailazimo na **dezodorans, rolon, mejkap, piling kremu, šampon za volumen, džemper, top, džins**, i slično. Upravo zbog njihove prisutnosti u vokabularu svakog čoveka, kao i zbog učestalosti upotrebe, možda baš kroz ovaj registar možemo najbolje sagledati u kolikoj meri su anglicizmi preplavili srpski jezik i koliko su komunikativno opravdani, a s druge strane, koliko govore o nemotivisanosti i lenjosti naše populacije da koriste kreativni potencijal sopstvenog jezika.

Analiza je ograničena na semantičke aspekte. U tom smislu ispituje se:

(1) **značenje** anglicizama u odnosu na njihove engleske **modele** (termin prema Filipoviću 1986: 38), preciznije *broj* i *obim* prenetih značenja

(2) **opravdanost** anglicizama, tačnije **komunikativna opravdanost**.

Komunikativno opravdani anglicizmi unose novi pojam za koji već ne postoji leksema u srpskom jeziku. Ovu kategoriju određuju tri faktora:

(a) **inovativnost** – da li leksema unosi novi pojam,

(b) **zamenljivost** – da li leksema koja se odnosi na isti denotat već postoji u srpskom jeziku,

(c) **kreativnost** – da li se elegantno može skovati leksema koristeći potencijal srpskog jezika

Osnovna tendencija pri leksičkom pozajmljivanju uopšte jeste *monosemizacija*, tj. smanjenje broja značenja anglicizma u odnosu na značenja modela, što je i logično jer se anglicizam uvek vezuje za jedan specifičan kontekst, u kom zadovoljava potrebu za imenovanjem preuzetog pojma ili predmeta iz anglofone kulture i engleskog jezika. Zato se pri razmatranju značenja anglicizma u odnosu na model uzimaju u obzir samo promene unutar jednog značenja, samo onog koje se prenosi u anglicizam. Nema mnogo reči koje imaju samo jedno značenje. Takve su, na primer, sledeće reči: *trendy, pullover, cardigan, piercing, ...*

trendy, adj – extremely fashionable, but often silly or annoying:

cardigan, n – a jacket knitted from wool, that you fasten at the front with buttons or a zip

pullover, n – a warm piece of clothing without buttons that you wear on the top part of your body

piercing, n – the practice of having a hole made through a part of your body so that you can put jewellery in it

Sasvim nasuprot tome, uobičajena pojava u jeziku jeste **polisemija**, odnosno dvoznačnost sadržine (Prčić 1997: 25). Dakle, reči tipično imaju više značenja koja su međusobno povezana po nekom kriterijumu. Pogledajmo polisemiju samo jedne engleske reči:

make-up, n

(1) [UC] substances such as powder, creams, and lipstick that some women and also actors put on their faces to improve or change their appearance: eye make-up, thick make-up → S: ŠMINKA

(2) [Sg] a particular combination of people or things that form a group or whole: the make-up of the team → S: SASTAV

(3) sb's make-up – the qualities, attitudes etc in someone's character: psychological make-up → S: KARAKTER, (MENTALNI) SKLOP

(4) (AmE) a test taken in school because you were not able to take a previous test → S: DODATNI/ DOPUNSKI TEST

Nadalje sledi semantička analiza nekih od anglicizama iz korpusa ekscerpiranog iz modnih časopisa: *Lisa, Lea, Ana, Lepota i zdravlje, Cool Girl*. Registar mode definisan je tako da obuhvata reči koje označavaju stil uopšte (npr. luk, stajling, trendi, ...), odevne predmete (npr. džins, top, pačvork), kozmetičke proizvode i postupke (npr. mejkap, (fejs)lifting, rolon, ...).

Anglicizmi su razvrstani u šest kategorija, na osnovu različitih semantičkih odnosa koje pokazuju prema modelu, kako u pogledu broja, tako i obima značenja:

(a) anglicizmi sa smanjenim brojem značenja

(b) anglicizmi sa povećanim brojem značenja

(c) anglicizmi bez promene obima značenja

- (d) anglicizmi sa suženim obimom značenja
- (e) anglicizmi sa proširenim obimom značenja
- (f) anglicizmi s metonimijskim prenosom značenja

Unutar tih kategorija, oni su dalje podeljeni u tri grupe prema komunikativnoj opravdanosti:

(a) opravdani – imenuju nov pojam za koji ne postoji srpska leksema (npr. *stilista*)

(b) neopravdani – imenuju pojam za koji već postoji srpska leksema; dakle, u srpskom nema leksičke praznine (npr. *tatu* = TETOVAŽA).

(c) poluopravdani – imenuju nov pojam, koji se može imenovati deskriptivno, srpskim sintagmama. Tu dolazi do sukoba između principa jezičke ekonomičnosti, koji podrazumeva upotrebu što manje jezičkih sredstava pri izražavanju sadržaja, i principa kreativnosti, koji podrazumeva razvijanje izražajnog potencijala u jednom jeziku.

Kategorija poluopravdanosti, koja očito podrazumeva gradijentnost, tj. kontinuum između opravdanog i neopravdanog pola, zapravo je u skladu sa stavom Bugarskog (1996: 17) i Klajna (1967) prema razlikovanju domaćih i stranih reči. Oni ističu da podela reči na strane i domaće nije prosta dihotomija, već kontinuum na kojem se mogu poredati reči u različitim stepenima adaptacije u jeziku primaocu. Slično tome, za neke strane reči nije lako apsolutno odrediti da li imaju veći komunikativni ili samo stilski potencijal.

ANGLICIZMI SA SMANJENIM BROJEM ZNAČENJA:

U skladu sa pomenutim fenomenom monosemizacije, u ovu kategoriju spadaju svi anglicizmi osim onih čiji modeli imaju samo jedno značenje (npr. *trendy, pullover, cardigan, piercing*).

Anglicizmi sa povećanim brojem značenja: u korpusu nema primera koji bi spadali u ovu kategoriju

ANGLICIZMI BEZ PROMENE OBIMA ZNAČENJA:

NEOPRAVDANI ANGLICIZMI:

E: *trendy* – extremely fashionable; relating to the latest fashion

S: *trendi* – MODERNO, NOSI SE: Underground stil je **trendi**. / **trendi** odeća

E: *in* – if clothes, colours etc are in, they are fashionable

S: *in* – MODERNO, NOSI SE: sjaj je **in** / potpuno nov i **in** izgled / izgledati **in** / T-majice sa printom trenutno su **mega «in»**

E: *make-up*¹, *n* – (1) substances such as powder, creams, and lipstick that some women and also actors put on their faces to improve or change their appearance.

S: *mejkap*¹, *n* – (1) ŠMINKA, KOZMETIČKI PREPARATI: sofisticirani **mejk-ap**/ staviti **mejkap** na akne

E: *tattoo* – a permanent picture that is drawn on a part of your body by putting ink into your skin with a needle

S: *tatu* – TETOVAŽA: trajni **tattoo**

E: A-line, adj – an A-line skirt fits closely around the waist and is slightly wider at the bottom

S: suknja A-linije – ZVONASTA SUKNJA, ZVONO-SUKNJA

E: outfit – (1) a set of clothes that are worn together

S: outfit – (ODEVNA) KOMBINACIJA: džins **outfit**, moderan **outfit**

E: T-shirt noun – a soft shirt that usually has short sleeves and no collar

S: T-majica – MAJICA: **T-majice** sa printom

T-majica je neopravdan anglicizam, jer u srpskom jeziku postoje reči KOŠULJA i MAJICA, kojima odgovaraju engleski termini *shirt* i *T-shirt*, prema redosledu navodenja.

E: bob – a woman's hairstyle in which the hair is cut short to an even length at the level of the chin or neck

S: bob – PAŽ: Predlog kako da klasičnu **bob** frizuru učiniš modernom i interesantnom.

OPRAVDANI ANGLICIZMI:

E: roll-on – a bottle containing something such as deodorant that you put on your skin using the ball at its opening

S: rolon – tečni dezodorans u bočici s pokretnom kuglicom: Na tržištu se pojavio novi **FA** rolon.

Rolon je opravdan anglicizam, jer u srpskom ne postoji leksema koja bi uputila na taj vanjezički entitet. Mogao bi se označiti deskriptivno: DEZODORANS U BOČICI S KUGLICOM.

E: patchwork – (1) type of needlework in which small pieces of cloth with different designs are sewn together: a patchwork bedcover, cushion, quilt, etc.

(2) thing made of various small pieces or parts

S: pačvork – (1) ručni rad u kome se komadići raznobojnih tkanina sastavljaju u dekorativnu celinu: Kožni rajf izraden u **pačvork** tehnici.

POLUOPRAVDANI ANGLICIZMI:

E: piercing – the practice of having a hole made through a part of your body so that you can put jewellery in it

S: (bodi)pirsing – BUŠENJE TELA

U srpskom ne postoji jedna leksema kojom bi se moglo uputiti na datu pojavu, ali sintagma: BUŠENJE TELA (po analogiji sa bušenjem ušiju) je ilustrativna.

E: cardigan – a jacket knitted from wool, that you fasten at the front with buttons or a zip

S: kardigan – DŽEMPER NA CIBZAR/KOPČANJE: kabasti **kardigani**

U srpskom se koristi opisni naziv: DŽEMPER NA CIBZAR/KOPČANJE, ali zbog principa ekonomije ovaj anglicizam mogao bi biti prihvatljiv.

E: facelift, n – a medical operation in which doctors remove loose skin on someone's face in order to make them look younger:

S: fejslifting – ZATEZANJE LICA: Podloga sa **lifting** efektom./ Svim sredovečnim ženama preporučujemo **fejslifting**.

ANGLICIZMI SA SUŽENIM OBIMOM ZNAČENJA:

NEOPRAVDANI:

E: look – a particular style in clothes, furniture etc (esp dress and hairstyle):

S: luk – IZGLED, STIL, IMIDŽ: svakodnevni/sportski **luk**, **luk** školarke

U engleskom jeziku *look* se odnosi na stil osobe, ali i nameštaja, ... U srpskom se odnosi samo na izgled osobe.

E: styling – (1) the job or process of creating an attractive appearance for something, for example a car, dress, or a person's hair: a styling brush

(2) the way something is made to look

S: stajling – (1) kreiranje karakterističnog spoljnog izgleda, naročito odeće, frizure, šminke, neke osobe ili grupe – KREIRANJE STILA: baviti se **stajlingom**, Ko ti radi **stajling**?

(2) karakterističan izgled, odeća, frizura ili šminka: lični **stajling**

Oba značenja modela preneti su u anglicizam, i pojam kreiranja stila, i rezultat toga, tj. sam izgled. Međutim, oba značenja su sužena u anglicizmu, tj. odnose se samo na stil ljudi, a ne i automobila, enterijera, i sl. Prvo značenje anglicizma je poluopravdano, a drugo je neopravdano, jer u srpskom već postoje sinonimi: IZGLED, STIL, (IMIDŽ, LUK).

E: application – a substance put onto sth: an application to relieve muscle pain.

S: aplikacija – ilustracija otisnuta na komadu odeće = SLIKA, CRTEŽ, ILUSTRACIJA, MUSTRA

Poželjno je da majica na sebi ima i neku **aplikaciju** / zanimljive **aplikacije** poput zvezdica.

Značenje anglicizma je suženo u odnosu na model. On označava sam predmet koji se stavlja na površinu nečega, pri čemu je taj predmet neka slika, crtež, dezen, a površina na koju se stavlja je obavezno odevni predmet. U engleskom jeziku, s druge strane, obim onoga što se nanosi i onoga na šta se nanosi nije tako ograničen.

E: volume – large amount or quantity of sth

S: volumen – GUSTINA, BUJNOST, PUNOĆA kose

kosa dobija na **volumenu**/ Bioaktivne supstance ovih preparata povećavaju **volumen** kose.

Anglicizam se odnosi samo na veliku količinu kose, a model na veliku količinu bilo čega.

OPRAVDANI:

E: stylist – one who designs clothing, interior decorations, advertisements, ...

stilista – osoba zadužena za kreiranje karakterističnog izgleda neke osobe ili grupe: Ko ti je **stilista**?

Anglicizam označava osobu koja profesionalno kreira nečiji izgled, a model se odnosi i na osobe koje osim toga kreiraju izgled i enterijera, nakita, i sl.

E: creator – someone who has created something: Ian Fleming, the creator of James Bond

S: (modni) kreator – osoba koja se profesionalno bavi izradom modnih odevnih predmeta

Kao što vidimo, model označava osobu koja je stvorila nešto, bilo šta, a anglicizam označava samo osobu koja stvara, osmišljava odevne predmete.

E: stick – (1) a thin piece of wood that has been broken or cut from a tree

(2) a short slender part or piece • *a stick of celery*

stik – mali kozmetički preparat u čvrstom stanju: dezodorans u **stiku** / ruž u **stiku**

Englesko metaforičko značenje (2) preneto je u anglicizam, ali je suženo, tako da se ne odnosi na mali komad nečega u čvrstom stanju, već samo na kozmetički preparat takvog oblika.

E: top – a piece of clothing that covers the upper part of your body: his pyjama top

S: top – gornji, veoma kratak deo ženske odeće koji je pripijen uz telo.

top sa roza bretelama / **top** od džinsa / žuti **topić**

Model označava gornji odevni predmet, dok se anglicizam odnosi samo na komad ženske odeće, i to veoma kratak i uzan.

ANGLICIZMI SA PROŠIRENIM OBIMOM ZNAČENJA:

NEOPRAVDANI:

E: make-up² – (theatre) applying actors' cosmetics

S: mejkap² – nanošenje preparata za ulepšavanje na lice = ŠMINKANJE: besplatan **mejkap**

Kada se anglicizam mejkap odnosi na pojam nanošenja šminke, on ima proširen obim značenja u odnosu na model, jer se model odnosi samo na šminkanje glumaca.

E: casting – the process of choosing actors for a play, film, etc

S: kasting – (1) javno odabiranje glumaca, manekena, i sl. za angažovanje u nekom projektu = AUDICIJA: Priprema manekena za **kastinge**

Model se odnosi samo na odabiranje glumaca, a anglicizam na odabiranje glumaca, manekena, pevača, i sl.

OPRAVDANI:

E: jeans, n – informal trousers made of heavy cotton cloth called denim:

jean, n – sometimes jeans – a stout twilled cotton fabric

S: džins – 1. gruba i izdržljiva pamučna tkanina koja se koristi u

proizvodnji odeće, naročito farmerki = TEKSAS-PLATNO: Volim odeću od **džinsa**

2. odevni predmet od takve tkanine, obično farmerke: Devojka u **džinsu**

Preneta su dva značenja modela. Ono koje se odnosi na vrstu tkanine identično je u modelu i anglicizmu. Međutim, značenje koje se odnosi na odevni predmet proširenog je obima u anglicizmu. Naime, model označava

samo farmerke, dok se anglicizam odnosi na sve odevne predmete od tekasa (košulja, jakna, prsluk).

ANGLICIZMI S METONIMIJSKIM PRENOSOM ZNAČENJA

Lipka (1992: 120, 122) određuje metonimiju kao jedan od dva najvažnija tipa semantičkog transfera (drugi je metafora). On kaže da se metonimija zasniva na konceptu dodira (eng. contiguity). Prčić (1997: 26) prema Hansen i dr. (1982: 205–207) dalje objašnjava da se metonimija zasniva na izvesnom karakterističnom svojstvu zajedničkom za dva različita ali međusobno prostorno i/ili vremenski povezana entiteta, pre svega kao celina koja se projektuje na deo i deo koji se projektuje na celinu. Na primer, *kettle* se odnosi na čajnik, ali i na vodu u njemu. Pogledajmo kako do ovakvog transfera dolazi u međujezičkoj ravni.

NEOPRAVDANI

E: gloss – a substance designed to give a brightness or shine on a smooth surface: lip-gloss

S: glos, im.– kozmetički proizvod koji sjaji kada se nanese na telo = **SJAJ: glos** u stiku

Model označava supstancu koja daje sjaj, a anglicizam sam proizvod koji sjaji.

E: print – a piece of clothing or cloth with a pattern printed on it:

S: print– ilustracija otisnuta na komadu odeće = **SLIKA, CRTEŽ, MUSTRA, DEZEN, (APLIKACIJA):** majica sa zanimljivim **printom** / kupaći sa džins **printom**

Model je odevni predmet s nekom ilustracijom, a anglicizam je sama ilustracija.

POLUOPRAVDANI

E: glitter, n – very small shiny pieces of metal or plastic that you stick on things to make them shine and look attractive

gliter – kozmetički proizvod koji sadrži svetlucave čestice i daje sjajan izgled koži ili kosi = **SJAJ, SVETLUCALO, SREDSTVO SA SVETLUCAVIM EFEKTOM: trio gliter, roll-on gliter**

Model označava supstance koje imaju svetlucavi efekat, a anglicizam se odnosi na kozmetički proizvod koji sadrži svetlucave čestice.

Opravdanost anglicizma je diskutabilna, jer **SJAJ** nije dovoljno precizan termin, a sintagma je **SREDSTVO SA SVETLUCAVIM EFEKTOM** je predugačka. Najprikladnija bi, zaravo, bila nova izvedenica **SVETLUCALO**.

Rezultati pokazuju da svi analizirani anglicizmi imaju **smanjen broj** značenja. Što se **obima značenja** tiče, najviše je anglicizama bez promene značenja u odnosu na model (48%), pa zatim onih sa suženim obimom (30%). Najzad, samo tri anglicizma imaju proširen obim značenja: **džins, kasting, mejkap** (11%).

Što se tiče druge ispitivane dimenzije, dimenzije opravdanosti, uočljivo je da najviše ima neopravdanih anglicizama (60%), budući da za njih postoje ustaljeni sinonimi u srpskom jeziku. Zatim slede opravdani anglicizmi (26%), a potom poluopravdani anglicizmi (15%).

Budući da je najviše anglicizama koji imaju identično značenje kao i njihovi modeli (60%), logično bi bilo očekivati da oni unose novi pojam u srpski jezik, te da su stoga opravdani. Međutim, ispostavilo se da to nije tako, jer opravdanih anglicizama ima svega 26%. To navodi na zaključak da je pojava anglicizama u proučavanom registru velikim delom odraz jezičke mode, jezičkog trenda – koristi engleske reči i zvučaćes obrazovanije, intelektualnije; bićeš in. Dakle, anglicizmi vrlo često nastaju iz psiholoških i socioloških razloga, a potom postaju lingvistički fenomen, jer utiču na strukturu srpskog jezika.

LITERATURA

- Bugarski, R. 1996. Strane reči danas: pojam, upotreba, stavovi. U J. Plankoš (ur.) *O leksičkim pozajmljenicama*. Subotica: Gradska biblioteka Subotica, Beograd: Institut za srpski jezik Srpske akademije nauka i umetnosti, 17-27.
- Filipović, R. 1986. *Teorija jezika u kontaktu. Uvod u lingvistiku jezičnih dodira*. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti / Školska knjiga.
- Filipović, R. 1990. *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku*. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti / Školska knjiga.
- Hansen, B. i dr. 1982. *Englische Lexikologie*. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie.
- Klajn, I. 1967. Strana reč – šta je to? *Zbornik za filologiju i lingvistiku* X, 7-24.
- Prčić, T. 1997. *Semantika i pragmatika reči*. Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Prčić, T. 2005. *Engleski u srpskom*. Novi Sad: Zmaj.

REČNICI

- Encarta World English Dictionary*. 1999. K. Rooney. (ed.). London: Bloomsbury Publishing Plc.
- Longman Dictionary of Contemporary English*. Third edition. 1995. D. Summers. (ed.). Harlow: Longman Dictionaries.
- Macmillan English Dictionary for Advanced Learners*. International Student Edition. 2002. M. Rundell. (ed.). Oxford: Macmillan Education.
- Vasić, V., T. Prčić i G. Nejgebauer. 2001. *Du yu speak anglosrpski? Rečnik novijih anglicizama*. Novi Sad: Zmaj.

SUMMARY

THE SEMANTICS OF FASHION-RELATED ANGLICISMS IN SERBIAN

The Serbian language of today is swarming with anglicisms in all thematic registers. This paper deals with the semantics of anglicisms from the fashion register since the presence of words like **fensi**, **in**, **luk**, **bikini** and **mejkap** is all the more pronounced in Serbian. This paper examines the

following: (a) the meaning of the anglicism with respect to the meaning of its English model, that is the number and scope of the transferred meanings, (b) the communicative justification of anglicisms. The fact that 48% of anglicisms have the same meanings as their models and that 60% of them are communicatively unjustified, leads to the following conclusion: the presence of anglicisms in this register is primarily a psychological and a sociological phenomenon which has largely become a linguistic one since it affects the structure of the Serbian language.

KLJUČNE REČI: leksičko pozajmljivanje, anglicizam, model, semantičke promene, broj značenja, obim značenja, komunikativna opravdanost.