

Onimizacija i eponimizacija u hrvatskom jeziku

Domorad, Bernardica

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:674996>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-01**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Studij hrvatskog jezika i književnosti i mađarskog jezika i književnosti

Bernardica Domorad

Onimizacija i eponimizacija u hrvatskom jeziku

Završni rad

Mentor: doc. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Osijek, 2017.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za hrvatski jezik i književnost

Studij hrvatskog jezika i književnosti i mađarskog jezika i književnosti

Bernardica Domorad

Onimizacija i eponimizacija u hrvatskom jeziku

Završni rad

Humanističke znanosti, filologija, kroatistika

Mentor: doc. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Osijek, 2017.

Sadržaj

1. Uvod.....	5
2. Onimizacija i eponimizacija.....	6
2.1. Termini <i>vlastito ime</i> i <i>opća imenica</i> u onomastici.....	7
2.2. Značenje idionima (vlastitoga imena) i koinonima (opće imenice)	7
3. Tvorba riječi i tvorbena analiza	8
3.1. Osnovni tvorbeni načini	8
3.2. Sufiksalna tvorba	9
3.3. Stapanje.....	11
4. Semantički procesi	14
4.1. Metafora.....	14
4.2. Metonimija.....	15
5. Zaključak.....	17
6. Literatura i izvori	19

Sažetak

U ovome se radu opisuju procesi onimizacije i eponimizacije. Riječ je o procesima koji služe za proširivanje leksičke građe hrvatskoga jezika, a proučava ih jezikoslovna disciplina onomastika. U radu se polazi od predstavljanja pojmova opća imenica i vlastito ime kao temeljnih pojmova za proučavanje onimizacije i eponimizacije. Opisuju se značenja opće imenice i vlastite imenice te njihov međusobni odnos. Glavninu rada čini korpus primjera onima i eponima na kojima je provedena tvorbena i semantička analiza. Cilj je rada istražiti i analizirati nastanak, značenje i status danih primjera u hrvatskome jeziku. Propituje se, dakle, osim podrijetla i značenja, i aktualnost odabranih onima i eponima u hrvatskome jeziku. Zaključuje se da su onimizacija i eponimizacija iznimno aktivni procesi kojima se leksik hrvatskoga jezika gotovo svakodnevno obogaćuje, no sudbina je onima i eponima različita. Dok se jedan dio onima i eponima dugotrajno zadržava u jeziku, dio njih pod utjecajem različitih čimbenika nestaje iz uporabe govornika.

Ključne riječi: idionim, koinonim, eponimizacija, onimizacija

1. Uvod

Onomastika (grč. *ónoma* – ime) je jezikoslovna disciplina koja proučava i tumači vlastita imena. Hrvatski je naziv za onomastiku *imenoslovlje*. U dosadašnjoj stratifikaciji onomastike uglavnom ju se dijeli na dva smjera – antroponimiju i toponimiju. Antroponimija je posvećena proučavanju imena ljudi, dok toponimija proučava imena lokaliteta. Katkada je u okviru onomastike prisutna i etnonimija koja istražuje imena stanovnika kontinenta, gradova i naroda. Onomastika se kao jezikoslovna disciplina osamostalila tek u posljednjih pola stoljeća, što govori o tome da je onomastika relativno mlada disciplina. Vlastito ime, koje predstavlja središte njezina interesa, odavno je izazivalo zanimanje u cjelokupnoj lingvistici, no ne u tolikoj mjeri da bi se lingvistika, sve do posljednjih pola stoljeća, odlučila na specijalističko bavljenje vlastitim imenom. Na hrvatskim su prostorima do danas djelovali brojni onomastičari među kojima su: Božidar Finka, Petar Skok, Petar Šimunović, Živko Bjelanović, Žarko Muljačić, Mate Hraste, Vladimir Skračić i drugi (Vuković 2007: 140–141). U ovome se radu analiziraju procesi onimizacije i eponimizacije koje proučava onomastika. Nastanak odabranih primjera onima i eponima, koji nastaju onimizacijom i eponimizacijom, analizira se pomoću tvorbenih načina sufiksalne tvorbe i stapanja te semantičkih procesa metafore i metonimije. Sufiksalna tvorba i stapanje pojašnjeni su sa stajališta tvorbe riječi, no metafora i metonimija u ovome su radu pojašnjene su sa stajališta kognitivne lingvistike jer su u središtu zanimanja kognitivnih lingvista. Zaključak donosi rješenja analize odabranih primjera, odnosno prikaz u kolikoj su mjeri sufiksalna tvorba, stapanje, metafora i metonimija zastupljene u odabranome korpusu.

2. Onimizacija i eponimizacija

Društveni, znanstveni i tehnološki razvoj unosi u jezik zajednice brojne promjene i novitete, a te se promjene i noviteti ponajviše odnose na leksičku razinu jezika. Potrebe za obogaćivanjem leksika pojedinog jezika javljaju se u komunikaciji. Dakle, komunikacija je jedan od ključnih sredstava nastanka i održavanja zajednice, no pritom se često javlja nemogućnost govornika da unutar postojećeg leksika svojega jezika pronađe prikladan leksem, odnosno riječ kojom bi izrazio sadržaj svojih misli. Naime, u tom slučaju govornik poseže ili za posuđenicom ili se pak odvažuje, koristeći se elementima vlastitoga jezika, stvoriti novu riječ i time obogatiti leksik vlastitoga jezika (Kuna, Mikić 2012: 37–38). Na takve prepreke nailaze i govornici hrvatskoga jezika pa je proširivanje leksika svakodnevna pojava i u leksiku hrvatskoga jezika. Pri nastanku neologizama, odnosno novih riječi, hrvatskom su jeziku, između ostalih, svojstveni procesi onimizacije i eponimizacije. Iako se imenice iz značenjskih razloga dijele na vlastita imena i opće imenice, vlastita imena u svakome trenutku mogu prijeći u kategoriju opće imenice i obrnuto. Takve se pojave u onomastici nazivaju onimizacija i eponimizacija. Onimizacija, koja se još naziva deapelativizacija, označava proces prelaska opće imenice u vlastito ime, odnosno onim. S druge strane, eponimizacija, deonimizacija ili apelativizacija označava prijelaz vlastitoga imena u opću imenicu, odnosno eponim (Šivić-Dular 1999: 286). Mršić (2000) u svom *Eponimskom leksikonu* navodi da se riječju *eponim* (grč. ἐπώνυμος) prvotno u antičkoj Grčkoj označavala osoba čijim se imenom označavala godina u grčkoj kronologiji, dakle, davatelj imena:

To je u Ateni bio prvi arhont, u Sparti prvi efor, u Argu glavna svećenica Herina hrama. Tako se naziva i deset antičkih heroja prema kojima je Klisten dao ime novoosnovanim teritorijalnim filama. Zapravo su to nazivi koji dotičnoj kronologiji daju službeni ljudi, dakle, drugi ljudi ali po tom čovjeku. (Mršić 2000: 5)

Međutim, riječ *eponim* nema samo navedeno značenje koje je imalo u grčkoj kronologiji, već se osim imenodavatelja, tom riječju označava i imenoprimateelj. Nadalje, dok su se neki onimi i eponimi dugotrajno zadržali u hrvatskome jeziku ili čak postali sivevremenski, drugi se održavaju tek na razini lokalizama, a postoje i onimi i eponimi koji su nakon određenog vremena u potpunosti nestali iz uporabe govornika za što postoje različiti razlozi (Mršić 2000: 12).

2.1. Termini *vlastito ime* i *opća imenica* u onomastici

Pri proučavanju onimizacije i eponimizacije važno je istaknuti pojmove *vlastito ime* i *opća imenica* za koje onomastika još uvijek nema razvijene univerzalne nazive, što je vidljivo i u radovima hrvatskih onomastičara. Primjerice, Mršić (2000) za vlastito ime navodi termine *idionim* (grč. *idios* = vlastit, poseban) i *onomastik*. Mršić tijekom opisa veze između vlastitoga imena i opće imenice pri eponimizaciji upotrebljava termin *idionim*, dok se za opću imenicu služi terminom *koinonim* (grč. *koinós* = opći), a navodi još i termin *apelativ*. Putanec (1979) se opredjeljuje za termine *idionim* i *koinonim* i opravdava to stajalištem da osnovna podjela imenica na *onomastike* i *apelative* nije primjenjiva u onomastici jer se upotrebom termina *onomastik* ne može u potpunosti izraziti njegov odnos prema onome što se, opet pogrešno, naziva *apelativom*. Termin *apelativ* više bi, prema Putancu, odgovarao pojmu *vlastita imenica* (*appello* = nazivam) negoli pojmu *opća imenica* (Putanec, 1979: 214).

2.2. Značenje idionima (vlastitoga imena) i koinonima (opće imenice)

Tradicionalna onomastička teorija drži da idionim, za razliku od koinonima, nema leksičko značenje. Njegovo je značenje funkcionalno budući da idionim identificira i individualizira objekt imenovanja, točnije konkretan sadržaj. Kada kažemo da idionim identificira i individualizira objekt imenovanja, to znači da ga izdvaja od svih istovrsnih, ali i raznovrsnih objekata. Za razliku od idionima, koinonim objekt imenovanja identificira na razni vrste, odnosno znak je za sve članove vrste. Onimizacijom koinonim gubi osnovno obilježje označavanja vrste i označava individualno, a isto tako eponimizacijom idionim poprima obilježja koinonima pa tada označava vrstu (Šivić-Dular 1999: 287). Budući da idionim nema leksičko značenje, ne može imati ni kategorije koje se temelje na leksičkome značenju. Idionim nema, primjerice, kategoriju brojivosti neovisno o tome stoji li u jednini ili množini. Međutim, iako idionimi nisu brojivi, njihovi nositelji mogu se izbrojati i numerički kvantificirati (*U razredu su dvije Ane.*) (Znika 2005: 48).

3. Tvorba riječi i tvorbeni analiza

Jezikoslovna disciplina koja se bavi proučavanjem načina, obrazaca i tipova postanka novih riječi naziva se tvorbom riječi. Tvorba riječi dvoznačan je pojam jer, osim što označava jezikoslovnu disciplinu, tim se pojmom označava i jezična pojava kojom nastaju nove riječi na temelju već postojećih riječi u leksiku određenoga jezika. Kao jezikoslovna disciplina tvorba riječi ne pripada gramatici, već leksikologiji u čijem je središtu interesa leksik određenoga jezika. Međutim, tvorba riječi često se pogrešno zamjenjuje s morfologijom koja proučava oblike riječi, odnosno načine na koji se morfemi slažu u ovjerene oblike riječi. Razlika je između morfologije i tvorbe riječi u tome što slaganjem morfema u morfologiji nastaje drugi oblik iste riječi (*cest-a*, *cest-e*), dok u tvorbi riječi slaganjem morfema ili riječi nastaje nova riječ, odnosno nova rječnička ili leksička jedinica (*cest-arina*) (Babić 1986: 11–12). Primarni je zadatak tvorbe riječi proučiti kako su nastale riječi u rječniku određenoga jezika. Pritom se proučavaju tvorenice, odnosno riječi koje su suvremenim govornicima tvorbeno jasne i to na način da se rastavljaju na tvorbene dijelove što nazivamo tvorbenom analizom (Barić 2005: 290).

3.1. Osnovni tvorbeni načini

Tvorbu nove riječi u hrvatskome jeziku omogućuju različiti tvorbeni načini, odnosno mehanizmi. Prije svega, tvorbeni se načini dijele u dvije osnovne skupine – izvođenje i slaganje – ovisno o broju ishodišnih, odnosno osnovnih riječi pomoću čijih je osnova nastala tvorenica. Izvođenje ili derivacija tvorbeni je način u kojemu se nova riječ tvori od osnove samo jedne riječi i to tako da se na osnovu dodaje kakav tvorbeni formant (prefiks ili sufiks). Riječ koja je nastala izvođenjem u tvorbenoj je vezi s jednom riječju i naziva se *izvedenica*, *izvedena riječ* ili *derivat*. Unutar izvođenja razlikujemo sljedeće tvorbene načine: prefiksna tvorba, sufiksna tvorba i prefiksno-sufiksna tvorba. U prefiksnoj se tvorbi na osnovu riječi dodaje prefiks ili predmetak, u sufiksnoj se tvorbi dodaje sufiks ili dometak, a u prefiksno-sufiksnoj tvorbi nova riječ nastaje tako da se osnovi jedne riječi istovremeno dodaju i prefiks i sufiks. Slaganje ili kompozicija tvorbeni je način u kojemu osnove dviju ili više riječi sudjeluju u tvorbi nove riječi koja se naziva *složenica*, *složena riječ* ili *kompozit*. Tvorbeni načini koji pripadaju slaganju jesu: složeno-nesufiksna tvorba ili čisto slaganje, složeno-sufiksna tvorba, tvorba složenih skraćunica i srastanje. U složeno-nesufiksnoj tvorbi drugi je dio nastale složenice riječ koja je među osnovnim dijelovima nastale složenice u svom potpunom

obliku, dok složeno-sufiksalsnom tvorbom složenica nastaje slaganjem dviju osnovnih riječi uz dodavanje sufiksa. Srastanje je tvorbeni način u kojemu dvije riječi srastaju u jednu, koja se naziva *sraslica*, dok je tvorba složenih skraćenica tvorbeni način kojim nastaju *složene skraćenice* ili *abrevijature* i to ujedinjavanjem dijelova nekoliko riječi. (Babić 1986: 24–31; Barić i dr. 2005: 293–299). Osim pomoću navedenih tvorbenih načina koji pripadaju osnovnim tvorbenim načinima – izvođenja i slaganja – Stjepan Babić smatra da nove riječi mogu nastati i načinima bliskima tvorbi kao što su: unutarnja tvorba, preobrazba ili konverzija, prijenos značenja i višečlani nazivi. (Babić 1986: 35–37). Nadalje, u svakodnevnoj komunikaciji sve su češći izrazi poput *mobač* (mobitel), *dezić* (dezodorans), *fejs* (Facebook), a nastaju kraćenjem (engl. *clipping*). Osim kraćenja sve su češći primjeri stapanja (engl. *blending*) kojim su nastale riječi poput *klinceza* (klinka i princeza) i *Brangelina* (Brad Pitt i Angelina Jolie). Različiti su razlozi nastanka takvih riječi poput globalnog utjecaja engleskoga jezika, upotrebe interneta i društvenih mreža, ali i sama Martinetova jezična ekonomija kojoj govornik svjesno, ali i nesvjesno pribjegava tijekom komunikacije (Kuna, Mikić 2012: 39).

3.2. Sufiksalsna tvorba

Dodavanje dometka ili sufiksa na osnovu riječi najplodniji je tvorbeni način kojim u hrvatskome jeziku nastaju nove riječi. Sufiksalsna je, dakle, tvorba najrašireniji način obogaćivanja leksičkoga fonda hrvatskoga jezika. Važno je uočiti razliku između sufiksa kao tvorbenog nastavka i gramatičkoga (obličnog) nastavka, koji se češće naziva samo nastavkom. Primjerice, oblični nastavak imenice *Afrika* je *-a* (*Afrik-a*). Gramatički je nastavak nositelj gramatičkoga značenja riječi, odnosno iz njega je u danome slučaju vidljivo da je riječ o imenici ženskoga roda u jednini. Naime, gramatički nastavak mijenja oblik iste riječi (*Afrik-a*, *Afrik-e*...) zbog čega se naziva i obličnim nastavkom, ali i to ga upravo razlikuje od sufiksa pomoću kojega nastaje nova riječ. Ako se, naime, od imenice *Afrika* načini imenica *Afrikanač*, ta će imenica označavati etnika, odnosno stanovnika Afrike. Dakle, dodajući sufiks *-an(a)c* nastala je nova riječ koja više nema značenje Afrike kao kontinenta, već njezina stanovnika. Kao što je vidljivo u navedenome primjeru, oblični nastavak *-a* sudjeluje u ostvarenju sufiksa (*Afrik-a*, *Afrik-an(a)c*) (Babić 1986: 24–27). U hrvatskome jeziku postoje vrlo plodni, slabo plodni i neplodni sufiksi. Vrlo plodni sufiksi, poput *-(a)c*, *-ak*, *-ić*, *-ica*, *-telj*, *-avati*, *-irati*, tvorbeno su najaktivniji za razliku od slabo plodnih sufikasa, poput *-an*, *-ešina*, *-urda*, *-čiti*, *-jeti*, pomoću kojih nastaje pokoja nova riječ ili neplodnih sufikasa, poput *-en*, *-er*, *-išav*, *-onjav*, od kojih se danas više ne tvore nove riječi (Barić 2005: 294). Brojni su primjeri eponima koji su nastali

sufiksalsnom tvorbom. Čuvena bečka poslastica *zاهر-torta*, češće zvana *zaherica* (Mršić 2000: 307), proizvod je Franza Sachera, mladoga službenika na dvoru princa Klemensa von Metternicha (1773. – 1859.). U obliku *zاهر-torta* riječ je o metonimiji, odnosno proizvođačevo prezime Sacher postalo je imenom proizvoda i to u obliku polusloženice sa spojnicom. Oblik *zaherica* nastao je dodavanjem sufiksa *-ica* na osnovu riječi, odnosno prezimena *Sacher* (*Zاهر – zaherica*). Nadalje, ime poznate američke tvornice sportske obuće *Nike* poslužilo je nastanku eponima *najkice* u hrvatskome jeziku. Eponim *najkice* (www.zargonaut.com 21. 3. 2017.) nastao je dodavanjem sufiksa *-ica* (*Najk – najkica/e*) te je popularan i, posebno među mlađim stanovništvom, često rabljen naziv za tenisice tvrtke *Nike*. Sljedeća se dva primjera tiču muških frizura, koje su često kopija frizura slavnih osoba, u prvom redu nogometaša. Tako je godinama najpopularnija muška frizura, posebno među mlađim muškarcima, bila takozvana *bekamica* (www.zargonaut.com 22. 3. 2017.). *Bekamica* je tip obrasle irokeze u stilu nogometaša Davida Beckhama, a eponim je nastao dodavanjem sufiksa *-ica* (*Bekam – bekamica*). Iako je na tronu muških frizura godinama bila upravo *bekamica*, na neko ju je vrijeme zamijenila takozvana *biberica* (www.zargonaut.com 22. 3. 2017.), frizura u stilu pjevača Justina Biebera. Eponim *biberica*, kao i eponim *bekamica*, nastao je dodavanjem sufiksa *-ica* (*Biber – biberica*), a označava veliku i zalizanu količinu kose:

Ako niste vrišteća tinejdžerica, vjerojatno ne znate nijednu pjesmu od Justina Biebera, ali zato ste sigurno upućeni u to kako se češlja. A češlja se straga prema naprijed – što više kose potjerati s potiljka prema čelu, onda to sve lagano naheriti na jednu stranu tako da vam se ipak vide oči, i na kraju začiniti s malo laka za kosu. Ako pritom izgledate kao nježna bebica sa srnećim pogledom, uspjeh vam je zajamčen. (www.tportal.hr 25.5.2017.)

Navedeni eponimi *zaherica*, *najkice*, *bekamica* i *biberica* nastali su dodavanjem imeničkoga sufiksa *-ica*, odnosno u množinskome obliku *-ice*, koji pripada skupini vrlo plodnih sufikasa, što znači da je iznimno velik broj novih riječi nastao upravo pomoću toga sufiksa. Brojni su eponimi vezani za javne su osobe na političkoj sceni, koje su vrlo često inspiracija za nastanak eponima. Tako je prema predsjednici Republike Hrvatske Kolindi Grabar-Kitarović nastao eponim *kolindirati se* (www.zargonaut.com 15. 5. 2017.), a značenje mu je *fotografirati se kao da radiš, umjesto da radiš svoj posao: Evo, i Bandić se kolindira u 4 ujutro kako pere ceste*. (www.index.hr 15. 5. 2017.). Taj je eponim nastao dodavanjem sufiksa *-irati* na osnovu imena Kolinda (*Kolind-irati*). Sufiks *-irati* glagolski je sufiks koji je vrlo plodan u hrvatskome jeziku.

Intenzivna uporaba računala i društvenih mreža dovela je i do nastanka eponima upravo na tom području. Kompulzivno bavljenje popularnom društvenom mrežom Facebook može se kraće označiti glagolom *fejsbučiti* (www.zargonaut.com 10. 3. 2017.) koji je nastao dodavanjem glagolskog sufiksa *-iti* na osnovu (Fejsbuk – *fejsbučiti*). No, kako je završni glas osnove *k*, dodavanjem sufiksa *-iti*, odnosno zbog *-i* sadržanoga u sufiksu *-iti*, dolazi do glasovne promjene palatalizacije pri čemu glas *k* prelazi u glas *č*. Primjeri sufiksalne tvorbe prisutni su i u nazivima za blagdane. Eponim *Martinje* nastao je dodavanjem sufiksa, odnosno alternante *-e* pri čemu je došlo do glasovne promjene jotacije (*Martin* – *martinje*). Navedeni eponim naziv je za blagdan koji se slavi 11. studenoga, a nastao je prema sv. Martinu. Na taj se blagdan krsti mošt u vino i blaguju se utovljene guske budući da je, prema legendi, sv. Martin kao redovnik odlučio živjeti u samoći te je doznajući da su ga imenovali biskupom u Toursu pobjegao, a njegovo je sklonište otkrila guska svojim gakanjem (Mršić 2000: 203). U Hrvatskoj, posebice u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, važan je i blagdan sv. Valentina, povijesnog mučenika, nazvan *Valentinovo*. Eponim *Valentinovo* nastao je dodavanjem sufiksa *-o* na posvojni pridjev (*Valentinov* – *Valentinovo*), a označava Dan zaljubljenih (14. veljače). Naime, *Valentinovo* je običaj porijeklom iz nordijskih zemalja odakle se proširio diljem svijeta (Mršić 2000: 295).

3.3. Stapanje

U jeziku medija, posebice u jeziku elektroničkih medija, brojni su primjeri riječi koje nastaju stapanjem dijelova već postojećih riječi. Riječ je, dakle, o stapanju (engl. *blending*) kao tvorbenome načinu koji je u posljednje vrijeme jedan od češćih načina nastajanja novih riječi, a riječi koje nastaju stapanjem nazivaju se *stopljenice* ili *blendovi*. Razlog proširenosti stapanja leži u inovativnosti i ekskluzivnosti stopljenica (Mikić Čolić 2015: 36). Funkcija je jezika reklama privući čitatelje pa se stapanje pokazalo izvanrednim načinom evokacije u reklamnom diskursu. U tvorbu stopljenica često su uključene i eponimizacija i onimizacija. Tvorbene obrasce stopljenica moguće je, prema dosadašnjem istraživanju stopljenica, podijeliti u pet kategorija. Stopljenica može nastati tako da se preklapaju prvi dio prve riječi i drugi dio druge riječi, tako da prva riječ ostaje cjelovita, a od druge riječi preuzima se drugi dio, tako da se prvi dio prve riječi stapa se s drugom riječi koja ostaje cjelovita, stapanjem dviju cjelovitih riječi ili tako da se jedna riječ umeće u drugu bez kraćenja (Grgić 2014: 68–69). U posljednje je vrijeme u hrvatskim medijima tvrtka Agrokor zauzela vodeće mjesto, no čitatelji elektroničkih medija članke o aferi Agrokor pronaći će često u obliku afera *Bagrokor* (www.index.hr. 2. 5. 2017.). Eponim *Bagrokor* nastao je stapanjem prvog dijela prve riječi (*bagra* – ološ) i drugog dijela

druge riječi (Agrokor). Istoj kategoriji pripada i eponim *Dalmaterina* (stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica 2. 3. 2017.) koji je nastao stapanjem prvog dijela prve riječi (Dalmatinka) i drugog dijela druge riječi (Severina). Riječ je o pohvalnome nazivu za hrvatsku pjevačicu Severinu Vučković koji je nastao nakon što je Severina najavila svoju novu pjesmu pod nazivom *Ispovid: Jedna od pjesama, moja solo pjesma „Ispovid“, nešto je što ću uvrstiti i na svoj novi album. Ona je svojevrsan nastavak one stare mene koja je tu i tamo znala otpjevati koju dalmatinsku pismu. Ona je ispovijed svake Dalmatinke i vjerujem u nju.* (www.vecernji.hr 3.3.2017.) Mario Mandžukić, nogometaš hrvatske reprezentacije i talijanskoga nogometnoga kluba *Juventus* pogrdno je nazvan *Bosandžukićem* (stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica 2.3.2017.): *Lewa je bolji od bosandžukića koji je 3 mjeseca bez gola!* (www.index.hr 2. 3. 2017.) Taj je eponim nastao stapanjem prvog dijela prve riječi (Bosanac) i drugog dijela druge riječi (Mandžukić). Naime, riječ je o pogrdnome nazivu za Mandžukića koji je motiviran Mandžukićevim porijeklom. Kao što je već rečeno, političari su česta inspiracija pri nastanku eponima pa je tako virtualnoj akciji *Kupujmo Čaćino!* nastao eponim *Domaćaćica* (stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica 2.5.2017.), koji je samo jedan od brojnih onima nastalih prema imenu bivšeg hrvatskog premijera Ive Sanadera, u posljednje vrijeme popularnijeg kao *Ćaća*. Eponim *Domaćaćica* odnosi se na čajno pecivo *Domaćica* koji je dio Kraševog asortimana još od 1957. godine. Eponim *Domaćaćica* primjer je pete kategorije, dakle, stopljenica je nastala umetanjem jedne riječi u drugu bez kraćenja. Nadalje, onim *Bananaccino* (stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica 2.5.2017.), koji označava robnu marku napitka od banane i čokolade, nastao je stapanjem prve riječi u cjelovitom obliku (banana) i drugog dijela druge riječi (capuccino):

Ako vam je već dosadio kakao ili vruća čokolada, pripremite sebi i svojoj djeci nešto potpuno drugačije u čemu ćete svi uživati. Bananaccino i Jagodaccino apsolutna su inovacija na hrvatskom tržištu: novi topli napitci iz Francka pripremaju se jednostavno i brzo s toplim mlijekom i predstavljaju savršeni spoj okusa koje ćete vi i vaši klinici obožavati. (www.klokanica.24sata.hr 2. 5. 2017.)

Vrlo zanimljiv primjer onima nastalog stapanjem prvog dijela prve riječi (Čoksa) i drugog dijela druge riječi (Božić) svakako je i Kraševa čestitka svim ljubiteljima njihovih proizvoda, a glasi *Sretan Čoksić!: Sjećate se njih? Kraševi Čoksovlavci su ponovno u akciji na TV-u, webu*

i drugim medijima, zahvatilo ih je nadolazeće božićno raspoloženje. Čime se bave pogledajte u spotu, a isprobajte i prigodnu online igricu Čoksogradnje. Sretan Čoksić! (www.bruketa-zinic.com 24. 5. 2017.)

4. Semantički procesi

Kao što je već rečeno, postojeće leksičke jedinice mogu poslužiti za obogaćivanje leksika na način da se pomoću njih tvore nove riječi, ali pored toga, leksičkim jedinicama moguće je i pridodati novi sadržaj bez promjene izraza, što dovodi samo do umnožavanja njihova značenja. Budući da u tom slučaju izraz, odnosno glasovni oblik leksičke jedinice ostaje nepromijenjen, takva se promjena ne može objasniti kakvim tvorbenim (gramatičkim) procesom, već isključivo semantičkim procesima. Posljedica je semantičkih promjena ono što se u semantici naziva polisemijom, odnosno višeznačnošću. No, ukoliko se jednoj riječi pridoda novo značenje, ili pak više njih, teško da će njezino novo značenje potisnuti ono prvotno. Nova se značenja pridodaju postojećim leksičkim jedinicama prvenstveno na temelju odnosa bliskosti i sličnosti. Prema tome, stvaranje novih koncepata uz pomoć postojećih ostvaruje se najčešće postupcima metaforizacije i metonimizacije značenja postojećih leksičkih jedinica (Kuna, Mikić 2012: 48). Metafora i metonimija središnja su tema kognitivne lingvistike koja pojave u jeziku promatra s obzirom na to kako ljudi konceptualiziraju i doživljavaju svijet oko sebe. Kognitivna lingvistika, dakle, smatra kako su metafora i metonimija temelji ljudskog konceptualnog (pojmovnog) sustava (Brozović Rončević, Žic Fuchs 2003–2004).

4.1. Metafora

Kognitivni lingvisti drže da čovjek metaforički promatra svijet oko sebe pa su metaforički strukturirani izrazi dio svakodnevnoga govora. Uobičajeni izraz zamjenjuje se metaforičkim izrazom, ali pod uvjetom da među njima postoji značenjska sličnost (Brozović Rončević, Žic Fuchs 2003–2004). Zanimljivi su primjeri metafore nadimci hrvatske nogometne i rukometne reprezentacije. Hrvatska je nogometna reprezentacija poznata pod nadimkom *Vatreni*. Onim *Vatreni* (www.narod.hr.sport 7. 4. 2017.) nastao je upravo metaforizacijom osnovnoga značenja pridjeva *vatren*, a osmislio ga je profesor hrvatskoga jezika Josip Prudeus prije dvadesetak godina uoči Svjetskoga nogometnoga prvenstva u Francuskoj. Karlovačka ga je pivovara, naime, angažirala za osmišljavanje slogana za njihovu kampanju te je tako nastao slogan *vatreno uz Vatrene*. Budući da je hrvatska nogometna reprezentacija uspjela ući u četvrtfinale svjetskog prvenstva, onim *Vatreni* u nogometnoj se euforiji jednostavno uvukao u rječnik mnogih novinara. Jednako tako, hrvatska je rukometna reprezentacija danas poznata pod nazivom *Kauboji*. Onim *Kauboji* nastao je u svlačionici reprezentacije: *Mislim da se toga*

dosjetio Ivano. Nama je to baš simpatično jer se na parketu ponašamo baš kao na Divljem zapadu – istaknuo je Petar Metličić. (www.vecernji.hr 26.4.2017.)

4.2. Metonimija

Metonimija je svoje mjesto u kognitivnoj lingvistici pronašla tek devedesetih godina prošloga stoljeća. Metonimijski su izrazi dio svakodnevnog govora i ne predstavljaju samo jezičnu pojavu, već i način mišljenja ljudi, ali iskonskije od metaforičkih izraza. Metonomiziranje značenja riječi zasniva se, za razliku od metaforiziranja, na bliskosti dvaju izraza (Brozović Rončević, Žic Fuchs 2003–2004). Eponimi nastali metonimijom često su vezani uz predmete u svakodnevnoj upotrebi. Primjerice, pod eponimom *žileti* podrazumijevamo britvice za brijanje svih proizvođača, no *žilet* je zapravo naziv za sigurnosne britvice koje je pred kraj 19. st. osmislio sjevernoamerički publicist King Camp Gillette (Mršić 2000: 310). Izraz *zubna pasta* vrlo se često u svakodnevnoj komunikaciji zamjenjuje izrazom *kaladont* (<http://likaclub.eu> 1. 5. 2017.), no *kaladont* je samo zubna pasta bečke tvrtke. Danas izraz *kaladont* podrazumijeva zubnu pastu bilo kojega proizvođača. Elektronički uređaj za računanje, odnosno kalkulator, često se naziva *digitron* (<http://likaclub.eu> 1. 5. 2017.), i to prema hrvatskoj tvrtki Digitron, prvoj tvrtki u Europi koja je proizvela džepno računalo. *Radenska* (<http://likaclub.eu> 1. 5. 2017.) je popularan naziv za mineralnu vodu bilo kojeg proizvođača, a riječ je zapravo o mineralnoj vodi slovenske tvrtke Radenska. Bilo koji čokoladno-mliječni namaz donedavno se popularno nazivao *eurokrem* (<http://likaclub.eu> 1.5.2017.), ali *Eurocrem* je čokoladno-mliječni namaz tvrtke Takovo. Danas je, posebno među mlađom populacijom, čokoladno-mliječni namaz češće zvan *nutella* (<http://likaclub.eu> 1. 5. 2017.) prema robnoj marki talijanske tvrtke Ferrero: *Nutella je nastala još davne 1964. godine. Njezin proizvođač je talijanska tvrtka Ferrero koja je čak pokušala zabraniti proslavu njezina dana, ali je na kraju ipak postigla dogovor s organizatorima.* (www.studentski.hr 1. 5. 2017.) U navedenim primjerima riječ je o metonimiji, odnosno ime proizvođača poslužilo je za ime proizvoda. Metonimiju je moguće pronaći i u nastanku osobnih imena i prezimena. S današnjega gledišta motiviranost je imena povezana s težnjom prenošenja apstraktnih ili fizičkih osobina pojma od kojega je ime nastalo na dijete. Ženska imena motivirana su pozitivnim konotacijama jer se njima nastoji izraziti ljepota, nježnost i gracioznost, što je vidljivo u onimima poput *Ljiljana*, *Ružica*, *Cvijeta*. S druge strane, muška imena poput *Javor* i *Jablan* pokazuju motiviranost koja je povezana sa vitkošću i stabilnošću (Brozović Rončević, Žic Fuchs 2003–2004). Muškim imenom *Vuk* nastoji se izraziti snaga i moć. Kao i ostala osobna imena motivirana životinjama, ime *Vuk* upućuje na

praznovjerje koje je do danas prisutno u hrvatskoj tradicijskoj kulturi. Zaštitno (profilatičko) je ime u funkciji zaštite djeteta od zloduha i zlih sila (Vajs, Brozović Rončević 2003: 226). Metonimijom su, osim osobnih imena, nastala i mnoga hrvatska prezimena. Primjerice, prezime *Zec* motivirano je zoonimom, odnosno imenom životinje. Riječ je o nadimačkom prezimenu, odnosno imenica *zec* pridodala se nekoj osobi kao nadimak jer je ta osoba hitra kao zec, plaha kao zec ili je imala duge uši poput zeca ili je imala takozvane *zečje usne*, crvenkaste oči, sijedu kosu kao dlaka u zeca. Naime, kasnije je postupkom transonimizacije nadimak *Zec* prešao u drugi antroponim, odnosno prezime *Zec* (Šimunović 2008: 242–244). Mnoga su hrvatska prezimena motivirana zanimanjem ili obnašanjem kakve službe pa je tako nastanak prezimena *Župan* motiviran obnašanjem službe župana (Šimunović 2008: 243).

5. Zaključak

Onimizacija i eponimizacija procesi su kojima nastaju nove riječi unutar leksika hrvatskoga književnoga jezika. Vlastito ime (idionim) i opća imenica (koinonim) dio su jezičnoga korpusa, stoga su skloni preobrazbama koje omogućuju upravo onimizacija i eponimizacija. Onimi i eponimi neizostavni su dio gotovo svakoga jezika pa su tako mogući i česti i u hrvatskome književnome jeziku (Barac-Grum 1900: 15). Iako su vlastito ime i opća imenica temeljni termini u proučavanju onimizacije i eponimizacije, onomastika kao mlada disciplina, nedovoljno je zasada istražila i utvrdila značenje vlastitoga imena. Osim onomastike, koja je dio lingvistike, mnoge su druge znanosti, poput psihologije i sociologije, dijelom posvećene tumačenju nastanka i uloge vlastitoga imena. U onomastici se vlastito ime definira kao osnovno ime svakoga čovjeka, a koje je prvi dio punog imena kojega čine vlastito ime i prezime (Vuković 2007: 149). Onomastika navodi kako vlastito ime, budući da je njegova osnovna funkcija obilježavanje individualne osobe, zemljopisnoga ili drugog objekta, nema leksičko značenje. Onomastika vlastito ime predstavlja kao etiketu svoga nositelja, no Marković (2011: 175) drži da ime nije samo ime kada imenuje, već je svaka služba imena imenska te proizlazi iz složene naravi proprijalnih leksema. Takve su službe metaforična i metonimijska uporaba imena, koje mogu potvrditi stav da vlastito ime ima značenje. Odabrano je ukupno 30 primjera onima i eponima te se prema provedenoj tvorbenoj i semantičkoj analizi može zaključiti da je osam eponima nastalo sufiksalsnom tvorbom, četiri stapanjem i šest metonimijom. S druge strane, stapanjem i metaforom nastala su po dva onima, a metonimijom osam. Dakle, vidljivo je da je pri eponimizaciji navedenih primjera najčešći tvorbeni način sufiksalsna tvorba, dok je pri onimizaciji metonimija dominantnija u odnosu na stapanje i metonimiju. Pri onimizaciji u odabranim primjerima nije zastupljena sufiksalsna tvorba, a pri eponimizaciji ni jedan primjer nije nastao metaforom. Može se zaključiti da veliku ulogu u stvaranju eponima ima jezik medija u kojemu nastaju *zezalice* ili okazionalizmi autora tekstova koji uz pomoć eponima nastoje izraziti vlastiti stav prema predmetu, a posebno se to odnosi na eponime koji se odnose na kakvu političku osobu (*kolindirati se, Domaćaćica*) (Vlastelić 2016: 252). U onomastici ortografija predstavlja problematiku jer iako su jezikoslovci dali neke preporuke i savjete, ortografija je u onomastici vrlo često rezultat individualnog nahođenja onomastičara, odnosno njihovog vlastitog jezičnog osjećaja. Tako u eponimizaciji postoje dvojbe oko pisanja malog i velikog početnog slova (Vuković 2007: 146). Iako eponimizacijom vlastito ime prelazi u opću imenicu, postoje primjeri u kojima je vlastito ime izgubilo svoju funkciju imenovanja kao osnovno obilježje, ali nije postalo semantički obilježen apelativ. Budući da je onomastika relativno

mlada disciplina, opravdano je da postoji problematika u ortografiji, terminologiji i značenju vlastitoga imena i opće imenice, stoga je potrebno još mnogo istraživanja kako bi se ta problematika razriješila.

6. Literatura i izvori

1. Babić, Stjepan 1986. *Tvorba riječi u hrvatskom književnom jeziku*, HAZU, Zagreb.
2. Barac-Grum, Vida 1990. „Mogućnosti preobrazbe vlastitoga imena“, *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 16, br. 1, str. 15–20.
3. Barić, Eugenija i dr. 2005. *Hrvatska gramatika*, Školska knjiga, Zagreb.
4. Brozović Rončević, Dunja; Žic Fuchs, Milena 2003–2004. „Metafora i metonimija kao poticaj u procesu imenovanja“, *Folia onomastica Croatica*, br. 12/13, str. 91–104.
5. Grgić, Slavica 2014. „Stopljenice u internetskim reklamama“, *Hrvatistika* 7, br. 7, str. 63–76.
6. Kuna, Branko i Mikić, Ana 2012. „Semantička neologija u hrvatskome jeziku“, X. *Međunarodni kroatistički znanstveni skup*, ur. S. Blažetin, Znanstveni zavod Hrvata u Mađarskoj, Pečuh, str. 37–57.
7. Marković, Ivan 2011. „O uporabi i značenju imenâ u hrvatskome“, *Folia Onomastica Croatica*, br. 19, str. 175–202.
8. Mikić Čolić, Ana 2015. „Word formation of blends“, *Mostariensia* 19, br. 2, str. 21–36.
9. Mršić, Dubravko 2000. *Eponimski leksikon*, Matica hrvatska, Zagreb.
10. Putanec, Valentin 1979. „Osnove idionomne teorije i odnos idionima i koinonima“, *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 4–5, br. 1, str. 213–218.
11. Šimunović, Petar 2008. *Hrvatska u prezimenima*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb.
12. Šivić-Dular Alenka 1999. „Lingvistička definicija vlastite imenice“, *Folia onomastica Croatica*, br. 7, str. 281–293.
13. Vlastelić, Anastazija 2016. „Jezik medija – dosezi, izazovi i perspektive“, *Fluminensia* 28, br., str. 250–253.
14. Vuković, Siniša 2007. „Onomastička terminologija“, *Čakavska rič* XXXV, br. 1, str. 139–185.
15. Znika, Marija 2005. „Kategorija brojivosti u hrvatskom jeziku“, *Fluminensia* 17, br. 1, str. 39–52.
16. Vajs, Nada i Brozović Rončević, Dunja 2003. „Zoonimi u hrvatskim prezimenima“, *Folia onomastica Croatica*, br. 11, str. 223–238.
17. <https://klokantica.24sata.hr/bananaccino-i-jagodaccino-capuccino-bez-kave-za-vas-i-vase-dijete-3798>
18. <https://www.tportal.hr/fun/clanak/10-najgorih-frizura-koje-smo-nosili-20121124>

19. www.index.hr.
20. <https://www.vecernji.hr/showbiz/severina-i-goran-karan-imaju-glavne-uloge-u-mjuziklu-nasa-bila-storija-o-starom-splitu-1032482>
21. <http://bruketa-zinic.com/hr/2011/11/24/sretan-coksic/>
22. <https://www.vecernji.hr/sport/kauboji-su-baliceva-ideja-857922>
23. <http://likaclub.eu/eponimi-nije-svaki-cokoladni-namaz-eurokrem-niti-je-svaka-pasta-za-zube-kaladont/>
24. <http://www.zargonaut.com/>
25. <http://stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica>
26. <https://narod.hr/sport/josip-prudeus-ponosan-sam-na-izraz-vatreni>
27. <http://studentski.hr/vijesti/na-danasnji-dan/svjetski-dan-nutelle>