

Tvorbeni postupci u žargonu: jezična kreativnost i/ili posuđivanje

Mikić Čolić, Ana

Source / Izvornik: **Od norme do uporabe 1, 2018, 232 - 252**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:188234>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-28**



FILOZOFSKI FAKULTET

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

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

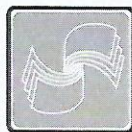


dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

OD NORME DO UPORABE 1

Zbornik radova sa znanstvenoga skupa
Od norme do uporabe
održanoga 15. i 16. rujna 2016. godine
na Filozofskom fakultetu u Osijeku

Uredila
Jadranka Mlikota



Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
i Hrvatska sveučilišna naklada
Osijek, 2018.

Ana Mikić Čolić
 Filozofski fakultet u Osijeku
 amikic@ffos.hr

TVORBENI POSTUPCI U ŽARGONU: JEZIČNA KREATIVNOST I/ILI POSUĐIVANJE

Izvorni znanstveni rad

UDK 811.163.42'276
 811.163.42'366

Žargon kao neformalni varijetet kojim se najčešće u govornom jeziku koristi neka društvena zajednica odlikuje spontana tvorba novih riječi. Lakoća nastanka novih izraza čini ga podložnim brzim promjenama, dok, s druge strane, u kontekstu društvenoga razvoja, socijalno-političkih promjena te utjecaja kulturoloških činitelja doprinosi ekspanzivnosti žargona i njegovom utjecaju na standardni jezik. Na temelju prikupljenoga korpusa utvrđeno je da su u hrvatskom žargonu najplodniji tvorbeni postupci skraćivanje, širenje riječi te sufiksacija. Skraćivanje podrazumijeva stapanje (*sprinternet*), univerbizaciju (*stambeni kredit > stambenjak*), skraćivanje višesložnih riječi (*mobitel > mobač, mobić*) te tvorbu skraćenica (*pozz, vjry*), širenje riječi svojstveno je za slikovite izraze kojima se želi dodatno naglasiti neko obilježje, najčešće pogrdno (*primitivka > primitivkuša, mrak > mrakača*) dok sufiksacijom nastaju riječi za nove društvene uloge ili pojave (*eventuša, resortizacija*). U ovome radu, na temelju popisa i opisa plodnih tvorbenih postupaka i formantata u žargonu, pokušat će se utvrditi u kojoj su mjeri oni istovjetni onima u standardnom jeziku. Uspoređujući plodne tvorbenne elemente, ispitat će se omjer onih koji se temelje na hrvatskoj tvorbenoj tradiciji (sufiksacija) i onih koji su u hrvatski preuzeti iz engleskoga (stapanje) te na taj način utvrditi je li i žargon zahvatila „globalizacija“ ili se govornici i dalje oslanjaju na kreativnost utemeljenu na domaćim tvorbenim postupcima i formantima.

Ključne riječi: žargon, tvorba riječi, stapanje, sufiksacija, skraćenice

1. UVOD

Polazeći od komunikacijskoga čina kao psihičkog procesa koji podrazumijeva odabir prikladne riječi za određeno mjesto u iskazu, za sugovornika te za društveni kontekst, jasno je da svaki od spomenutih dijelova samoga čina zahtijeva baš toj komunikacijskoj situaciji primjerene leksičke jedinice. Svakom su govorniku pritom na raspolaganju standardni i nestandardni idiomi. Za razliku od standardnoga idioma koji se tradicionalno u jezikoslovlju smatra prestižnim, nestandardni idiomi i dalje izazivaju prijepore i nedoumice, a prešutno se „održava na životu“ i stereotip o tim idiomima kao *drugorazrednoj jezičnoj pojavi*¹ (Halonja, Mihaljević, 2012: 54). Takvo je stajalište iz sociolingvističke perspektive potpuno neprihvatljivo jer je „nerealno vjerovati da se identitet bilo koje jezične zajednice očituje isključivo na temelju strogo normiranoga standardnog jezika“ (Kalogjera, 2008: 74). S druge strane, kao temeljni razlog nastanka, odnosno postojanja nestandardnih idioma ističe se upravo potreba članova neke društvene grupe da posebnim verbalnim sredstvima afirmiraju svoj identitet i potvrde pripadnost grupi (Bugarski, 2006). Dakle, dob, spol, profesija, razina obrazovanja te želja za drukčijim, ekspresivnijim izražavanjem utječu na nastanak idioma koji se u hrvatskom, ali i svjetskom jezikoslovlju najčešće nazivaju *žargon*, *sleng* i/ili *šatrovački*.

Iako se u literaturi ta tri naziva različito tumače, a mišljenja su jezikoslovača prilično razjedinjena, čak i kontradiktorna, o čemu će biti riječi u sljedećem poglavlju, autori koji pišu o nestandardnim idiomima slažu se u jednome: takvi idiomi imaju specifičnu tvorbu riječi te rječnički sustav (Sabljak, 1981). U hrvatskome se jezikoslovlju pozornost do sada pridavala uglavnom leksičkoj razini u žargonu, odnosno popisivanju žargonskoga leksičkog inventara.² Cilj je ovoga rada, na temelju prikupljenoga korpusa, popisati i opisati plodne tvorbenne postupke i formante u žargonu te utvrditi u kojoj su mjeri oni istovjetni onima u standardnom jeziku, odnosno ima li žargon doista svoju specifičnu tvorbu riječi. Nadalje, uspoređujući plodne tvorbenne elemente, ispitat će se omjer onih koji se temelje na hrvatskoj tvorbenoj tradiciji (sufiksacija) i onih koji su u hrvatski preuzeti iz engleskoga (stapanje) te na taj način utvrditi je li i tvorbu u žargonu zahvatila

¹ Od te se tvrdnje mogu izuzeti prostorno određeni idiomi, odnosno dijalekti.

² Tvorbenom razinom bavila se Neda Pintarić u radu *Tvorbeni postupci u poljskom i hrvatskom razgovornom jeziku*.

„globalizacija“ ili se govornici i dalje oslanjaju na kreativnost utemeljenu na domaćim tvorbenim postupcima i formantima.

2. ŽARGON, SLENG ILI ŠATROVAČKI

Iako su, kao što je već rečeno, jezikoslovci prilično razjedinjeni u određivanju termina *žargon*, *sleng* i *šatrovački*, svi se slažu da je riječ o govornima užih skupina koji izlaze iz okvira standardnoga jezika, ali i dijalekta, te su mnogo slobodniji i u svom širenju agresivniji od bilo kojeg tipa jezika i govora (Sabljak, 1981). Neujednačenost u određivanju postoji i na leksikografskoj razini. *Hrvatski enciklopedijski rječnik*³ tako žargon određuje kao „govor šireg socijalnog kruga karakteriziran izrazima, značenjima i sintagmama koji ne pripadaju standardu i normi; podložan je pomodnosti, konkretizaciji i pojednostavljivanju“ te kao „govor užeg profesionalnog kruga, uvriježeni jezik određene struke koji se spontano razvio neovisno o službenom nazivlju, osobit po tome što je riječima preuzetim iz govornoga jezika pridodao nova značenja koja često nisu razumljiva onima izvan struke.“. Na kraju natuknice navedeno je da su jednakovrijednice <žargonu> *sleng*, *šatra*, *šatrovački govor*, *tajni jezik*. *Sleng* je u istom rječniku određen kao „govor zatvorenih društvenih krugova koji razumije samo jedna skupina govornika, „niža“ govorna varijanta unutar jednog jezika u kojem značenje riječi odstupa od općeprihvaćene semantičke vrijednosti.“. Ponovno su kao jednakovrijednice navedeni termini *šatrovački govor*, *žargon*. *Šatru*, odnosno *šatrovački HER* određuje kao „čergaški jezik“, odnosno kao „žargon manje društvene skupine.“. U Anićevu rječniku (1998) izostaje definicija *slenga*, dok se u *Rječniku stranih riječi* (2002) navodi kako je žargon „pokvaren govor, osobit govor, poseban govor nekog društvenog staleža.“.

Sabljak (1981: 5) šatrovački određuje kao „svaki iskonstruirani govor skupine ljudi, staleža ili klase koji se u svom specifičnom načinu sporazumijevanja nastoji odvojiti od standardnoga govora“, a prapočetak mu vezuje uz govor Roma koji su živjeli pod šatrama pa odatle i sam naziv. Drugome izdanju iz 2001. Sabljak mijenja naslov u *Rječnik hrvatskoga žargona* tumačeći kako zapravo ne postoji prikladan termin kojim se može obuhvatiti „svo jezično blago“ koje ne pripada standardnom jeziku, sugerirajući time da je žargon širi pojam od šatrovačkoga.

³ U nastavku HER.

Bugarski (2006: 11–3) navodi kako žargon oscilira od jezika struke do jezika ulice te da se tim terminom podrazumijeva svaki neformalni i pretežno govorni varijetet nekog jezika koji služi za identifikaciju i komunikaciju unutar neke društveno određene grupe – po profesiji, socijalnom statusu, uzrastu – čije članove povezuje zajednički interes ili način života, a koji uz to može biti i teritorijalno omeđen. U skladu s navedenim određenjem, Bugarski žargon dijeli na stručni, subkulturni i omladinski. Jasna Melvinger (1989: 64) žargon određuje kao „ukupnost riječi i izraza u govoru predstavnika stanovitih društvenih skupina povezanih istim uvjetima života, istim zanimanjima ili istim interesima.“. Anita Skelin Horvat (2009: 5) odlučuje se za termin *sleng* tumačeći da je žargon govor malih kohezivnih grupa, dok je sleng jezik koji se od žargona razlikuje time što se može proširiti. U ovome radu odlučujemo se za termin ‘žargon’ jer ga smatramo uvriježenim te semantički najtransparentnijim u hrvatskome jezikoslovlju, a pod njim podrazumijevamo nestandardni leksik. Dakle, unatoč terminološkim neujednačenostima, svi se navedeni autori slažu da je riječ o nestandardnom leksiku koji karakterizira upotreba s ciljem identificiranja s nekom društvenom grupom i odvajanje od drugih društvenih grupa ili pak zbog težnje za novim originalnim i pomodnim načinom izražavanja (Melvinger, 1989). Taj leksički sloj na jezično-stilskoj razini ima svojstva kao što su leksička produktivnost, inovativnost, gramatička fleksibilnost, semantička ekspresivnost, metaforičnost i asocijativnost te humoristično poigravanje zvukom i značenjem (Bugarski, 2006). Skelin Horvat (2009: 45–6) pojašnjava kako nestandardni idiomi nastaju u urbanim sredinama jer one, za razliku od ruralnih, imaju mnoštvo različitih pravila i normi ponašanja, jezičnih i drugih. Upravo zbog toga, razvijaju se skeptični stavovi prema tradiciji i normama te potreba i želja za razbijanjem uvriježenih obrazaca ponašanja što se može postići upotrebom jezika koji obilježuje urbanost, specifičan odnos prema drugim jezičnim slojevima i pojavama, efemernost, kreativnost, neformalnost upotrebe i kolokvijalnost.

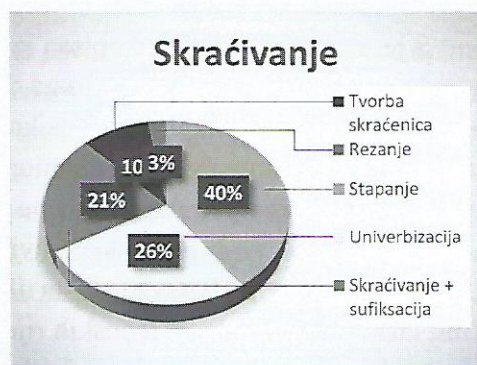
S jedne strane žargon je opisan izrazima kao što su „niža govorna varijanta“, „pokvaren govor“, dok su s druge strane tvrdnje o žargonu kao „preporoditelju i obnovitelju standardnoga jezika“ (Sabljak, 2001) te žargonu kao „jeziku u malom“, odnosno najvažnijem činitelju modernizacije standardnoga jezika čime se on prilagođava potrebama urbane kulture, odnosno upravo s pomoću žargona standardni jezik prati promjene u uvjetima života zajednice koja se njime koristi (Bugarski, 2009: 147). Sa stajališta tih dvaju oprečnih stavova, u nastavku će rada biti analizirana tvorba žargonskih riječi te će se utvrditi preuzima li žargon tvorbene obrasce i formante od standardnoga jezika ili obratno.

3. ANALIZA KORPUSA

Tvorbu riječi u žargonu karakterizira anonimnost, spontanost i kreativnost. Pritom treba imati na umu da se kreativnost ne očituje isključivo kroz pronalazak novih jezičnih elemenata, nego i na uporabi već postojećih na nove načine, što je zapravo i najvažnije obilježje jezičnog stvaralaštva u cjelini (Bugarski, 2009: 160). Na tragu tvrdnji o uvođenju novih „tvorbenih trendova“ te inovativnog pristupa postojećim obrascima i formantima, pristupilo se prikupljanju žargonskih riječi slušanjem i zapisivanjem riječi u upotrebi, u medijima te u raznim društvenim krugovima i situacijama. Pintarić (2010: 93) upozorava da takav pristup čini popis individualnim, necjelovitim i teško dostupnim, ali s druge strane, pouzdanija, odnosno bolja metoda prikupljanja žargonskoga korpusa do sada nije utvrđena.

Na taj način prikupljen je korpus koji se sastoji od 160 žargonskih riječi koje će u nastavku rada biti klasificirane i opisane s tvorbenog stajališta. Važno je naglasiti da su sve pronađene riječi novijega postanja te potvrđene u uporabi.

Tri su temeljna plodna postupka u tvorbi žargonskoga leksika u korpusu: skraćivanje riječi, sufiksacija te proširivanje riječi. Izrazom *skraćivanje* obuhvaćeni su svi tvorbeni postupci kojima se postojeće riječi skraćuju, „rezanjem“ ili skraćivanjem u kombinaciji sa sufiksacijom, zatim stapanje dviju riječi u jednu pri čemu se jedna ili obje riječi također skraćuju te univerbizacija, odnosno nastanak jedne riječi od višечlanog izraza. Proširivanje riječi vrši se najčešće dodavanjem sufiksa, kako bi se postigao specifičan stilski učinak, dok sufiksacija podrazumijeva nastanak nove riječi kombinacijom osnove i sufiksa koji može biti domaćega ili stranog podrijetla. Korpus u brojkama izgleda ovako:



Dakle, iz prvoga je grafikona razvidno da je najzastupljeniji postupak u tvorbi žargonizama iz korpusa skraćivanje (79 %), slijedi sufiksacija (17 %) te proširivanje (4 %). Imajući u vidu namjenu žargona te činjenicu da se njime koriste uglavnom mlađe generacije govornika, razumljiv je značajan broj skraćenih oblika. Drugi grafikon prikazuje omjer tvorbenih postupaka koji su u ovome radu označeni kao skraćivanje. Budući da je riječ o tvorbenom postupku preuzetom iz engleskoga jezika, indikativan je broj primjera nastalih stapanjem koji čine čak 40 % svih žargonizama nastalih skraćivanjem. Slijedi univerbizacija (26 %), potom skraćivanje u kombinaciji sa sufiksacijom (21 %) te tvorba skraćenica i rezanje koji su utvrđeni u 13 % primjera. Svi će tvorbeni postupci biti analizirani u nastavku rada.

3.1. Skraćivanje

Skraćivanje riječi u korpusu izvodi se na ovih pet načina: stapanjem, univerbizacijom, skraćivanjem u kombinaciji sa sufiksacijom, „rezanjem“ te tvorbom skraćenica. Svim je nabrojanim postupcima zajedničko nastojanje da se izraz ekonomizira, a razloge tome, smatra Pintarić (2010: 100–101) treba tražiti u brzini koju nameće suvremeni način života, lijenosti te želji da se osvježi, odnosno emotivno pojača dojam što ga govornik želi ostaviti na sugovornika.

3.1.1. Stapanje

Stapanje se može odrediti kao nastanak riječi od dviju (ili više) riječi. Iako je riječ o relativno novoj jezičnoj pojavi, stopljenice su stekle popularnost u široj javnosti.⁴ Riječ je o tvorbenom modelu preuzetom iz engleskoga jezika u kojemu čak 5 do 10 % novih riječi nastaje upravo tim tvorbenim načinom. Marković (2009) stapanje vidi kao svojevrsan tvorbeni *krpež* koji ne ovisi o morfemima, nego o doživljaju riječi kao fonetskog materijala koji se – djelomično ili u cijelosti – može rezati, spajati i stapati (223–224), a stapanje, odnosno *blending* određuje kao „... tvorbu riječi kombiniranjem i fuzioniranjem neznačenjskih dijelova dviju (daleko najčešći slučaj, veoma rijetko triju) postojećih punoznačnica.“ (Marković, 2009: 228).

⁴ Na mrežnoj stranici <http://www.zargonaut.com/> broj novih riječi, posebno stopljenica, svakodnevno se povećava. Zanimljivo je primijetiti da je i samo ime stranice stopljenica: „zargonaut“.

Na temelju iznesenih definicija te na temelju primjera stoljenica u korpusu može se izvesti sljedeće određenje: stoljenice su riječi koje nastaju stapanjem najmanje dviju riječi i to na način da se stapaju dijelovi polazišnih riječi ili se uzimaju cijele riječi pri čemu dolazi do glasovnog preklapanja.

U korpusu je zabilježeno 47 stoljenica, a njihovom analizom utvrđeno je da se, prema strukturi, stoljenice u hrvatskom jeziku mogu se podijeliti u tri tipa:

- a) stoljenice nastale od prvog dijela prve i drugog dijela druge riječi: *banka + automat > bankomat*, *čoksa + Božić > čoksić*, *ljevak + dešnjak > lješnjak*
- b) stoljenice nastale uključivanjem jedne ili obiju riječi u cijelosti u novu riječ pri čemu može doći do glasovnog preklapanja: *rad + alkoholičar > radoholičar*, *web + seminar > webinar*, *bicikl + turizam > cikloturizam*, *kultura + turist > kulturist*, *aroma + magija > aromagija*, *sprint + internet > sprinternet*, *bicikl + „ball“ (lopta) > cikolobal*, *ljetni + san > ljetnissan*, *čokolada + muuu (onomatopejski izraz) + užitak > čokomužitak*, *Baumax + maksimalno > baumaksimalno*, *fleksibilnost + sigurnost > fleksigurnost*
- c) stoljenice u kojima je dio jedne riječi umetnut u drugu riječ koja ostaje netaknuta: *rurbanitet*, *filmozofija*, *knjigra*, *štrumfastično*, *Krašopis*, *Krašotice*, *Krašuljci*, *arteist*, *najmještaj*, *bananaccino*, *jagodaccino*, *šumjeće (tablete)*, *najvijač*, *slastistika*, *Piketa*, *bagatele 2*, *wellnesstinovo*

Na temelju pronađenih primjera, može se zaključiti da veću brojnost imaju tipovi s glasovnim preklapanjima što je i razumljivo s obzirom na registar iz kojega primjeri dolaze. Naime, uglavnom je riječ o prigodnim ludičkim novotvorbama u novinskom i marketinškom jeziku. Budući da u stoljenicama uvijek ili gotovo uvijek dolazi do rezanja fonološkog materijala jedne ili obiju riječi čime se izraz skraćuje i čini semantički učinkovitijim, često se upravo jezična ekonomija navodi kao prvi okidač za njihov nastanak. Ipak, za većinu se stoljenica ne može reći da u potpunosti doprinose ekonomičnosti izraza jer zahtijevaju dodatne napore za njihovu interpretaciju – bar u početku, dok govornici ne postanu svjesni njezina sastava i značenja koje se dobiva kombinacijom sastavnica. Čini se da se razlog nastanka stoljenica prikladnije može objasniti s pragmatičkog stajališta (Lehrer, 2003). Promotre li se ponovno registri u kojima se stoljenice najčešće javljaju – novinski stil, jezik reklame – kao razlog njihova nastanka nameće se ilokutorna snaga, odnosno učinak koji govornik želi postići na sugovornika te tako privući njegovu pozornost što posebno dolazi do izražaja u marketingu

kojemu je cilj izboriti se za pozornost te prestići konkurenciju. Stopljenice su, promatrane dakle s pragmatičkog stajališta, posebno prikladne jer cilj je svake reklame da gledatelji ili slušatelji zapamte, ako ne cijelu reklamu, onda bar detalj – jednu riječ koja će osigurati prepoznatljivost proizvoda i brenda u budućnosti. Dakle, marketinški stručnjaci ne žele brzu i automatsku reakciju na stopljenicu, nego upravo suprotno; upotrebom stopljenice žele navesti gledatelja i slušatelja na razmišljanje. Lehrer (2003) smatra da se gledatelj, odnosno slušatelj, nakon što interpretira stopljenicu, osjeća dobro jer je „pogodio bit“ što za rezultat najčešće ima pozitivan stav prema reklamiranom proizvodu ili brendu (prema Mikić Čolić, 2015).

Posebnu pozornost zaslužuje stopljenica *bankomat* koja izvrsno oprimjeruje ekspanzivnost karakterističnu za žargonske riječi. Naime, ta je riječ poslužila kao tvorbeni model za mnoge riječi nastale analogijom upravo prema toj riječi – *redomat*, *platomat*, *kovinomat*, *artomat*, *vicomat*, *štosomat*, *platomat*, te najnovija iz reklame za TELE2, *ekipomat*. Naime, drugi dio stopljenice razvio se tako u vezanu leksičku osnovu te u navedenim primjerima ne govorimo više o stapanju, nego o slaganju. Riječ *bankomat* ujedno je i prva stopljenica koja je ušla u jedan hrvatski jednojezični rječnik (Anić, 1996: 30) što dokazuje da se u jeziku toliko uvriježila da su govornici izgubili svijest o njezinu podrijetlu.

Još jedan strukturni tip stopljenica sve je češći u hrvatskom jeziku, a njegova pojava uvjetovana je registrom u kojemu se one, kako je već naznačeno, najčešće pojavljuju – u marketingu (Mikić Čolić, 2015). Naime, Udier (2013: 184–185) ističe kako je videocentrižam naveo autore reklama na posezanje za vizualnim sredstvima u njihovu oblikovanju: slikama, dijagramima, grafikonima, fotografijama te letrističkim postupcima koji podrazumijevaju odabir i uporabu različitih modela i oblika grafema (fontova) te drugih znakova različite veličine i oblika. Na taj način konkretizira se tekst, odnosno jezik postaje vidljiv i grafički oblikovan. Letristički postupci dolaze do izražaja u ovim primjerima: (*sretan*) *Boschić* (*Bosch* + *Božić*) *barKA* (*bar* + *barka*) i *natjeČAJ* (*natječaj* + *čaj*), *OLIĆan internet*, *NESkrivena aroma*, *PANorama*, *LEDOnardo*, *ONEtastičan* (‘City center One’), *CROmpiri*, *CROpacabana*, *CAPPYsci*, dok se o dominaciji vizualnoga može govoriti i kod primjera kao što su *coolinarika*, *podroom*, *booksa*, *beertija*, *freelika*. Dakle, navedeni primjeri tek vizualno dobivaju svoj puni smisao te postaje jasno da je ponovno riječ o stopljenicama, odnosno riječima u kojima se stapaju dvije riječi koje mogu biti domaćeg ili stranog podrijetla.

Kada je riječ o registrima u kojima se stopljenice pojavljuju, već je utvrđeno da su to najčešće žargon mladih i reklame. Bugarski (2009: 198) primjećuje da se usporedo s brojnošću stopljenica povećava i njihova društvena afirmacija čemu posebno doprinosi još jedan „elitni“ registar u kojemu su stopljenice sve češće, a to su nazivi projekata, manifestacija i festivala (*Kulturaljka, Pričigin*), naslovi knjiga (*Filmozofija*) te televizijskih emisija (*CROpacabana*).

3.1.2. Skraćivanje višečlanih izraza – univerbizacija

Univerbizaciju Pintarić (2010: 100) određuje kao skraćivanje naziva s dvije riječi u jednu izvedenicu. Dakle, taj postupak podrazumijeva, uz skraćivanje, i sufiksaciju. U korpusu je zabilježeno 30 primjera nastalih tim tvorbenim postupkom, a najplodniji univerbizacijski sufiksi jesu: *-jak/-njak*, *-ac*, i *-ka*.

a) Univerbizacija sufiksima *-jak/-njak*. Sufiksom *-jak* izvedenice se tvore od pridjeva koji završavaju na *-n*, dok izvedenica sa sufiksom *-njak* ima od imeničkih, pridjevni i glagolskih osnova. Već na početku analize tih dvaju sufiksa može se utvrditi da je došlo do znatne promjene u njihovoj plodnosti. Babić (1991: 109) naime navodi da je riječ o slabo plodnim sufiksima, no broj pronađenih primjera upućuje na promjene u plodnosti koje su se dogodile u posljednjih dvadesetak godina. Tvorba ovim sufiksima u žargonu rezultira univerbiziranim riječima kojima je promijenjena stilska vrijednost kao u primjerima *minutnjak* (‘jedna minuta’), *finjak*, *ozbiljnjak* (‘fina’ ili ‘ozbiljna’ situacija), *mračnjak* (‘mračna’ osoba). Univerbizacijom su nastali i ovi primjeri:

privatnjak > privatni liječnik

električnjak > električna gitara

robnjak > robna kuća

I ovdje se, kao i kod stapanja, može govoriti o utjecaju žargona novih medija na plodnost onih tvorbenih postupaka kojima se udovoljava potrebama za ekonomičnošću, jezgrovitošću, ali i domišljatošću u izražavanju. Iako se takvi izrazi smatraju izrazito stilski obilježjenima i ograničenima na žargon mlađih generacija, broj pronađenih primjera koji su zabilježeni u rječnicima nameće zaključak da takve riječi sve češće pronalaze svoje mjesto i u općeuporabnom leksiku. Govoreći o univerbizaciji, Pintarić (2010: 95) navodi da se tim postupkom u hrvatskom jeziku dobivaju leksemi muškoga roda od pojmova ženskoga roda, no u ovome radu smatra se da tu tvrdnju treba uzeti sa zadržkom jer primjeri iz korpusa pokazuju da

to nije uvijek tako, odnosno da se podjednako skraćeni leksemi izvode i od izraza ženskoga, ali i muškoga roda:

pornjak > pornografski film

masnjak > veliki gnojni („masni“) prišt

zagrobnjak > zagrobni život

stambenjak > stambeni kredit

Iako se univerbizacija često povezuje sa zahtjevima novih medija koji nameću ograničenja u brzini i „prostoru“ predviđenom za poruku, Maretićevi (1963: 341) primjeri takvih tvorbi govore suprotno:

temeljnjak > temeljan (jak) čovjek

potkožnjak > potkožni prišt

crvenjak > crveno vino

Primjeri Maretićevih univerbiziranih oblika navode na zaključak da su novi mediji bili tek okidač za oživljavanje takvog načina tvorbe koji je bio plodan i tijekom 20. stoljeća. Iako se to nigdje izrijekom ne navodi, također se može zaključiti da su takvi primjeri i tada pripadali žargonu i razgovornom jeziku jer se, na primjer, mogućnost tvorbe univerbiziranih oblika ne navodi u Brabec-Hraste-Živković gramatici (1954: 163) koji navode isključivo mjesno značenje sufiksa *-njak*.

b) Univerbizacija sufiksom *-ac*. U otprijevnoj tvorbi sufiksom *-ac* krata se osnove, i to uglavnom one preuzete od latinskih pridjeva na *-ivan*, *-alan* i *-aran*. Tako se u primjerima *agresivan* i *depresivan* gubi *-n* te nastaju oblici *agresivac*, *depresivac*... kod kojih se također može govoriti o univerbizaciji:

depresivac > depresivan čovjek

agresivac > agresivan čovjek

štedljivac > štedljiv čovjek

minimalac > minimalna plaća

aktualac > aktualni sat

U svim slučajevima može se govoriti o riječima koje su karakteristične za žargon, ali isto tako treba primijetiti da se skraćuju oni izrazi koji u novije vrijeme imaju veliku čestotnost (npr. *benzinac*, *bolonjac*) iz čega proizlazi da je ona obrnuto

proporcionalna s dužinom izraza. Također je razumljivo zašto se takvi oblici pojavljuju gotovo isključivo u žargonu mlađih generacija iz kojega se prelijevaju u razgovorni jezik te im se upotreba nakon toga širi među ostalim govornicima. Naime, upravo mlađi govornici svakodnevno „žive“ s najvitalnijim dominirajućim kulturnim, civilizacijskim i političkim događajima što ih čini najaktivnijim i najkreativnijim tvorcima žargona.

c) Univerbizacija sufiksom *-ka*. Primjeri nastali univerbizacijom sufiksom *-ka* jesu:

kontrolka > kontrolni ispit

samostalka > samostalna država

totalka > totalna šteta na vozilu

dućanka > prodavačica u dućanu

profilka > profilna fotografija na Facebooku

bolonjka > studentica koja studira „po Bolonji“

I takvi izrazi uklapaju se u komunikacijske tijekove modernoga vremena u kojemu se teži za ekonomičnošću kako bi se uštedio prostor, ali i vrijeme. Za datiranje tvorbe žargonskih oblika na *-ka* poslužiti će primjer *matorka* u značenju ‘stara ženka u živadi’ (Maretić, 1963: 347). Pretpostavlja se da su od takvih i sličnih oblika, semantičkim pomakom, odnosno metaforizacijom, nastali suvremeni žargonski oblici (*matorac*, *matorka*: ‘star muškarac, žena’). Budući da se sufiks *-ka* ne izdvaja kao posebno plodan u Sabljakovu rječniku, može se zaključiti da je njegovo širenje pojava oživljena na temelju opisanih semantičkih pomaka u posljednjih deset godina.

3.1.3. Skraćivanje višesložnih riječi

U želji da se komunikacija skрати i ubrza ne krate se samo višečlani izrazi već i riječi koje se smatraju predugačkima. Pri tom tvorbenom postupku plodni su sufiksi *-ač* i *-ić*.

a) Skraćivanje sufiksom *-ač*. Tradicionalno se smatra da se imenice sa sufiksom *-ač* tvore uglavnom od glagolskih osnova, a od ostalih osnova rijetko. Međutim, žargonske riječi nastale tim sufiksom u korpusu nisu izvedene od glagola: *ap(ač)*, *bi(kač)*, *hel(kač)*, *mob(ač)* i *slat(kač)*. Riječ je o imenicama koje imaju okrnjenu imeničku osnovu, pripadaju isključivo žargonu te predstavljaju skraćene oblike

imenica *apaurin*, *biseksualac*, *helikopter*, *mobitel* te *sladoled* i tvorene su sufiksima *-ač* i *-kač*. Iako su takve riječi nakon što se pojave uglavnom ograničene na uporabu u određenim generacijskim ili društvenim skupinama, sve je više primjera koji su iz žargona prešli u razgovorni jezik te na taj način dostižu viši stupanj opstojnosti. Ujedno, tvorba imenica sufiksom *-ač* od imeničkih osnova predstavlja odmak od tvorbene tradicije jer takvi slučajevi nisu zabilježeni u ranijim tvorbenim opisima, kao ni u rječnicima gdje se *-ač* također opisuje kao isključivo odglagolski sufiks.⁵ Primjećuje ih tek Birtić (2008: 63), napominjući da su takve imenice izrazito stilski obilježene. Skupini odimeničkih žargonizama na *-ač*, pridružena su i tri izraza na *-ač* – *ginkač*, *samkač*, *telkač* – za koje se u ovome radu smatra da su posljedica nerazlikovnosti između fonema *č* i *ć* te da je kod svih primjera riječ o istome sufiksu.⁶ Imajući u vidu da je namjena riječi tvorenih odimeničkim osnovama skratiti, odnosno ekonomizirati izraz što se ne može reći za odglagolske imenice na *-ač*, nameće se zaključak da je u tim dvama slučajevima riječ o sufiksima koji isto zvuče, ali značenje im je različito.

b) Skraćivanje sufiksom *-ić*. Sufiksom *-ić* u korpusu su tvorene 22 imenice, koje su nastale od pokraćenih osnova, najčešće stranih, oblikom dužih imenica: *dezić*, *frižić*, *mobić*, *penzić*, *praksić* ('praksiten'), *arhić* ('arhitekt'), *gastić* ('gastarbajter'), *gastrić* ('gastroenterolog'), *profić*, *hetrić* ('heteroseksualac'), *metrić* ('metroseksualac')... Takvim načinom tvorbe ne mijenja se značenje imenice, ali mijenja se njezina stilaska vrijednost. Riječ je o tvorbi karakterističnoj za žargon, a odatle se takve tvorenice prelijevaju u razgovorni jezik. Ipak, postoje primjeri takvih riječi koje su ušle u opću uporabu (npr. *kafić*) te se svijest o njihovoj stilskoj obilježenosti kod govornika izgubila.

Kada je riječ o pronađenim primjerima na *-ić*, nekoliko obilježja tih žargonizama upućuje na zaključak da je riječ o vrlo plodnom načinu tvorbe te da će takvih imenica biti sve više:

I. sufiks *-ić* je i inače plodan,

II. imenice koje sudjeluju u tvorbi uglavnom su stranoga podrijetla, a njihov je priljev u sustav hrvatskog jezika stalan,

⁵ HER, sv. 1, str. 13.

⁶ U priloge tome govori i nedosljednost u bilježenju takvih imenica u Sabljakovu rječniku pa se tako u istom izdanju mogu pronaći oblici *limač* (2001: IX) i *limać* (2001: 118) u istom značenju.

III. skraćeni oblici riječi naišli su na plodno tlo u svijetu suvremenih medija koji neprestano nameću potrebu za ekonomičnošću i sažetošću.

Navedena obilježja nameću predviđanja da će takav način tvorbe novih imenica biti i dalje plodan te da će sve više takvih riječi ulaziti i u općeuporabni jezik, odnosno da se neće više zadržavati u okvirima žargona. Kao i skraćeni oblici na *-ač* o kojima je već bilo riječi (*mobač, slatkač...*), i oblici na *-ić* povezuju se sa šatrovačkim govorom. Nadalje, skraćeni oblici sa sufiksom *-ić* zabilježeni u korpusu također se i značenjem udaljuju od tvorbenih opisa u kojima se taj sufiks gotovo isključivo povezuje s deminutivnošću, dok u korpusu nije zabilježen nijedan takav primjer te svi predstavljaju skraćene oblike koji su snažno stilski obilježeni: *rotvić, helić, prezić, hemic(i), psihić...*

3.1.4. Tvorba skraćenica i rezanje

Do pojave novih medija i novih načina na koje svakodnevno komuniciramo, skraćenice, kao obilježje uglavnom pisanoga jezika, nisu uzimane u obzir kada se govorilo o žargonu, odnosno varijetetu koji se, gotovo isključivo, *ostvaruje u govoru* (Skelin Horvat, Muhvić-Dimanovski, 2010: 338). Ipak, to se uvelike promijenilo pojavom brojnih aplikacija, društvenih mreža i tehnologija koje nam omogućuju brzu komunikaciju koja nikada ne prestaje i uvjetuje nastanak pisanih „tekstova“ s vizualnim (emotikoni) te elementima govora koji se isprepleću, a granice se među vizualnim, govor(e)nim i pisanim fleksibiliziraju, pa čak i brišu. U takvom je tehnološkom okruženju očigledan porast uporabe skraćenica koje su postale jednom od važnih razvojnih tendencija suvremenoga jezika (Filipan-Žignić, 2012: 54). Tri su utvrđena modela nastanka skraćenica u hrvatskom jeziku: skraćenice nastale uzorkom početnih slova, skraćenice nastale uzorkom početnih slogova te one nastale kombinacijom tih dvaju uzoraka. Zanimljivo je primijetiti kako određen broj skraćenica zabilježenih u korpusu nije nastao nijednim od tih utvrđenih uzoraka. Na temelju primjera može se utvrditi novi uzorak koji bi mogao biti nazvan *suglasničkim*. Naime, riječ je o modelu koji podrazumijeva ispuštanje samoglasnika iz riječi ili izraza te na taj način nastaju oblici kao što su: *nmg* (‘ne mogu’), *tnx* (‘thanx’), *dns* (‘danas’), *fb* (‘Facebook’), *msm* (‘mislim’), *vrij* (‘vjerojatno’), *plz* (‘please’). Takvo je skraćivanje moguće zbog činjenice da oko zahvaća cijelu riječ jednako brzo kao i pojedino slovo.⁷ U skladu s tim, bez obzira na izostavljanje samoglasnika, razumijevanje takvih oblika uglavnom nije dovedeno u pitanje.

⁷ Svojim je istraživanjem čitljivosti to dokazao Cattell još 1885.

Na granicu slogovnog uzorka i rezanja mogu se uvrstiti ovi primjeri skraćenica iz korpusa: *odg* ('odgovoriti'), *nezz* ('ne znam'), *pozz* ('pozdrav'), *pon* ('ponedjeljak'), *por* ('poruka'), dok bi primjeri rezanja bili *bespla*, *kaf* i *brija*. Dakle, riječ je doslovno o rezanju fonološkoga materijala koji se čini prilično nasumičnim, odnosno teško je utvrditi uzorak po kojemu se odbacuju zadnji dijelovi riječi. Slogovna granica također se ne poštuje pa se uvjetno može utvrditi da se iskorištava onoliko fonološkog materijala u riječi koliko je potrebno da bi se zadržala semantička transparentnost.

Iako će za utvrđivanje pravilnosti, odnosno uzoraka za nastanak takvih oblika trebati veći korpus, već je i iz ograničenog broja primjera razvidno da pri njihovom nastanku dominiraju *spontanost*, *površnost* i *prolaznost* (Filipan-Žignić, 2012: 160). Vratimo li se sada komunikacijskom činu kao psihičkom procesu s početka rada, može se utvrditi da skraćenice o kojima je u ovom poglavlju bilo riječi izvrsno oprimjeruju utjecaj kanala na poruku. Naime, njihov je nastanak motiviran isključivo medijem kojim se prenose. Treba također istaknuti da bez obzira na ekonomičnost koja se postiže rezanjem, odnosno odbacivanjem fonološkog materijala, u skraćenicama treba gledati primjere ludizma i jezične kreativnosti, a ne razaranja i uništavanja jezika.

3.2. Sufiksacija

Govoreći o plodnim sufiksima u žargonu, Bugarski (2009) ih dijeli na žargonske i na žargonizirane. Žargonski bi bili oni sufiksi koji su u standardnom jeziku slabo plodni ili neplodni, odnosno njima se tvore nove riječi isključivo u žargonu. To bi u hrvatskom jeziku bili sufiksi *-iška* (*cipeliška*, *superiška*), *-oš* (*bicoš*), *-ijaner* (*kosijaner*), *-otka* (*razvaljotka*), *-os* (*alkos*) i slični. Za razliku od izvorno žargonskih sufiksa, drugu skupinu čine žargonizirani sufiksi, odnosno oni koji su (bili) plodni u standardnom jeziku, no dolazi do nove ili obnovljene plodnosti, kao i do pojavljivanja novih tvorbenih formata čiji su rezultat stilski obilježeni leksemi. Takvi sufiksi u velikom broju ekspresivnih i posebno žargonskih riječi i sami postaju nositelji specifične žargonske obojenosti, čak i neovisno o prirodi domaće ili strane osnove kojoj se dodaju (Bugarski, 2006: 44). O nekim od sufiksa koji bi se mogli označiti kao žargonizirani u hrvatskom jeziku već je bilo riječi u poglavlju o skraćivanju – to su sufiksi *-jak/-njak*, *-ić*, *-ac*, *-ač* i *-ka* – dok će o žargoniziranim sufiksima plodnima u sufiksnoj tvorbi biti riječi u nastavku rada.

3.2.1. Sufiks *-uša*

Imenice sufiksom *-uša* izvode se od imenica, pridjeva i glagola s različitim značenjima, ali većinom stilski obilježenima. Imenice iz korpusa tvorene sufiksom *-uša* imaju ova značenja:

- a) ženska osoba: *smotanuša, gaboruša, prostakuša, frikuša, sponzoruša, namiguša, koferuša, trenduša, posvuduša, eventuša, frikuša, dajkuša, likuša, ormaruša* ('ženska osoba koja skriva svoju seksualnu orijentaciju u *ormaru*'), *pasatuša* ('djevojka koja traži bogatog muža s dobrim autom'), *pokazuša, traktoruša* ('muškobanjasta žena'), *šalteruša* ('neljubazna ženska osoba koja radi na šalteru')
- a) nositelj osobine: *čmaruša* ('ulizica')
- b) hrana: *podriguša, dočekuša* ('piće dobrodošlice'), *krmeljuša* ('prva jutarnja kava')
- c) predmet: *pederuša*
- d) ostala značenja: *forvarduša, sačekuša, navlakuša, zastranuša* ('frizura ćelavih muškaraca').

Iako se sufiks *-uša* najčešće spominje u kontekstu dodavanja glagolskim osnovama (Birtić, 2008: 78), pronađeni primjeri sugeriraju da je njegova upotreba znatno proširena u odnosu na opisano stanje. U korpusu je 27 imenica izvedenih tim sufiksom. Dodavanjem sufiksa *-uša* sve su riječi dobile pogrдно značenje, a s obzirom na značenjske kategorije koje imaju imenice tvorene tim sufiksom, možemo ga nazvati izrazito „ženskim“.

Osim domaćim, sufiks se dodaje i posuđenim osnovama pa su tako zabilježeni primjeri *forvarduša* i *frikuša*. Potonji primjer predstavlja mocijski parnjak preuzetoj engleskoj imenici *freak* koja je prilagođena u hrvatski jezični sustav kao *frik* u značenju 'čudna osoba, nakaza'. Iako se u Sabljakovu rječniku navode primjeri imenica sa sufiksom *-uša*, za razliku od već opisanih sufiksa karakterističnih za žargon sufiks *-uša* autor ne navodi među učestalijim žargonskim sufiksima u teorijskom dijelu, ni u izdanju iz 1981. ni u novijem izdanju iz 2001. godine. Pogled u gramatiku hrvatskoga jezika sredine 20. stoljeća donosi također indikativne podatke. Naime, Brabec, Hraste i Živković (1954) ne navode taj sufiks, dok Maretić (1963: 365) navodi, između ostalih i ove primjere: *govoruša* ('žena koja mnogo govori'), *pocikuša* ('žena koja pocikuje')... Može se, dakle, utvrditi da je tvorba

imenica na *-uša* oživljena u prvom desetljeću 21. stoljeća. Među imenicama na *-uša* u korpusu nije zabilježen nijedan primjer koji ne pripada žargonu, odnosno koji nema izrazito pogrdno značenje, što znači da je upravo žargon izvor takvim imenicama. Sufiks *-uša* ima specifičan „ton“ i sam po sebi, neovisno o ekspresivnosti osnova kojima se dodaje, a dokaz tomu su i zvučni naslovi na portalima:

(1) Kako prepoznati *sponzorušu* i *koferušu*?⁸

(2) Vodič kroz *sponzoruše*, *posvuduše*, *eventuše*, *namiguše*...⁹

Brzina kojom nastaju takve imenice, te se nakon toga šire vrlo je velika. Širenjem imenica izvedenih sufiksom *-uša* u upotrebi, od žargona mladih do razgovornoga jezika, taj je sufiks s tvorbenih margina došao u središte pozornosti govornika zbog jake stilske obilježenosti, odnosno evidentne pogrdnosti koju riječi dobivaju njegovim dodavanjem te se može očekivati njegovo daljnje širenje u upotrebi.

3.2.2. Sufiks *-(iz)acija*

Sufiksom *-(iz)acija* izvedene su u korpusu četiri imenice načinjene isključivo od imeničkih osnova. Riječ je o sufiksu koji se u hrvatskom jeziku širi pod utjecajem engleskog jezika u kojemu je vrlo plodan, a njegovo prvotno dodavanje gotovo isključivo na osnove stranoga podrijetla sada sve više ustupa mjesto tvorbama s udomaćenim ili domaćim osnovama (*hadezeizacija*). Taj je sufiks u engleskom jeziku posebno plodan u kombinaciji sa sufiksom *-ize*, na primjer *categorization* (Bauer, 1983: 221), što je također preuzeto u hrvatski tvorbeni sustav. Povećanje plodnosti toga sufiksa može se pripisati konstantnom priljevu engleskih riječi koje ga imaju u svom sastavu, odnosno prestižu koji imaju engleske posuđenice u hrvatskom jeziku te se on počinje sve češće dodavati i osnovama koje nisu engleskoga podrijetla. Treba primijetiti da takvi žargonizmi sa sufiksom *-(iz)acija* dobivaju značenjsku nijansu koja se ne može primijetiti kod starijih riječi izvedenih tim sufiksom:

(3) *Apartmanizacija bez granica: HDZ-ov zakon za betonizaciju obale*.¹⁰

Navedeni primjer predstavlja naslov članka, a upravo su oni jedna od specifičnosti novinarsko-publicističkog stila. Naslov iz primjera može se označiti kao

⁸ Preuzeto 10. rujna 2016. s mrežne stranice <http://www.tulumarka.com/blog/9691/kako-prepoznati-sponzorusu-i-koferusu>.

⁹ Preuzeto 10. rujna 2016. s mrežne stranice <http://www.dugirat.com/zanimljivosti/10014.html>.

¹⁰ Preuzeto 18. studenoga 2012. s mrežne stranice <http://www.nacional.hr/clanak/109718/hdz-ov-zakon-za-betonizaciju-obale>.

nominalni¹¹ jer njime dominiraju imenske riječi i to upravo neologizmi – žargonizmi. Oni u navedenom primjeru imaju ove funkcije: njihovom upotrebom postiže se stilska raznolikost u odnosu na druge stilove te doprinose izazovnosti naslova jer su „snažni“ i upadljivi. Sufiks *-(iz)acija* također nosi negativan predznak koji je posljedica takvih društvenih stavova o procesima opisanim navedenim primjerima. Da nije riječ o izdvojenim prigodnim tvorbama i značenjima, potvrđuju i sljedeći primjeri:

(4) Sada se isto namjenjuje cijeloj rivijeri, a *resortizacija* je ključna u oduzimanju resursa od lokalne zajednice.¹²

(5) ..., a kako je *konobarizacija* Hrvatske maksimalna vizija koju možemo dobiti od ove Vlade,...

(6) Inicijativa Čuvamo naš park: „Planirana je *betonizacija* četvrtine parka na Savici“.¹³

Imajući u vidu pejorativnost koja se ne primjećuje kod većine starijih imenica na *-(iz)acija*, može se zaključiti da je kod sufiksa *-(iz)acija* došlo do semantičkog pomaka, odnosno do već spomenute žargonizacije. S obzirom na atraktivnost područja, odnosno njegovu zastupljenost u medijskom prostoru, uz koje su vezani gotovo svi pronađeni primjeri – turizam – može se očekivati da će se broj takvih imenica u budućnosti povećavati.

3.3. Proširivanje

Iako s formalne strane postupak suprotan skraćivanju, odnosno ekonomiziranju izraza karakterističnom za žargon, proširivanjem se, ali s učinkom na stilskom planu, također postiže jedna od funkcija žargona – slikovitost. Proširivanjem je u korpusu nastalo osam primjera: *gužvara* (‘gužva’), *zimulja* (‘zima’), *gaboruša*, *gabornjak* (‘gabor’), *primitivkuša* (‘primitivka’), *mrakača* (‘mrak’) i *filmčuga* (‘film’). U svim pronađenim primjerima dodavanjem sufiksa ne mijenja se

¹¹ Novinski naslovi mogu biti nominalni, informativni i reklamni. Nominalnima se imenuje sadržaj, pa u njima jednu od glavnih uloga imaju nominalne (imenske) riječi (imenice i pridjevi). Informativnim se naslovima prenosi sadržaj, pa u njima dominiraju glagoli, odnosno glagolski oblici, dok se reklamnim naslovima nudi sadržaj, pa u njima glavnu ulogu imaju imperativi i poticajna sredstva (Silić, Pranjković, 2005: 383).

¹² Primjeri (4) i (5) preuzeti su 18. studenoga 2012. s mrežne stranice http://www.zelena-istra.hr/files/Clanak_M.Kelava_Poziv_spe_kulantima_u_Pulu.doc.

¹³ Primjer (6) preuzet je 3. siječnja 2017. s mrežne stranice <http://www.h-alter.org/vijesti/inicijativa-cuvalo-nas-park-planirana-je-betonizacija-cetvrtine-parka-na-savici>.

značenje riječi, ali se ono emotivno pojačava i „osvježava“. Dakle, svi primjeri mogu se naći u upotrebi i bez sufiksa, no njihovo je značenje u tom slučaju znatno manje stilski obilježeno ili čak neobilježeno. Upravo u težnjama da se izraz udalji od standardnojezičnoga te da se izražavanje učini što slikovitijim i impresivnijim, koje ujedno predstavljaju temeljna načela suvremenog načina komuniciranja, mogu se tražiti razlozi nastanka proširenih oblika kojima se postiže, unatoč neekonomičnosti, upravo taj učinak.

4. ZAKLJUČAK

Analiza korpusa pokazala je da se žargon, u želji za što slikovitijim i jednostavnijim opisom, može usporediti s modom. Naime, moda se najčešće opisuje kao popularni stil, odnosno običaj koji prevladava u određenom trenutku, a njezin se smjer mijenja znatno brže nego kultura u cijelosti. Primijenimo li to određenje na odnos žargona i standardnoga jezika, uočava se da je situacija vrlo slična: dominantni trendovi u žargonu razvijaju se brže i uočljivije nego promjene u standardnom jeziku. Kada je riječ o nastanku žargonizama, utvrđeno je da oni nastaju trima temeljnim postupcima: skraćivanjem (pod kojim se podrazumijevaju stapanje, univerbizacija, skraćivanje i sufiksacija te rezanje i tvorba skraćenica), sufiksacijom i proširivanjem. Kao plodna tvorbeni sredstva u korpusu nametnuli su se sufiksi *-ar* (*plastičar*), *-ac* (*benzinac*, *depresivac*) te sufiksi *-jak/-njak* kao najplodniji među njima (*pornjak*, *masnjak*, *stambenjak*, *zagrobnjak*). Nadalje, skraćivanjem višesložnih riječi te dodavanjem sufiksa načinjene su riječi *ginić*, *psihić*, *penzić*. Zanimljivo je primijetiti kako se žargon popunjava riječima koje nastaju izvođenjem sufiksima plodnima i u standardnom jeziku, dok nije uočen ni zabilježen veći broj primjera sa sufiksima koji se tradicionalno smatraju žargonskima. Proces suprotan opisanima, odnosno širenje, primijećen je u nekim riječima na *-uša* (*primitivkuša*, *mrakuša*). Pokušavajući datirati takve oblike, utvrđeno je da se navedeni sufiks ne ističe kao izrazito plodan u teorijskim opisima žargona s početka ovoga stoljeća te se isprva činilo da se njihova tvorba i širenje može pripisati isključivo novim medijima koji, ograničavajući vrijeme i „prostor“ nameću nove komunikacijske uzuse. Ipak, pogled u hrvatske gramatike iz sredine prošloga stoljeća koje bilježe takve primjere (*govoruša*, *pocikuša*, *matorka*) upućuju na zaključak da su novi mediji bili tek okidač za oživljavanje takvih tvorbi koje, očito, u podlozi imaju univerzalnu ljudsku težnju za kreativnim i slikovitim izražavanjem.

Stapanje se pak nametnulo kao prikladan način tvorbe žargonizama posebno u reklamama jer svojom ekskluzivnošću i inovativnošću privlače pozornost gledatelja. Budući da je riječ o hrvatskom jeziku neautohtonim tvorbenim formantima i obrascima, isprva se nameće zaključak da se te skupine bogate izravnim preuzimanjem stranih riječi, ali bitno je uočiti i sve češće reproduciranje tih obrazaca te njihovo prilagođavanje hrvatskom jezičnom sustavu.

Nakon analize i svih zaključaka nameće se odgovor na pitanje o specifičnosti žargonske tvorbe riječi i odnosa žargona i standarda postavljeno u uvodu ovoga rada. Žargon i standardni jezik ne mogu funkcionirati jedan bez drugoga te jedan drugome služe za razmjenu gramatičkog, odnosno tvorbenog materijala i uzoraka, dok s druge strane žargon kao najvitalniji dio jezika služi za popunjavanje praznih mjesta u rječniku standardnoga ili općeg jezika. Dvojba iz naslova ovoga rada – jezična kreativnost i/ili posuđivanje – također je, čini se, razriješena. Naime, iako korpus izražen u brojevima jasno nameće zaključak o posuđenom tvorbenom modelu kao dominantnom u tvorbi žargonizama, čak trećina svih primjera nastala je stapanjem, na razmišljanje o naoko nekritičkom preuzimanju engleskoga tvorbenog modela navode primjeri stopljenih riječi koje datiraju još iz sredine 20. stoljeća.¹⁴ Kao primjer može poslužiti rusizam *profsojuz*, stopljenica nastala stapanjem prvoga dijela prve te cijele druge riječi: профсоюз – профессиональный союз. Dakle, može se utvrditi da stopljenice imaju univerzalniju narav te bi se njihov nastanak mogao protumačiti djelovanjem Zipfova zakona manjeg napora ili Martinetove jezične ekonomije, a plodnost takvoga načina tvorbe novih riječi u pojedinim jezicima ovisit će i o njihovim strukturnim obilježjima u smislu prisutnosti drugih dvaju tvorbenih modela – slaganja i kraćenja (Mikić Čolić, 2015). Na univerzalnu narav stapanja upućuje i primjer novotvorenice, odnosno jedne vrste okazionalizma koji je nastao na nastavi hrvatskoga jezika za strance kada su poljski studenti pogreškom *sunčane naočale* nazvali ‘sunčale’, dakle klasičnom stopljenicom nastalom od prvoga dijela prve i drugoga dijela druge riječi. Zbog svega navedenog, dvojbu iz naslova treba preoblikovati u tvrdnju – jezična kreativnost i posuđivanje! Vrijeme će pokazati koji će tvorbeni žargonski trendovi postati standardnojezični „klasici“!

¹⁴ Da stopljenice nisu moderna pojava u hrvatskom jeziku, tvrde i autori *Hrvatskog rječnika stopljenica* Ivan Marković, Ivana Klindić i Iva Borković, govoreći o „150 godina hrvatskih stopljenica“: <http://stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica> (pristupljeno 3. siječnja 2017.).

LITERATURA

- Anić, Šime; Klaić, Nikola; Domović, Želimir, 2002. *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Sani-plus.
- Anić, Vladimir, ²1996, ³1998. *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi liber.
- Babić, Stjepan, ²1991, ³2002. *Tvorba riječi u hrvatskom književnom jeziku*. Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Globus.
- Bauer, Laurie, 1983. *English Word-formation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Birtić, Matea, 2008. *Unutarnja struktura odglagolskih imenica u hrvatskome jeziku*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
- Brabec, Ivan; Hraste, Mate; Živković, Sreten, 1954. *Gramatika hrvatskoga ili srpskog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.
- Bugarski, Ranko, 2006. *Žargon*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Bugarski, Ranko, 2009. *Evropa u jeziku*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Filipan-Žignić, Blaženka, 2012. *O jeziku novih medija*. Split: Matica hrvatska Ogranak Čakovec.
- Halonja, Antun; Mihaljević, Milica, 2012. *Od računalnoga žargona do računalnoga nazivlja*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Hrvatska sveučilišna naklada.
- Hrvatski enciklopedijski rječnik*, 2004. Zagreb: Jutarnji list, Novi liber.
- Kalogjera, Damir, 2008. Identiteti, standardizirani i nestandardizirani, u: *Identitet jezika jezikom izrečen*. Zagreb: Srednja Europa, str. 73–78.
- Lehrer, Adrienne, 2003. Understanding trendy neologisms. *Rivista di Linguistica*. 15/2: 371–384.
- Maretić, Tomo, 1963. *Gramatika hrvatskoga ili srpskoga književnog jezika*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Marković, Ivan, 2009. Tri nehrvatske tvorbe: infiksacija, reduplikacija, fuzija. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*. 35: 217–241.
- Marković, Ivan; Klindić, Ivana; Borković, Iva, 2016. *Rječnik hrvatskih stopljenica*. <http://stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica> (pristupljeno 3. siječnja 2017.).
- Melvinger, Jasna, 1989. *Leksikologija*. Osijek: Pedagoški fakultet.
- Mikić Čolić, Ana, 2015. Word formation od blends. *Mostariensia*. 19/2: 21–36.
- Muhvić-Dimanovski, Vesna, 2001. Apokopa i afereza u funkciji jezične ekonomije. *Suvremena lingvistika*. 51–52: 191–202.
- Pintarić, Neda, 2010. Tvorbeni postupci u poljskom i hrvatskom razgovornom jeziku. *Filologija*. 55: 89–104.

- Sabljak, Tomislav, 1981. *Rječnik šatrovačkog govora*. Zagreb: Globus.
- Sabljak, Tomislav, 2001. *Rječnik hrvatskoga žargona*. Zagreb: V.B.Z.
- Silić, Josip; Pranjković, Ivo, 2005. *Gramatika hrvatskoga jezika za gimnazije i visoka učilišta*. Zagreb: Školska knjiga.
- Skelin Horvat, Anita, 2009. *Hrvatski sleng kao odraz identiteta mladih*. Doktorski rad u rukopisu. Zagreb: Filozofski fakultet.
- Skelin Horvat, Anita; Muhvić-Dimanovski, Vesna, 2010. Država u banani i mrak sniženja – žargonizmi u svakodnevnom jeziku, u: *Proizvodnja i percepcija govora*. Zagreb: FF Press, str. 337–361.
- Udier, Sanda Lucija, 2013. Reklama kao prototip medijskoga teksta, u: *Jezik kao informacija*. Zagreb: Srednja Europa, Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, str. 177–191.

WORD FORMATION PROCESSES IN JARGON: LINGUISTIC CREATIVITY AND/OR BORROWING

Abstract

As an informal variety in a spoken language most frequently used by a particular social community, jargon is characterized by spontaneous formation of new words. The ease new expressions are formed with makes it susceptible to quick changes, while, on the other hand, in the context of social development, socio-political changes and the influence of the social factors, this very ease also contributes to the natural expansivity of the jargon and its influence in the standard language. Based on the compiled corpus, the most productive word formation processes in the Croatian jargon were found to be those of abbreviation, word expansion and suffixation. Abbreviation involves blending (*sprinternet*), univerbisation (*stambeni kredit* > *stambenjak*), abbreviation of polysyllabic words (*mobitel* > *mobač*, *mobić*) and the formation of abbreviated forms (*pozz*, *vjrj*). Lexical expansion is characteristic to more creative expressions meant to additionally emphasize a feature, most frequently pejorative one (*primitivka* > *primitivkuša*, *mrak* > *mrakača*), whereas suffixation produces words intended to name new social roles or phenomena (*eventuša*, *resortizacija*). This paper lists and describes productive word formation processes and their results in an attempt to establish the extent to which these correspond to those in the standard language. By comparing productive formative elements, the paper tests the ratio of those based on word formation practices in Croatian (suffixation) to those borrowed into Croatian from English (blending) with the aim of establishing whether jargon has been affected by globalisation, or whether speakers still rely on creativity based on native formation processes and forms.

Keywords: jargon, word formation, blending, suffixation, abbreviations