



## **Komisija za slovenski jezik v javnosti pri SAZU**

### **5. izjava, Ljubljana, 29. novembra 2018**

Spoštovani gospod Dejan Prešiček, minister za kulturo RS

Spoštovana gospa doc. dr. Jadranka Sovdat, predsednica Ustavnega sodišča RS

Spoštovana gospa Andrejka Grlič, glavna tržna inšpektorica

Spoštovana javnost

## **Jezikovna krajina v Republiki Sloveniji**

Imena podjetij in lokalov, obvestilni, reklamni in drugi javni napisi, ki sotvorijo našo jezikovno in s tem kulturno krajino, so bili pri nas vedno večinoma v slovenščini. Napisi tipa *Gasthaus* brez osnovnega *Gostilna* so bili redkost že v času Avstro-Ogrske, lastna imena tipa *Šešir Škofja Loka* pa tudi v obeh Jugoslavijah. Večjo gostoto tujejezičnih javnih napisov zasledimo le v času fašistične in nacistične okupacije našega ozemlja. Odkar si jezikovno politiko določamo sami, pa je opaziti porast lastnih imen podjetij in lokalov ter drugih javnih napisov v globalni angleščini. Ne imen tujih firm ali prevodov izvirnih slovenskih besedil, kar ne bi zbujalo nikakršne pozornosti, temveč imen podjetij, lokalov in drugih besedil javnih napisov, v katerih slovenska pravna ali fizična oseba v angleščini nagovarja predvsem slovenskega naslovnika. Mnogim slovenskim državljanom je tako nepojmljivo, za marsikoga tudi nerazumljivo, kaj sporoča napis *Laundry*, ki se neonsko košati ob cesti nekaj kilometrov pred središčem prestolnice, kako razmišlja optik, ki v enem naših nakupovalnih centrov svojo storitev oglašuje z besedilom *Naredite si svoja custom očala*, in kako si kabelski operater prizadeva pridobiti nove uporabnike paketa EON z reklamnim napisom *Turn your TV eon*, ki ga videmo po vsej državi. Ti in tem podobni napisi so v neposrednem nasprotju s 17., 18. oz. 20. členom Zakona o javni rabi slovenščine.

Problematičnost tujejezičnih, večinoma angleških napisov je predvsem v posledicah njihove množičnosti. Po lanskoletni raziskavi je v središču Ljubljane že več kot 30 odstotkov javnih napisov v tujem jeziku. To stanje zbuja zmotni vtis, da slovenščina ni primerna za tako izpostavljeno rabo, kot je oblikovanje jezikovne krajine. Domačemu človeku in tujemu

obiskovalcu sporoča, da Slovenci celo na lastnem ozemlju bolj cenimo angleščino kot svoj jezik. Tovrstni zgledi povlečejo za sabo tudi tiste, ki bi pri izbiri imena ali oblikovanju javnega napisa sicer samoumevno izbrali slovenščino. Tako pa skorajda postaja pravilo, da se že najmanjša trgovinica hvali z letnico ustanovitve v obliki *since 1994*, pri čemer drugi narodi v tej vlogi uporabljajo svoje predloge, Nemci *seit*, Italijani *dal*, Francozi *depuis* ... Tudi Hrvatje in Srbi se svojega *od* prav nič ne sramujejo. Utemeljenega racionalnega razloga za naraščajočo uporabo tujejezičnih javnih napisov pri najboljši volji ni mogoče najti. Turisti ne prihajajo k nam zato, da bi videli še več istega, temveč si želijo doživeti lokalne posebnosti, med katere spada tudi jezik z javnimi napisi in lastnimi imeni vred. V digitalni dobi znajo pametni telefoni, ki jih imajo vedno pri sebi, vsak slovenski napis v trenutku prevesti v domala vsak tuji jezik. Tudi ni zaznati, da bi bili podjetja in lokali s tujimi imeni uspešnejši od onih z domačimi. Nasprotno, ali ni *Krka* eno naših najuspešnejših podjetij in *Slon* eden najslovitejših ljubljanskih hotelov? Ali se bo mariborskemu hotelu pod zdajšnjim imenom *Ibis Styles Maribor City Center* res pisalo bolje kot se mu je pod starim imenom *Orel*?

Skladnost jezikovne krajine z lokalnim jezikom je znak spoštovanja lastne državnosti. Spoštovanje lastne državnosti pa je edini porok, da bo naša država ne samo stala, temveč tudi obstala. Od pristojnih in odgovornih torej pričakujemo zakonito ravnanje in državotvorno držo, kakršno izkazujejo domala vse evropske države, med njimi tudi vse naše sosedo.

Izr. član SAZU prof. dr. Marko Snoj, l.r., podpredsednik Komisije za slovenski jezik v javnosti pri SAZU

***Izjavo je soglasno sprejela Komisija za slovenski jezik v javnosti SAZU na 3. redni seji, ki je bila 29. novembra 2018.***