

**Ejaan van Ophuijsen (1901—1947) dalam Iklan *Tempo Doeloe* dan
Kebermaknaannya dalam Pengembangan Bahasa Indonesia**

Sudaryanto, Anita Rahayu, Siti Wakhidah

Universitas Ahmad Dahlan

Pos-el: sudaryanto@pbsi.uad.ac.id

Abstrak

Ejaan van Ophuijsen merupakan ejaan Bahasa Indonesia yang pertama kali dalam huruf Latin. Ejaan tersebut dicetuskan oleh sarjana bahasa Melayu berkewarganegaraan Belanda, Charles Adriaan van Ophuijsen. Berkat bantuan Engku Nawawi gl. St. Makmur dan M. Taib St. Ibrahim, Ophuijsen berhasil menyusun buku *Kitab Logat Melajoe* yang terbit pada tahun 1901. Hal itu kemudian menjadi penanda waktu atas berlakunya Ejaan van Ophuijsen di Indonesia sampai pada tahun 1947. Ejaan itu digunakan di dalam iklan-iklan *tempo doeloe*, terutama yang dipublikasikan di media massa cetak pada saat itu. Penelitian ini menggunakan metode observasi dengan teknik baca dan catat. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan dengan teknik padan referensial dan teknik padan ortografis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ejaan van Ophuijsen betul-betul digunakan dalam iklan-iklan *tempo doeloe* terutama yang terbit dalam rentang waktu 46 tahun (1901—1947) dan kemudian memiliki kebermaknaan terhadap pengembangan Bahasa Indonesia, khususnya materi ejaan Bahasa Indonesia.

Kata Kunci: Ejaan van Ophuijsen, iklan tempo doeloe, pembinaan Bahasa Indonesia

Abstract

The van Ophuijsen Spelling is the first Indonesian spelling in Latin letters. The spelling was coined by a Malay language scholar who was a Dutch national, Charles Adriaan van Ophuijsen, thanks to help of Engku Nawawi gl. St. Makmur and M. Taib St. Ibrahim, Ophuijsen managed to compile a book *Kitab Logat Melajoe* published in 1901. It later became a time marker for the enactment of the Spelling of van Ophuijsen in Indonesia until 1947. The spelling was used in *tempo doeloe*, especially those published in print media at the time. This study uses an observation method with reading and recording techniques. The data analysis method used in this study is a matching method with referential matching techniques and orthographic equivalent techniques. The results of this study indicate that the Spelling of van Ophuijsen was actually used in the *tempo doeloe* advertisements, especially those published in the span of 46 years (1901—1947) and then had significance for development Indonesian, especially Indonesian spelling material.

Keywords: *van Ophuijsen spelling, tempo doeloe advertisement, Indonesian language fostering*

PENDAHULUAN

Dalam khazanah sejarah Bahasa Indonesia, dikenal Ejaan van Ophuijsen. Ejaan itu merupakan sistem ejaan Latin untuk Bahasa Melayu di Indonesia dan merupakan ejaan Latin resmi yang pertama di negeri ini (Kridalaksana dan Sutami, 2007: 85; Kridalaksana, 2011: 55; Sudaryanto, 2017: 33). Pencetus sistem ejaan itu bernama Charles Adriaan van

Ophuijsen. Adapun profil singkat mengenai Charles Adriaan van Ophuijsen ialah seorang sarjana Bahasa Melayu bangsa Belanda yang pernah menulis mengenai Bahasa Batak dan Minangkabau. Pada tahun 1896 ia diberi tugas Pemerintah Belanda untuk menstandarisasikan aksara Latin untuk Bahasa Melayu (dibantu oleh Engku Nawawi gl. St. Makmur dan M. Taib St. Ibrahim) dan hasilnya adalah *Kitab Logat Melajoe* (terbit pada tahun 1901). Tahun 1901 menjadi penanda dari pemberlakuan Ejaan van Ophuijsen hingga tahun 1947.

Uraian singkat mengenai Ejaan van Ophuijsen di atas juga ditemukan di dalam sejumlah buku teks mata kuliah umum/institusi (MKU/I) Bahasa Indonesia, seperti Esti Ismawati (2012), Muhammad Rohmadi, dkk. (2014), Mulyati (2016), dan Triwati Rahayu, dkk (2018). Namun demikian, dari keempat buku teks tersebut, hanya di dalam buku Triwati Rahayu, dkk. saja terdapat contoh teks berita, iklan, dan karya sastra yang terbit pada sekitar tahun 1901 hingga tahun 1940-an, saat Ejaan van Ophuijsen masih berlaku di Indonesia, salah satunya bercirikan bunyi [u] ditulis *oe*. Sementara itu, ketiga buku lainnya cenderung bersifat deskripsi semata, tanpa ada contoh teks iklan *tempo doeloe* yang bertaburan kosakata-kosakata Bahasa Indonesia Ejaan van Ophuijsen. Selain itu, sejumlah kajian yang penulis baca, seperti Azmi, dkk. (2019), Madeamin dan Darmawati (2019), Darmawati M. R. (2019), Prasetya (2019), dan Sugiarti dan Ngaisah (2019) terlihat belum mengulas secara detail perihal Ejaan van Ophuijsen, terutama di dalam teks iklan *tempo doeloe* dan kebermaknaannya dalam konteks pembinaan Bahasa Indonesia.

Dipilihnya materi Ejaan van Ophuijsen dalam iklan *tempo doeloe* dengan pertimbangan bahwa sistem ejaan tersebut pernah berlaku di Indonesia dan menjadi salah satu materi di dalam perkuliahan Bahasa Indonesia di perguruan tinggi (PT), baik negeri (PTN) maupun swasta (PTS). Di samping itu, ada semacam kekhawatiran bahwa (calon) sarjana Bahasa Indonesia kurang memahami perbedaan sistem ejaan antara Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Suwandi, misalnya. Kekhawatiran itu sebetulnya dapat diantisipasi dengan cara memperkenalkan ihwal Ejaan van Ophuijsen, biodata Charles Adriaan van Ophuijsen, dan contoh-contoh teks iklan *tempo doeloe* yang menggunakan kosakata-kosakata Bahasa Indonesia Ejaan van Ophuijsen. Selanjutnya, materi tadi diperbandingkan dengan materi Ejaan Suwandi atau disebut juga Ejaan Republik. Dengan cara begitu,

penulis yakin bahwa (calon) sarjana Bahasa Indonesia dapat membedakan mana Ejaan van Ophuijsen dan mana Ejaan Suwandi.

Atas dasar hal itu, kiranya penting ditulis kajian tentang Ejaan van Ophuijsen dalam iklan *tempo doeloe*, terutama yang terbit pada sekitar tahun 1901 hingga tahun 1940-an dan kebermaknaannya dalam pengembangan Bahasa Indonesia. Secara berurutan, uraian pendahuluan ini diikuti dengan uraian pembahasan mengenai Ejaan van Ophuijsen dalam iklan *tempo doeloe* dilengkapi gambar-gambar yang relevan. Selanjutnya, materi Ejaan van Ophuijsen dikaitkan kebermaknaannya dalam pengembangan Bahasa Indonesia. Tulisan ini akan diakhiri dengan simpulan.

PEMBAHASAN

Bagian ini akan membahas penggunaan Ejaan van Ophuijsen dalam iklan *tempo doeloe* dan kebermaknaannya dalam pengembangan Bahasa Indonesia dalam konteks PT. Sejumlah iklan *tempo doeloe* menggunakan kosakata-kosakata Bahasa Indonesia Ejaan van Ophuijsen, yang berlaku sejak tahun 1901 hingga tahun 1947, seperti iklan produk mentega Blue Band, iklan buah anggur Cutting Packing, iklan berita duka cita, iklan mobil Fiat, iklan kamera Kodak, iklan tembakau Hiap Djhieo, dan iklan obat Aspirin.

Iklan Blue Band

Blue Band merupakan salah satu merek produk mentega yang terkenal di Indonesia. Salah satu iklan Blue Band yang terbit pada sekitar tahun 1901 hingga tahun 1940-an menggunakan Ejaan van Ophuijsen, antara lain, ditandai dengan penggunaan bunyi [u] ditulis *oe* dan bunyi [y] ditulis *j*. Misalnya, teks kalimat bertuliskan “Roepanja keenakannya BLUE BAND belon dikenal, sampe ...”, ditulis dengan ejaan yang terkini menjadi “Rupanya keenakannya BLUE BAND belum dikenal, sampai ...”. Kemudian terdapat gambar dua orang laki-laki yang berdialog. Salah satu dari mereka bertanya, “Kaoe, pakai mentega apa boeat roti ini? Rasanja enak betoel!” Kemudian dijawab oleh rekannya, “Saja selaloe memake Blue Band. Rasanja enak dan menjehatkan.”



Gambar 1. Iklan Mentega Blue Band

Iklan Buah Anggur Cutting Packing

Buah anggur merupakan salah satu buah yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia karena rasanya yang manis. Salah satu merek dagang buah anggur, yaitu Cutting Packing memasang iklan di media massa dengan memakai Ejaan van Ophuijsen. Ejaan itu ditandai, antara lain, pemakaian bunyi [u] ditulis *oe*, bunyi [y] ditulis *j*, dan bunyi [c] ditulis *tj*. Pada kalimat yang berbunyi, “Hidangan pemboeka poeasa adalah boeah anggoer jang paling baik dan memoeasken jaitoe merk Cutting Packing Tjap Boerak.” Jika ditulis ke dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku saat ini, maka kalimat tadi berbunyi, “Hidangan pembuka puasa adalah buah anggur yang paling baik dan memuaskan, yaitu merek Cutting Packing Cap Burak”.



Gambar 2. Iklan Buah Anggur Cutting Packing

Iklan Berita Duka Cita

Ejaan van Ophuijsen tidak hanya dipakai oleh pembuat iklan produk makanan dan buah-buahan seperti halnya Gambar 1 dan Gambar 2, tetapi juga dipakai oleh pembuat iklan berita duka cita, seperti halnya Gambar 3. Ejaan itu ditandai, antara lain, penggunaan bunyi [j] ditulis *dj*, bunyi [u] ditulis *oe*, bunyi [y] ditulis *j*, dan bunyi [c] ditulis *tj*. Ada beberapa kosakata yang dikenal pada masa terbitnya iklan tersebut, sekitar tahun 1920-an, seperti *dengen*, *sedi*, *mengabarkan*, *soeda*, *prampoean*, *Senen*, *Kemis*, *brangkat*, dan *roema*. Kosakata-kosakata itu apabila ditulis ke dalam ejaan saat ini menjadi *dengan*, *sedih*, *mengabarkan*, *sudah*, *perempuan*, *Senin*, *Kamis*, *berangkat*, dan *rumah*. Ada pula nama tempat *Buitenzorg* yang kini dikenal dengan nama Bogor. Sebagai contoh, kalimat yang memakai Ejaan van Ophuijsen berbunyi, “Hari koeboernja soeda di tentoekan pada hari Kemis Lak gwee tje sie, 27 Juli 1922, berangkat dari roema djam 9 pagi.”



Gambar 3. Iklan Berita Duka Cita

Iklan Mobil Fiat

Mobil Fiat merupakan salah satu merek mobil yang muncul di Indonesia pada sekitar tahun 1901-an. Wajarlah jika dalam salah satu iklannya masih memakai Ejaan van Ophuijsen. Ejaan itu ditandai, antara lain, pemakaian bunyi [c] ditulis *tj*, bunyi [u] ditulis *oe*, dan bunyi [y] ditulis *j*. Sebagai contoh, kalimat iklan mobil Fiat berbunyi, “Kereta ketjil dengan mempoenjai sifat2nja kereta besar. Kereta jang paling rendah harganja di Indonesia, dan bisa didapat 2 matjam bentoeknja dan craoserinja: “SEDAN” dan “CABRIOLET”.”

Dalam iklan tersebut, masih dijumpai adanya kosakata-kosakata bidang teknik mesin dari bahasa Belanda, seperti *hydrualisch* (kini menjadi *hidrolik*), *versnelling* (kini menjadi *persnelling*), *synchronis* (kini menjadi *sinkronik*), *veer* (kini menjadi *peer*), dan *veiligheidglas*. Kemudian tertulis pula alamat pabrik mobil Fiat di Batavia (kini Jakarta) dalam bahasa Belanda, seperti *N. V. Automobiel Mij. Fiat – Java, Koningsplein Zuid No. 2 – Telefoon Knt. Wl. 286 Atelier Wl. 285 Batavia-Centrum.*



Gambar 4. Iklan Mobil Fiat

Iklan Kamera Kodak

Kodak merupakan merek kamera yang sudah populer di Indonesia. Paling tidak, kepopuleran merek Kodak ada sejak tahun 1901 hingga 1940-an. Salah satu iklan merek Kodak masih menggunakan Ejaan van Ophuijsen (Gambar 5). Ejaan itu ditandai, antara lain, penggunaan bunyi [j] ditulis *dj*, bunyi [u] ditulis *oe*, bunyi [c] ditulis *tj*, dan bunyi [y] ditulis *y*. Selain itu, ada pula kosakata-kosakata Indonesia yang khas muncul pada masa itu, seperti *kerna* (kini menjadi *karena*), *sasoeatoe* (kini menjadi *sesuatu*), *liat* (kini menjadi *lihat*), *camera* (kini menjadi *kamera*), *permintahan* (kini menjadi *permintaan*), *pemboeroehan* (kini menjadi *pemburuan*), *soeroe* (kini menjadi *suruh*), *tjitak* (kini menjadi *cetak*), *sanget* (kini menjadi *sangat*), dan *pakerdjahan* (kini menjadi *pekerjaan*).

Dalam iklan kamera Kodak itu, tertera kalimat yang menggunakan Ejaan van Ophuijsen, “Djika kae beli satoe fotoestel, pilihlah satoe KODAK toelen. Kerna boekan sasoeatoe toestel portret jang kae liat selaloe ada satoe KODAK, tapi sasoeatoe KODAK ada satoe camera jang penoehken segala permintahan. Ada KODAK² dalem berbagi type, oekoeran, dan harga, tapi semoenja ada gegaman mentereng dalem perboeroehan

keindahan alam. Teroetama djanganlah loepa aken soeroe tjitak kae poenja KODAK-negatieven atas kertas VELOX. Ini sanget tambah kwaliteit dari kae poenja pakerdjahan.”



Gambar 5. Iklan Kamera Kodak

Iklan Tembakau Hiap Djhioe

Tembakau merupakan salah satu jenis rempah-rempah yang banyak dicari oleh orang asing pada sekitar tahun 1920 hingga 1940-an. Di Jawa Tengah, salah satu daerah yang dikenal sebagai sentra penghasil tembakau adalah Muntilan, seperti tertera dalam Gambar 6. Di dalam gambar itu, iklan tembakau merek Hiap Djhioe memakai Ejaan van Ophuijsen, yang ditandai, antara lain, penggunaan bunyi [u] ditulis *oe* dan bunyi [c] ditulis *tj*. Selain itu, ada pula beberapa kosakata Indonesia yang akrab digunakan pada masa itu, seperti *tembako* (kini menjadi *tembakau*), *berkwaliteit* (kini menjadi *berkualitas*), *harep* (kini menjadi *harap*), *perhatiken* (kini menjadi *perhatikan*), dan *dikloearken* (kini menjadi *dikeluarkan*).

Di dalam iklan tersebut, ada sebuah kalimat yang berbunyi, “INI TEMBAKO dari ATAS sampe BAWAH ditanggoeng berkwaliteit baik. Harep pembeli perhatiken ini tjap

dan merk: jang soedah terkenal ! Terbikin dan dikloearken oleh: LIEM KIEM TIAN MOENTILAN Tjap Matjan Doewa.” Jika ditulis ulang menggunakan ejaan Bahasa Indonesia saat ini, maka menjadi “Ini tembakau dari atas sampai bawah ditanggung berkualitas baik. Harap pembeli perhatikan ini cap dan merk: yang sudah terkenal! Terbikin dan dikeluarkan oleh: Liem Kiem Tian Muntilan Cap Macan Dua.”



Gambar 6. Iklan Tembakau Hiap Djhioe

Iklan Obat Aspirin

Aspirin merupakan merk obat yang sudah dikenal sejak lama di Indonesia. Salah satu iklan obat Aspirin terbit pada tahun 1939, saat berlakunya Ejaan van Ophuijsen. Ejaan tersebut ditandai, antara lain, adanya penggunaan bunyi [u] ditulis *oe* dan bunyi [c] ditulis *tj*. Di dalam iklan tersebut, terdapat kalimat yang berbunyi, “boeat sakit kepala, influenza, pilek entjok, demem, d.l.l. Pakailah tablet Aspirin.” Persis di bawah kalimat itu ada kalender Januari 1939, Februari 1939, dan Maart 1939, sebagai penanda waktu dari terbitnya iklan tersebut.

Sudaryanto, Anita Rahayu, Siti Wakhidah

*Ejaan van Ophuijsen (1901—1947) dalam Iklan Tempo
Doeloe dan Kebermaknaannya dalam Pengembangan
Bahasa Indonesia*



Gambar 7. Iklan Obat Aspirin

Ejaan van Ophuijsen dalam Pengembangan Bahasa Indonesia

Menurut Alwi (2011: 28-29), usaha pengembangan bahasa nasional atau Bahasa Indonesia akan memperlihatkan tiga aspek yang berkorelasi dengan tolok ukur pembangunan nasional. Ketiga aspek itu adalah taraf keberaksaraan fungsional, standardisasi bahasa, dan pemodernan bahasa. Yang bersinggungan dengan bidang ejaan ialah aspek standardisasi bahasa, khususnya ejaan Bahasa Indonesia. Hingga saat ini, telah berlaku empat ejaan Bahasa Indonesia, yaitu Ejaan van Ophuijsen (1901—1942), Ejaan Republik atau Ejaan Soewandi (1942—1972), Ejaan yang Disempurnakan (1972—2015), dan Ejaan Bahasa Indonesia (2015—sekarang).

Khusus Ejaan van Ophuijsen, sejumlah bunyi dapat ditandai, antara lain, bunyi [u] ditulis *oe*, bunyi [j] ditulis *dj*, bunyi [y] ditulis *j*, bunyi [c] ditulis *tj*, sebagaimana yang tertera dalam Gambar 1 sampai dengan Gambar 7. Selain itu, pada masa berlakunya Ejaan van Ophuijsen, kita mengenal kosakata-kosakata Indonesia yang khas pada masa itu, seperti *perhatiken*, *kwaliteit*, *pakerdjahan*, *perboeroehan*, *permintahan*, dan *soeroe*. Kita juga mengenal kosakata-kosakata Indonesia yang diserap dari bahasa Belanda, seperti *hydrualisch*, *versnelling*, dan *veer*. Pengenalan kosakata-kosakata dari bahasa Belanda

dapat dimaklumi, mengingat pada masa itu kita masih di dalam masa penjajahan kolonial Belanda. Salah satu bentuk penjajahan kolonial Belanda itu ialah berlakunya Ejaan van Ophuijsen di Indonesia.

Terkait itu, dalam proses standardisasi bahasa, khususnya bidang ejaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) melalui Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan (d/h. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa) menerbitkan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) No. 50 Tahun 2015, terutama di bagian pengantarnya, dan Seri Penyuluhan Ejaan yang diterbitkan oleh Pusat Pengembangan dan Pelindungan. Selanjutnya, di bidang pendidikan, khususnya di ranah perguruan tinggi (PT), materi ejaan Bahasa Indonesia diperkenalkan melalui mata kuliah umum (MKU) Bahasa Indonesia, berbobot 2—3 sistem kredit semester (SKS), di semua program studi (prodi), terkecuali prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (PBSI) dan Sastra Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian pendahuluan dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut. Ejaan van Ophuijsen betul-betul digunakan dalam iklan-iklan *tempo doeloe* terutama yang terbit dalam rentang waktu 46 tahun (1901—1947). Penggunaan ejaan itu ditandai, antara lain, adanya bunyi [u] ditulis *oe*, bunyi [j] ditulis *dj*, bunyi [c] ditulis *tj*, dan bunyi [y] ditulis *j*. Di samping itu, terdapat pula kosakata-kosakata Indonesia yang khas digunakan pada masa itu, seperti *perhatiken*, *kwaliteit*, dan *pakerdjahan*. Terkait itu, penggunaan Ejaan van Ophuijsen dalam iklan-iklan *tempo doeloe* memiliki kebermaknaan dalam pengembangan Bahasa Indonesia, yaitu tetap diperkenalkan melalui buku Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) dan Seri Penyuluhan Ejaan yang diterbitkan oleh Badan Bahasa, serta diajarkan di tingkat PT melalui MKU Bahasa Indonesia dengan subjek materi ejaan Bahasa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Hasan. 2011. *Butir-Butir Perencanaan Bahasa*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

- Azmi, Sri Rezki Maulina, Muthia Dewi, dan Akmal. 2019. “Pelatihan Penggunaan Ejaan yang Disempurnakan dan Kalimat Efektif pada Penulisan Surat Resmi bagi Kursus Bintang Mulia Batu Bara, Desa Pematang Rambai, Kecamatan Nibung Hangu, Kabupaten Batu Bara”, *Jurdimas (Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) Royal*, Vol. 2, No. 1, hlm. 75—78.
- Ismawati, Esti. 2012. *Bahasa Indonesia untuk Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Ombak.
- Kridalaksana, Harimurti. 2011. *Kamus Linguistik Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, Harimurti dan Hermina Sutami. 2007. “Aksara dan Ejaan” dalam Kushartanti, dkk (peny.). *Pesona Bahasa: Langkah Awal Memahami Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- M. R., Darmawati. 2019. “Kemampuan Menulis Naratif Guru Bahasa dan Sastra Indonesia di Kabupaten Boalemo: Suatu Penelitian Awal”, *Telaga Bahasa*, Vol. 6, No. 1, hlm. 405—419.
- Madeamin, Sehe dan Darmawati. 2019. “Penguasaan Kalimat Efektif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Semester V Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UNCP”, *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, Vol. 4, No. 2, hlm. 190—205.
- Mulyati. 2016. *Terampil Berbahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Prasetya, Ady Dwi Achmad. 2019. “Analisis Kesalahan Ejaan pada Makalah Mahasiswa STKIP Al Hikmah Surabaya (Kajian Mata Kuliah Bahasa Indonesia)”, *Jurnal Lentera (Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Bahasa Indonesia)*, Vol. 2, No. 1, hlm. 116—126.
- Rahayu, Triwati, dkk. 2018. *Mahir Berbahasa Indonesia*. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Ahmad Dahlan.
- Rohmadi, Muhammad, Eddy Sugiri, dan Aninditya Sri Nugraheni. 2014. *Belajar Bahasa Indonesia: Upaya Terampil Berbicara dan Menulis Karya Ilmiah*. Surakarta: Cakrawala Media.
- Sudaryanto. 2017. *Kamus Umum Bahasa dan Ilmu Bahasa*. Yogyakarta: Samudra Biru.

Sugiarti, Rodiya dan Siti Ngaisah. 2019. “Analisis Kesalahan Penggunaan Preposisi dan Puntuasi dalam Karangan Narasi Siswa”, *Primary: Jurnal Keilmuan dan Kependidikan Dasar*, Vol. 10, No. 2, hlm. 125—134.